REMUNOM
ISSN 2178-6925

**Received:** 01/10/2025 - **Accepted:** 17/10/2025
**Vol**: 19.02
**DOI**: 10.61164/m9ytn395
**Pages:** 1-19

# A CONTABILIDADE PARA INFLUENCIADORES DIGITAIS E CRIADORES DE CONTEÚDO: ASPECTOS FISCAIS, TRIBUTÁRIOS E GERENCIAIS

# ACCOUNTING FOR DIGITAL INFLUENCERS AND CONTENT CREATORS: FISCAL, TAX AND MANAGEMENT ASPECTS

# CONTABILIDAD PARA INFLUENCERS DIGITALES Y CREADORES DE CONTENIDO: ASPECTOS FISCALES, TRIBUTARIOS Y DE GESTIÓN

**Maria Clara Borges Silva**
Discente do Curso de Ciências Contábeis, Universidade Estadual do Tocantins - UNITINS, Brasil
E-mail: claraborges110604@gmail.com

**Maria Aldiléia Silva de Melo**
Mestre em Ciências Contábeis - UNISINOS, Docente do Curso de Ciências Contábeis, Universidade Estadual do Tocantins - UNITINS, Brasil
E-mail: maria.a@unitins.br

## Resumo

O avanço das mídias digitais e o crescimento das redes sociais impulsionaram o surgimento de novas profissões, como a de influenciador digital e criador de conteúdo. No entanto, muitos desses profissionais ainda atuam sem o devido conhecimento contábil e fiscal, o que pode comprometer a legalidade e a sustentabilidade de suas atividades. O objetivo geral deste estudo é analisar de que forma a contabilidade e uma análise tributária pode auxiliar na regularização e gestão das atividades dos influenciadores digitais e criadores de conteúdo. A pesquisa é de natureza qualitativa e exploratória, com abordagem bibliográfica. Foram analisadas legislações vigentes, artigos científicos, obras especializadas e materiais técnicos voltados à contabilidade aplicada ao mercado digital. Os resultados indicam a formalização como pessoa jurídica se mostra uma alternativa vantajosa, permitindo a adequação ao regime tributário mais apropriado, como o Simples Nacional para influenciadores iniciantes ou com menor receita, Lucro Presumido para influenciadores que possuem alta margem e poucas despesas ou Lucro Real para influenciadores grandes, com equipe

REMUNOM
ISSN 2178-6925

**Received:** 01/10/2025 - **Accepted:** 17/10/2025
**Vol**: 19.02
**DOI**: 10.61164/m9ytn395
**Pages:** 1-19

e custos altos, na qual a escolha correta do regime buscará como estratégia a redução da carga fiscal e tributária. O estudo evidencia, portanto, a importância de compreender a importância da contabilidade fiscal e tributária para o planejamento financeiro e estratégico, e como a formalização da atividade como pessoa jurídica pode contribuir para a adesão a um regime tributário adequado a esse tipo de atividade.

**Palavras-chave:** Contabilidade, Influenciadores, Tributação.

## Abstract

The advancement of digital media and the growth of social media have fueled the emergence of new professions, such as digital influencers and content creators. However, many of these professionals still operate without proper accounting and tax knowledge, which can compromise the legality and sustainability of their activities. The overall objective of this study is to analyze how accounting and tax analysis can assist in the regularization and management of the activities of digital influencers and content creators. The research is qualitative and exploratory in nature, with a bibliographical approach. Current legislation, scientific articles, specialized works, and technical materials focused on accounting applied to the digital market were analyzed. The results indicate that formalizing as a legal entity is an advantageous alternative, allowing adaptation to the most appropriate tax regime, such as Simples Nacional for beginner influencers or those with lower revenue, Presumed Profit for influencers with high margins and few expenses, or Real Profit for large influencers with large teams and costs. Choosing the right regime will help reduce the tax burden. The study therefore highlights the importance of understanding the importance of fiscal and tax accounting for financial and strategic planning, and how formalizing the activity as a legal entity can contribute to adherence to a tax regime appropriate for this type of activity.

