

INFLUENCIADORES DIGITAIS E OBRIGAÇÃO TRIBUTÁRIA: UMA ANÁLISE JURÍDICA ECONÔMICA NAS PLATAFORMAS DIGITAIS

GT nº 4 – DIREITO ADMINISTRATIVO E TRIBUTÁRIO

Kauany Aparecida Martins Ferreira¹

Luana Oliveira Silva Cunha²

Reginaldo Marques de Andrade³

INTRODUÇÃO

A expansão acelerada dos mercados digitais transformou profundamente a dinâmica das relações de consumo, do marketing e da difusão de conteúdos na contemporaneidade. Nesse cenário, os criadores de conteúdo e influenciadores digitais consolidaram-se como expressivos agentes econômicos, gerando expressivo fluxo financeiro por meio das plataformas de redes sociais, a exemplo de Instagram, YouTube, TikTok e Kwai (Schoueri, 2021). A atividade, originariamente empírica, adquiriu alto grau de profissionalização e passou a envolver negócios jurídicos multifacetados, como avenças publicitárias, com cessão de direitos de imagem, programas de afiliados, monetização direta por engajamento e a auferição de utilidades econômicas via contratos estimatórios ou permutas (as populares vantagens em espécie ou "recebidos").

Ocorre que essa evolução patrimonial não foi acompanhada de pronto por reformas legislativas tributárias, nem mesmo regulatórias específicas no sistema jurídico pátrio, instaurando um ambiente de incerteza normativa sobre a exata subsunção dessas hipóteses de incidência às regras fiscais ordinárias. Por um lado, o Fisco depara-se com a complexidade de rastrear e tributar a riqueza gerada no meio virtual; por outro, os contribuintes enfrentam

¹ Graduanda do 8º período do curso de Direito da Universidade do Estado de Minas Gerais – UEMG, Unidade Acadêmica de Frutal. E-mail: kauany.1098336@discente.uemg.br.

² Graduanda do 8º período do curso de Direito da Universidade do Estado de Minas Gerais – UEMG, Unidade Acadêmica de Frutal. E-mail: luana.1098433@discente.uemg.br.

³ Graduando do 8º período do curso de Direito da Universidade do Estado de Minas Gerais – UEMG, Unidade Acadêmica de Frutal. E-mail: reginaldo.1098354@discente.uemg.br.

relevante insegurança jurídica quanto à exposição a lançamentos de ofício, acusações de omissão de receita e sanções por inobservância de obrigações acessórias.

Diante desse cenário de transição tecnológica, exige-se do Direito Tributário e do Direito Administrativo a formulação de soluções que harmonizem a arrecadação e a praticabilidade dos atos fiscalizatórios à proteção das garantias fundamentais do contribuinte (Bandeira de Mello, 2023; Carrazza, 2026).

PROBLEMA DA PESQUISA

Diante do crescimento da atuação dos influenciadores digitais e das diferentes formas de remuneração existentes nas plataformas, questiona-se: como as receitas obtidas por esses profissionais se enquadram nas normas tributárias brasileiras e quais são os principais desafios para sua fiscalização? Busca-se analisar, ainda, como a tributação dessas atividades pode ocorrer sem comprometer a segurança jurídica e as garantias do contribuinte.

OBJETIVO

O presente trabalho propõe analisar os principais aspectos jurídicos e tributários relacionados à atuação dos influenciadores digitais no ambiente virtual, considerando as diferentes formas de obtenção de renda, como contratos publicitários, programas de afiliados, monetização por engajamento e recebimento de produtos ou vantagens em espécie. Busca-se compreender de que maneira essas atividades se enquadram no sistema tributário brasileiro, bem como identificar os desafios enfrentados pelo Fisco na fiscalização dessas receitas e a insegurança jurídica vivenciada pelos contribuintes. Além disso, o trabalho pretende discutir a necessidade de conciliar a arrecadação tributária com a proteção das garantias fundamentais do contribuinte.

METODOLOGIA

A pesquisa adota abordagem qualitativa, de natureza bibliográfica e documental, com base em obras de Direito Tributário e Direito Administrativo, bem como na legislação aplicável. Busca-se analisar a tributação das atividades exercidas por influenciadores digitais e os desafios jurídicos decorrentes das novas formas de obtenção de renda no ambiente virtual.

DISCUSSÃO E RESULTADOS

A pesquisa demonstrou que, apesar de não existir uma regulamentação tributária específica para influenciadores digitais, as receitas obtidas por esses profissionais estão sujeitas às normas tributárias já existentes, de acordo com a forma e a origem dos rendimentos.