**Keywords:** Accounting, Influencers, Taxation.

## Resumen

El avance de los medios digitales y el crecimiento de las redes sociales han impulsado el surgimiento de nuevas profesiones, como los influencers digitales y los creadores de contenido. Sin embargo, muchos de estos profesionales aún operan sin los conocimientos contables y fiscales adecuados, lo que puede comprometer la legalidad y la sostenibilidad de sus actividades. El objetivo general de este estudio es analizar cómo el análisis contable y fiscal puede ayudar en la regularización y gestión de las actividades de los influencers digitales y los creadores de contenido. La investigación es de naturaleza cualitativa y exploratoria, con un enfoque bibliográfico. Se analizó la legislación vigente, artículos científicos, trabajos especializados y materiales técnicos centrados en la contabilidad aplicada al mercado digital. Los resultados indican que la formalización como persona jurídica es una alternativa ventajosa, que permite la adaptación al régimen fiscal más adecuado, como el Simple Nacional para influencers principiantes o aquellos con menores ingresos, la Utilidad Presunta para influencers con altos márgenes y pocos gastos, o la Utilidad Real para grandes influencers con grandes equipos y costos. Elegir el régimen adecuado ayudará a reducir la carga fiscal. Por tanto, el estudio destaca la importancia de comprender la importancia de la contabilidad fiscal y tributaria para la planificación financiera y estratégica, y cómo la formalización de la actividad como persona jurídica puede contribuir a la adhesión a un régimen tributario adecuado para este tipo de actividad.

**PALABRAS CLAVE:** Contabilidad, Influencers, Fiscalidad.

REMUNOM
ISSN 2178-6925

**Received:** 01/10/2025 - **Accepted:** 17/10/2025
**Vol**: 19.02
**DOI**: 10.61164/m9ytn395
**Pages:** 1-19

## 1. Introdução

O mercado digital tem crescido cada vez mais, por meio das novas profissões, como, influenciadores, bloggers, e criadores de conteúdo, uma atividade antes vista apenas como um passatempo passou a ser considerada uma profissão capaz de gerar renda significativa, movimentando o mercado digital e contribuindo para a economia global (Sebrae, 2023). Diante desse contexto, surge assim a necessidade de entender como a contabilidade pode auxiliar na gestão e formalização dos negócios desses profissionais (Pimentel, 2023).

Com esse cenário, torna-se importante compreender como a contabilidade pode auxiliar na regularização fiscal, na gestão financeira e no planejamento estratégico dos influenciadores digitais. Consequentemente, a contabilidade assume um papel de destaque, contribuindo para que esses profissionais atuem de forma organizada e em conformidade com a legislação vigente.

O crescimento expressivo desse mercado levanta questionamentos sobre como esses profissionais lidam com suas obrigações fiscais e contábeis. Muitos influenciadores digitais não possuem conhecimento sobre as exigências fiscais e tributárias que envolvem essa atividade, o que pode acarretar irregularidades, problemas com órgãos fiscalizadores e dificuldades na gestão financeira. Nesse cenário, a contabilidade assume um papel fundamental ao proporcionar organização financeira, planejamento estratégico e cumprimento das obrigações legais (Nace, 2024). Nesse sentido, o estudo se propõe a apresentar boas práticas que possam orientar os influenciadores na organização financeira e na otimização dos resultados de suas atividades.

Diante dessa realidade, surge o problema que norteia este estudo: como a contabilidade pode contribuir para a gestão financeira e regularidade fiscal dos influenciadores digitais e criadores de conteúdo? Com base nesse questionamento, o presente trabalho tem como objetivo analisar a importância e aplicação da contabilidade na atividade desses profissionais, destacando os aspectos fiscais, tributários e financeiros envolvidos na gestão de suas atividades.

REMUNOM
ISSN 2178-6925

**Received:** 01/10/2025 - **Accepted:** 17/10/2025
**Vol**: 19.02
**DOI**: 10.61164/m9ytn395
**Pages:** 1-19

Com o rápido crescimento do mercado digital, e por existir poucos estudos sobre a contabilidade aplicada a influenciadores digitais, a relevância do tema é assim justificada. Este estudo busca auxiliar no uso de informações que possam ajudar influenciadores digitais a organizar seus ganhos e negócios, diminuindo os problemas com impostos e influenciando na continuidade de seus serviços de forma legal.

## 2. Revisão da Literatura

### 2.1 Influenciadores Digitais e Criadores de Conteúdo: Perfil e Mercado

No Brasil, esse fenômeno tem se intensificado de maneira significativa, colocando o país como o segundo maior mercado mundial de influenciadores, com mais de 10 milhões de pessoas atuando nesse setor (Nace, 2024). Com o crescimento da internet e a facilidade de acesso às redes sociais, muitas pessoas conseguiram se tornar marcas pessoais de sucesso, conseguindo ganhar dinheiro com seu conteúdo e alcançando milhões de seguidores que tentam copiar suas escolhas, o efeito disso acabou sendo um aumento nas vendas. Os vídeos e conteúdo não só ajudam as marcas, mas também fazem o público tentar imitar suas decisões de compra (Magalhães, 2025).

Esse fenômeno mostra uma mudança no jeito que os consumidores se comportam. Hoje em dia, eles confiam cada vez mais na opinião de influenciadores na hora de decidir o que comprar. Segundo Gomes (2022), os influenciadores digitais se tornaram peças-chave nas estratégias de marketing das empresas, pois oferecem um alcance orgânico e uma conexão mais direta com o público-alvo. Esse formato de publicidade, baseado na credibilidade e na proximidade com os seguidores, tem se mostrado mais eficaz do que as campanhas tradicionais, resultando em um mercado que deve movimentar cerca de US$ 500 bilhões até 2027 (Nace, 2024).

No entanto, ser um influenciador digital exige mais do que apenas produzir conteúdo. O Sebrae (2023) aponta que esses profissionais precisam desenvolver competências empresariais para gerenciar suas carreiras, desde a criação de

REMUNOM
ISSN 2178-6925

**Received:** 01/10/2025 - **Accepted:** 17/10/2025
**Vol**: 19.02
**DOI**: 10.61164/m9ytn395
**Pages:** 1-19

conteúdo até a negociação com marcas e a administração financeira de seus ganhos. A profissionalização do setor é fundamental para assegurar a sustentabilidade dos negócios digitais.

Além dos desafios que vêm com a profissionalização, os influenciadores também lidam com um ambiente muito competitivo e que está sempre mudando. As plataformas digitais atualizam constantemente seus algoritmos, impactando diretamente o alcance e o engajamento das publicações (Gomes, 2022). Assim, os criadores de conteúdo devem ficar de olho nas tendências e diversificar seus canais. É importante explorar diferentes redes sociais e formatos para se manterem relevantes no mercado.

Outro ponto crucial é a regulamentação do setor. A Comissão de Valores Mobiliários (CVM) realizou um estudo sobre a necessidade de ampliar a transparência na relação comercial entre influenciadores e o mercado financeiro (CVM, 2023). O objetivo é assegurar que os seguidores saibam sobre as parcerias que existem e evitar qualquer prática que possa confundir o público. Ter regras claras nesse setor é muito importante para preservar a credibilidade dos influenciadores e proteger os consumidores.

Além disso, a forma como os influenciadores monetizam seu conteúdo se tornou um tema central nas discussões sobre o trabalho deles. Muitos deles diversificam suas fontes de renda, investindo na criação de produtos próprios, assinaturas de conteúdo exclusivo e parcerias estratégicas (Sebrae, 2023). Esse modelo de negócios oferece mais liberdade financeira e diminui a necessidade de depender de patrocínios, o que ajuda a ter uma fonte de receita mais confiável.

Nos últimos anos, a relação entre influenciadores e marcas mudou bastante, se tornando mais estratégica e centrada na autenticidade. As empresas buscam cada vez mais parcerias com criadores de conteúdo que compartilhem seus valores e tenham uma conexão genuína com seus seguidores (Magalhães, 2025).

Em um mundo onde a influência digital está cada vez mais presente, os criadores de conteúdo devem sempre buscar se aprimorar e inovar. O sucesso nessa

REMUNOM
ISSN 2178-6925

**Received:** 01/10/2025 - **Accepted:** 17/10/2025
**Vol**: 19.02
**DOI**: 10.61164/m9ytn395
**Pages:** 1-19

área não depende apenas da quantidade de seguidores, mas da capacidade de engajar e construir um relacionamento sólido com a audiência. A ética é um requisito profissional cada vez maior para esse mercado, para torná-lo cada vez mais confiável (Conar, 2021).

### 2.2 Escolha do Regime Tributário para Negócios Digitais: Aspectos e Aplicações

O Sistema Tributário Nacional, estruturado pela Lei nº 5.172, de 25 de outubro de 1966 (Código Tributário Nacional), está sujeito às disposições da Constituição Federal, às leis complementares, às resoluções do Senado Federal e às normas das esferas federal, estadual e municipal. De acordo com Brasil (2023, p. 1), o sistema tributário brasileiro "é mundialmente conhecido por ser um dos mais complexos, confusos e de difícil interpretação do mundo".