Verificou-se que valores recebidos por publicidade, monetização, programas de afiliados e outras atividades podem gerar obrigação tributária, sendo necessário analisar cada situação de acordo com suas características. Os produtos e serviços recebidos como forma de remuneração também merecem atenção, pois podem representar vantagem econômica relacionada à atividade profissional.

Além disso, a variedade de plataformas e formas de pagamento dificulta a fiscalização e pode gerar dúvidas sobre o cumprimento das obrigações tributárias. Assim, os principais desafios estão na adaptação da fiscalização à realidade digital e na aplicação das normas existentes, garantindo, ao mesmo tempo, a arrecadação e a segurança jurídica dos contribuintes.

DISCUSSÃO E RESULTADOS

A inexistência de um regime normativo setorial específico não afasta a subsunção das atividades exercidas por influenciadores digitais às hipóteses de incidência já positivadas no ordenamento tributário pátrio. As receitas auferidas mediante contratos publicitários, monetização por engajamento e programas de afiliados configuram inequívoco acréscimo patrimonial, submetendo-se à tributação pelo IRPF ou IRPJ (art. 43 do CTN) e, no que tange à prestação de serviços, à incidência do ISSQN. Semelhantemente, a percepção de utilidades, bens ou vantagens em espécie (permutas) ostenta natureza de contraprestação econômica indireta vinculada a obrigações de fazer, devendo integrar a base de cálculo dos tributos incidentes. Ocorre que a fluidez dos negócios jurídicos virtuais, aliada à descentralização dos pagamentos e à informalidade do fluxo de bens, engendra acentuada opacidade fiscal, obstaculizando a conformidade espontânea do contribuinte (*tax compliance*). Diante desse cenário, cumpre à Administração Tributária aperfeiçoar os instrumentos de praticabilidade fiscal, assegurando a eficácia arrecadatória sem descuidar da observância dos preceitos constitucionais e da segurança jurídica. Torna-se premente, portanto, a edição de atos normativos regulamentares pelo Fisco que estabeleçam critérios objetivos para a valoração das utilidades não monetárias e promovam a simplificação das obrigações acessórias, coibindo a imposição de sanções arbitrárias ou desproporcionais.

Palavras-chave: Influenciadores digitais. Tributação da economia digital. Obrigação tributária. Fiscalização tributária. Segurança jurídica

REFERÊNCIAS

BANDEIRA DE MELLO, Celso Antônio. **Curso de direito administrativo**. 36. ed. Belo Horizonte: Fórum, 2023.

BRASIL. **Constituição da República Federativa do Brasil de 1988**. Brasília, DF: Presidência da República, 1988.

BRASIL. **Decreto nº 9.580, de 22 de novembro de 2018**. Regulamenta a tributação, a fiscalização, a arrecadação e a administração do Imposto sobre a Renda e Proventos de Qualquer Natureza. *Diário Oficial da União*: Brasília, DF, 23 nov. 2018.

BRASIL. **Lei nº 5.172, de 25 de outubro de 1966**. Dispõe sobre o Sistema Tributário Nacional e institui normas gerais de direito tributário aplicáveis à União, Estados e Municípios. *Diário Oficial da União*: Brasília, DF, 27 out. 1966.

CARRAZZA, Roque Antonio. **Curso de direito constitucional tributário**. 37. ed. São Paulo: JusPodivm; Malheiros, 2026.

CONSELHO NACIONAL DE AUTORREGULAMENTAÇÃO PUBLICITÁRIA (CONAR). **Guia de marketing e publicidade por influenciadores digitais**. São Paulo: CONAR, 2026.

MALAMAN, Isabela Stefani; COELHO, Luccas Pinheiro. **A incidência do ISS nas atividades dos influenciadores digitais: desafios tributários na Creator Economy**. *Revista Científica Acertte*, v. 5, n. 11, e511279, 2025. DOI: 10.63026/acertte.v5i11.279.

RODRIGUES, Lorena de Souza. **Direito tributário e redes sociais: estudo sobre a possibilidade de incidência do Imposto sobre Serviços nas atividades realizadas pelos influenciadores digitais no Instagram**. 2021. 106 f. Monografia (Graduação em Direito) – Escola de Direito, Turismo e Museologia, Universidade Federal de Ouro Preto, Ouro Preto, 2021. Disponível em: <http://www.monografias.ufop.br/handle/35400000/3063>. Acesso em: 6 set. 2026.

SCHOUERI, Luís Eduardo. **Direito tributário**. 10. ed. São Paulo: SaraivaUni, 2021.