O conjunto de normas que regulam a instituição, arrecadação, fiscalização e partilha dos tributos é denominado Sistema Tributário Nacional, abrangendo dispositivos constitucionais, leis ordinárias, decretos, instruções normativas, entre outros (BRASIL, 2019). Segundo Pereira (2018), o sistema tributário brasileiro pode ser entendido como um conjunto de normas e princípios que regulam a forma de arrecadação dos tributos, sendo essencial para o funcionamento do Estado e o financiamento de políticas públicas.

Ante o exposto, faz-se necessário compreender as obrigações fiscais relacionadas à escolha de regimes tributários para esses profissionais, pois com o avanço do marketing digital e a consolidação dos influenciadores como agentes estratégicos na divulgação de produtos e serviços, startups e agências de publicidade têm enfrentado o novo desafio de estar em dia com suas obrigações fiscais (Faeda, 2025).

Dado o peso que os tributos representam nos custos das empresas, especialmente em um cenário de economia globalizada, torna-se fundamental que os gestores façam uma administração estratégica da carga tributária. Nesse contexto, o planejamento tributário pode contribuir para a redução legal da carga

REMUNOM
ISSN 2178-6925

**Received:** 01/10/2025 - **Accepted:** 17/10/2025
**Vol**: 19.02
**DOI**: 10.61164/m9ytn395
**Pages:** 1-19

fiscal, proporcionando maior competitividade e sustentabilidade para os negócios. No Brasil, a contabilidade tributária está estruturada em três regimes principais: Simples Nacional, Lucro Presumido e Lucro Real, os quais se diferenciam quanto à forma de apuração e recolhimento dos tributos.

### 2.2.1 Simples Nacional

Instituído pela Lei Complementar nº 123/2006, o Simples Nacional é um regime tributário simplificado voltado para microempresas (ME) e empresas de pequeno porte (EPP). Um dos seus principais diferenciais é a unificação da arrecadação de tributos federais, estaduais e municipais em uma única guia, o Documento de Arrecadação do Simples Nacional (DAS).

De acordo com Oliveira (2013), esse regime abrange tributos como IRPJ, CSLL, PIS, COFINS, IPI, CPP, ICMS e ISS, com o objetivo de facilitar o cumprimento das obrigações fiscais. Araújo (2008) complementa que, além da arrecadação unificada, o Simples Nacional estabelece um regime especial também para obrigações trabalhistas e previdenciárias.

O Simples Nacional apresenta diversas vantagens para as empresas que se enquadram, como alíquotas reduzidas e progressivas conforme a faixa de faturamento anual, que pode ser de até R$ 4,8 milhões, segundo o SEBRAE (2017). Além disso, empresas optantes por esse regime têm benefícios em processos licitatórios, como preferência no critério de desempate, o que estimula a participação das micro e pequenas empresas em compras públicas. Apesar dos benefícios, o regime não é adequado a todas as atividades, sendo necessário verificar os critérios de exclusão e o perfil de cada empresa.

### 2.2.2 Lucro Real

O Lucro Real é um regime tributário no qual os tributos são calculados com base no lucro efetivamente apurado pela empresa, após os ajustes de adições,

REMUNOM
ISSN 2178-6925

**Received:** 01/10/2025 - **Accepted:** 17/10/2025
**Vol**: 19.02
**DOI**: 10.61164/m9ytn395
**Pages:** 1-19

exclusões e compensações legais. Segundo Santos e Veiga (2014), é a partir desse resultado que se calcula o Imposto de Renda da Pessoa Jurídica (IRPJ) e a Contribuição Social sobre o Lucro Líquido (CSLL).

Esse regime é obrigatório para empresas com faturamento anual superior a R$ 78 milhões, instituições financeiras e aquelas que possuem receitas no exterior, conforme estabelece a Medida Provisória nº 612/2013 (Pinto, 2013). Uma de suas vantagens é a possibilidade de reduzir a carga tributária em períodos de baixa lucratividade ou prejuízo, uma vez que os tributos incidem sobre o lucro efetivo. O Lucro Real é recomendado para empresas com margens de lucro baixas ou que pretendem aproveitar incentivos fiscais e compensar prejuízos de períodos anteriores.

#### 2.2.3 Lucro Presumido

O Lucro Presumido é um regime de apuração simplificada do IRPJ e da CSLL, no qual a base de cálculo é determinada a partir de um percentual fixo da receita bruta, presumindo-se o lucro da empresa, independentemente do lucro real obtido. Segundo Fabretti (2014), esse modelo facilita o cálculo e a apuração dos tributos, sendo voltado para empresas com faturamento anual de até R$ 78 milhões.

Oliveira (2013) explica que a opção pelo Lucro Presumido é feita com o pagamento da primeira quota do imposto por meio de DARF específico. O percentual de presunção varia conforme a atividade da empresa, sendo, 8% para atividades comerciais e 32% para prestação de serviços. O Lucro Presumido é vantajoso para empresas que possuem alta lucratividade, pois a base de cálculo fixada pode ser inferior ao lucro real apurado, reduzindo a carga tributária efetiva.

### 2.3 Contabilidade para Serviços Digitais: Aplicações e Desafios

REMUNOM
ISSN 2178-6925

**Received:** 01/10/2025 - **Accepted:** 17/10/2025
**Vol**: 19.02
**DOI**: 10.61164/m9ytn395
**Pages:** 1-19

A contabilidade é uma das bases de avanço econômico e social da humanidade, acompanha o ser humano desde os primeiros vestígios de civilização. Conforme Iudícibus (2010, p. 16), "[...] a Contabilidade é tão antiga quanto o homem que pensa. Se quisermos ser pessimistas, é tão antiga quanto o homem que conta e que é capaz de simbolizar os objetos e seres do mundo por meio da escrita". Diante dessa perspectiva, é possível perceber que a contabilidade antecede a escrita e esteve presente nos primeiros registros comerciais, como a contagem de rebanhos, permutas e estoques de alimentos. Seu surgimento está diretamente ligado à necessidade de controle patrimonial, garantindo organização e segurança nas transações realizadas.

No Brasil, a história da contabilidade começa no período colonial, com o estabelecimento das primeiras alfândegas em 1530. Em 1549, foram criados armazéns alfandegários, e Portugal nomeou Gaspar Lamego como o primeiro Contador Geral das terras brasileiras (Reis e Silva, 2008). Durante o século XIX, com a vinda da família real portuguesa, houve avanços no ensino contábil, consolidando o papel da contabilidade no desenvolvimento econômico nacional (Sombra, 2013).

Atualmente, a contabilidade é uma ferramenta indispensável para a gestão de empresas e instituições públicas, proporcionando informações precisas para a tomada de decisão. A contabilidade tem mudado conforme a evolução da tecnologia, é mais rápida e simples, facilitando o dia a dia do contador e maior confiança nos serviços prestados aos clientes (Pimentel, 2023).

Desta forma, é correto mencionar que a transformação digital das últimas décadas alterou significativamente o modo como se desenvolvem as atividades econômicas, exigindo da contabilidade uma adaptação para acompanhar essa nova realidade. No ambiente digital, surgiram novas profissões e modelos de negócio, entre os quais se destacam os influenciadores digitais e criadores de conteúdo, que passaram a desempenhar papel relevante na economia criativa contemporânea (Sebrae, 2023).

No Brasil, os influenciadores digitais são classificados como prestadores de serviços e, como qualquer outro contribuinte, estão sujeitos às obrigações tributárias

REMUNOM
ISSN 2178-6925

**Received:** 01/10/2025 - **Accepted:** 17/10/2025
**Vol**: 19.02
**DOI**: 10.61164/m9ytn395
**Pages:** 1-19

definidas pela Receita Federal. Quando a remuneração ultrapassa os limites de isenção previstos pela legislação vigente, torna-se obrigatória a declaração de rendimentos por meio do Imposto de Renda Pessoa Física (IRPF) com aplicação de alíquotas sobre a renda que variam de 7,5% a 27,5%, além da contribuição ao Instituto Nacional do Seguro Social (INSS), realizada mensalmente pelo carnê-leão (RECEITA FEDERAL, 2023).

Embora muitos profissionais do meio digital atuem de maneira informal, a formalização tem se mostrado um caminho necessário para garantir maior segurança jurídica e eficiência na gestão financeira. A abertura de uma empresa possibilita o enquadramento legal da atividade, facilita a emissão de notas fiscais e reduz a carga tributária incidente, dentro dos parâmetros legais estabelecidos (Scalzilli, 2025).

Contudo, a escolha do regime tributário exige atenção, pois nem todas as atividades exercidas por influenciadores se enquadram nas categorias permitidas ao MEI. Muitos optam por utilizar o código CNAE 7319-0/02, referente a outras atividades de publicidade não especificadas anteriormente, ou o CNAE 9001-9/99, que contempla outras atividades artísticas. A escolha incorreta pode gerar inconsistências fiscais e problemas futuros com o Fisco (brasil, 2022).

Além da formalização, é necessário compreender que os rendimentos obtidos em plataformas como YouTube, Instagram e TikTok são considerados receitas decorrentes da prestação de serviços. Portanto, devem ser devidamente registrados, analisados e acompanhados por profissional contábil, que orientará sobre os recolhimentos de tributos como o ISS (Imposto Sobre Serviços), o IR (Imposto de Renda) e, em alguns casos, o PIS e a COFINS, dependendo do regime adotado (Almeida, 2021).

O papel do contador, nesse contexto, vai além da escrituração fiscal: envolve também o planejamento tributário, a análise de custos, a organização das finanças e o apoio estratégico à tomada de decisões. A ausência desse suporte pode resultar em prejuízos financeiros, autuações fiscais e comprometimento da reputação do profissional nas plataformas digitais, onde a transparência e a responsabilidade são cada vez mais exigidas (BRASIL, 2023).

REMUNOM
ISSN 2178-6925

**Received:** 01/10/2025 - **Accepted:** 17/10/2025
**Vol**: 19.02
**DOI**: 10.61164/m9ytn395
**Pages:** 1-19

Entre os desafios enfrentados, destaca-se a escassez de informação entre os próprios influenciadores sobre suas obrigações legais. Muitos iniciam suas atividades sem o devido conhecimento técnico, o que contribui para a informalidade e o risco de penalidades. Nesse cenário, é fundamental a atuação integrada entre profissionais da contabilidade e os criadores de conteúdo, promovendo orientação e conscientização sobre a importância da regularização fiscal (Almeida, 2021).

Dessa forma, a contabilidade na era digital se apresenta como uma ferramenta essencial à sustentabilidade financeira e jurídica das atividades digitais. Sua atuação contribui para a valorização do trabalho desses profissionais, que, cada vez mais, ganham espaço no mercado nacional e internacional, movimentando recursos expressivos e influenciando comportamentos de consumo. Adaptar-se às exigências fiscais e cumprir com as obrigações tributárias são passos fundamentais para consolidar esse novo modelo de negócio na economia contemporânea.

### 2.4 Importância da Contabilidade para Influenciadores Digitais: Aplicação da Legislação

Apesar da ausência de uma legislação específica que regule a atividade de influenciador digital no Brasil, as regras tributárias já existentes se aplicam de maneira direta, exigindo atenção especial na forma de contratação, na emissão de documentos fiscais e no recolhimento de tributos. Essa realidade torna indispensável o planejamento tributário e o apoio jurídico desde a fase de elaboração contratual até o cumprimento das obrigações acessórias (Almeida, 2021).

A relação contratual entre empresas e influenciadores pode ocorrer por meio de pessoa física ou jurídica, e essa escolha tem implicações relevantes na carga tributária. No caso de pessoas físicas, a empresa contratante deverá reter Imposto de Renda na Fonte (IRRF) com alíquotas progressivas e também realizar a contribuição ao INSS, conforme as normas de prestadores autônomos. Já quando o influenciador atua como pessoa jurídica, ele próprio se responsabiliza pelos tributos, variando conforme o regime tributário escolhido Simples Nacional, Lucro Presumido

REMUNOM
ISSN 2178-6925

**Received:** 01/10/2025 - **Accepted:** 17/10/2025
**Vol**: 19.02
**DOI**: 10.61164/m9ytn395
**Pages:** 1-19

ou Lucro Real. A correta análise do enquadramento fiscal pode representar economia tributária significativa e redução de riscos legais (Magalhães, 2025).

As diversas fontes de receita dos influenciadores, que vão além de pagamentos em dinheiro, como permutas, recebimento de produtos, monetização em plataformas digitais e transferências internacionais devem ser declarados com base em seu valor de mercado e tributados conforme sua natureza. A diversidade de rendimentos exige uma estrutura contábil organizada e atualizada, que permita registrar corretamente cada operação e garantir o cumprimento das exigências da Receita Federal (Scalzilli, 2025).

As empresas, por sua vez, devem se atentar não apenas ao recolhimento dos tributos principais, mas também às obrigações acessórias como retenções de ISS, envio da DIRF e manutenção da documentação fiscal. O uso de plataformas intermediárias pode facilitar o processo, mas não elimina a necessidade de fiscalização interna. Falhas na retenção ou no recolhimento correto dos tributos podem gerar penalidades severas, que comprometem financeiramente os negócios e afetam sua reputação perante o mercado e o Fisco (Almeida, 2021).

Diante disso, é imprescindível que as startups e agências formalizem suas contratações com cláusulas claras sobre a natureza dos serviços prestados, a forma de remuneração e a responsabilidade tributária de cada parte. Um contrato bem estruturado evita disputas futuras e contribui para o alinhamento estratégico das ações de marketing com a realidade legal e fiscal da empresa. Investir em consultoria especializada e em práticas contábeis preventivas é, portanto, um diferencial competitivo.

Em um ambiente onde a informalidade pode parecer tentadora, mas os riscos são altos, cumprir corretamente as exigências legais é mais do que uma obrigação: é uma estratégia de sobrevivência e crescimento. A profissionalização do relacionamento entre empresas e influenciadores fortalece o mercado como um todo e pavimenta o caminho para um ecossistema digital mais transparente, ético e sustentável.

REMUNOM
ISSN 2178-6925

**Received:** 01/10/2025 - **Accepted:** 17/10/2025
**Vol**: 19.02
**DOI**: 10.61164/m9ytn395
**Pages:** 1-19

## 3. Metodologia

### 3.1 Natureza de Abordagem

Este estudo utilizou a abordagem qualitativa, uma vez que o objetivo foi compreender de maneira profunda as complexas questões fiscais, tributárias e gerenciais que envolveram a contabilidade no universo dos influenciadores digitais e criadores de conteúdo. A pesquisa qualitativa, por sua natureza, ofereceu uma análise mais reflexiva e interpretativa, o que foi essencial para entender as dinâmicas de um mercado tão novo e com regulamentações em constante mudança (Silva, 2015).

### 3.2 Tipo de Pesquisa

Esta pesquisa foi desenvolvida por meio da abordagem exploratória e descritiva. O caráter exploratório é fundamental porque a contabilidade digital voltada para influenciadores ainda é um tema recente, com pouca literatura disponível. Assim, a pesquisa pretendeu ampliar o entendimento sobre as dificuldades contábeis que esse público enfrentava, além de identificar possíveis soluções para os problemas encontrados (Junior, 2024).

Por outro lado, o aspecto descritivo visou detalhar, com mais precisão, as especificidades fiscais, tributárias e gerenciais que impactavam o trabalho dos influenciadores digitais. A pesquisa descritiva ajudou a mapear as normativas vigentes e como elas influenciavam o cotidiano desses profissionais, além de possibilitar o levantamento de boas práticas que puderam ser seguidas por outros criadores de conteúdo (Junior, 2024).

### 3.3 Procedimentos Técnicos

REMUNOM
ISSN 2178-6925

**Received:** 01/10/2025 - **Accepted:** 17/10/2025
**Vol**: 19.02
**DOI**: 10.61164/m9ytn395
**Pages:** 1-19

Para atingir os objetivos do estudo, foram adotados procedimentos de pesquisa bibliográfica. A pesquisa bibliográfica foi feita por meio de livros, artigos científicos e documentos oficiais que tratavam da contabilidade para influenciadores digitais, regulamentação tributária e outras normativas contábeis relacionadas a esses influenciadores. Esse procedimento foi crucial, pois serviu como base para a construção do referencial teórico, permitindo que o estudo se apoiasse em conceitos consolidados e teorias que explicavam o fenômeno da contabilidade no contexto digital. Segundo Gil (2008), a pesquisa bibliográfica foi uma das formas mais eficazes de organizar o conhecimento existente sobre determinado tema, o que tornou possível aprofundar as discussões propostas neste trabalho.

Essa abordagem foi aplicada com o objetivo de examinar, de forma mais próxima, como se desenvolveu a produção acadêmica na área contábil, considerando aspectos como temáticas predominantes, lacunas existentes e contribuições para a prática profissional.

### 3.4 Análise dos Dados

A análise de dados foi realizada por levantamento de dados e conteúdos separados, desde artigos, leis, publicações em bancos de dados confiáveis. Após a leitura, foi realizada a separação e organização para construção dos resultados e discussões.

## 4. Resultados e Discussões

A análise realizada evidencia que a formalização como pessoa jurídica representa uma alternativa viável e vantajosa, pois possibilita a emissão de notas fiscais, a adequação ao regime tributário mais apropriado e a redução da carga fiscal em comparação ao recolhimento como pessoa física. Entre os regimes analisados, o Simples Nacional se mostra mais adequado para a maioria dos influenciadores de pequeno e médio porte, pela simplificação no recolhimento dos tributos e pela

REMUNOM
ISSN 2178-6925

**Received:** 01/10/2025 - **Accepted:** 17/10/2025
**Vol**: 19.02
**DOI**: 10.61164/m9ytn395
**Pages:** 1-19

unificação das obrigações acessórias. Já os regimes de Lucro Presumido e Lucro Real podem ser estratégicos em situações de maior volume de receitas ou em modelos de negócio diversificados.

O quadro a seguir apresenta um comparativo entre os regimes de tributação aplicáveis aos profissionais do mercado digital, destacando as principais características da atuação como pessoa física, bem como nos regimes Simples Nacional, Lucro Presumido e Lucro Real.

**Quadro 01:** Comparativo de Regimes Tributários

| Aspecto | Simples Nacional | Lucro Presumido | Lucro Real | Pessoa Física |
|---|---|---|---|---|
| Limite de faturamento | Até R$ 4,8 mi/ano | Até R$ 78 mi/ano | Sem limite | Sem limite, mas tributação progressiva pode ser alta |
| Complexidade | Baixa | Média | Alta | Baixa (declaração de IRPF) |
| Base de cálculo | Receita bruta (alíquota progressiva) | 32% da receita + tributos sobre receita | Lucro real (receita – despesas) | Tabela progressiva do IRPF (7,5% a 27,5%) |
| PIS/COFINS | Incluídos no DAS | 3,65% (cumulativo) | 9,25% (não cumulativo) | Não se aplica |
| ISS | Incluído no DAS | 2% a 5% | 2% a 5% | ISS devido no município (se caracterizado como prestação de serviço autônomo) |

REMUNOM
ISSN 2178-6925

**Received:** 01/10/2025 - **Accepted:** 17/10/2025
**Vol**: 19.02
**DOI**: 10.61164/m9ytn395
**Pages:** 1-19

| | | | | |
|---|---|---|---|---|
| Indicado para | Influenciadores iniciantes, pequenos e médios | Influenciadores com alta margem e poucas despesas | Influenciadores grandes, com equipe e custos altos | Atuação informal ou autônoma, sem estrutura empresarial |

**Fonte:** Autoras (2025)

Os resultados do quadro acima demonstram que a profissionalização e a escolha do regime tributário para profissionais que atuam no mercado digital, utilizando-se de práticas contábeis adequadas fortalece a credibilidade desses profissionais, aumenta sua competitividade e contribui para a consolidação de um ambiente digital com foco nos resultados e redução da carga fiscal e tributária.

Ressalta-se também que a ausência de contabilidade estruturada compromete não apenas a regularidade fiscal, mas também o planejamento estratégico e a gestão financeira. Nesse sentido, a contabilidade não deve ser vista apenas como obrigação legal, mas como ferramenta de gestão capaz de apoiar decisões relacionadas a investimentos, parcerias e expansão de mercado.

Portanto, os resultados obtidos ressaltam que a contabilidade aplicada ao mercado digital pode auxiliar de maneira decisiva na regularização fiscal, no planejamento financeiro e na sustentabilidade das atividades dos influenciadores digitais e criadores de conteúdo.

## 5. Conclusões

O estudo evidenciou que a contabilidade exerce um papel essencial na profissionalização e sustentabilidade das atividades dos influenciadores digitais e criadores de conteúdo. Em um cenário marcado pela expansão do mercado digital e pela crescente complexidade das obrigações fiscais e tributárias, a atuação contábil se mostra indispensável para garantir organização financeira, regularidade legal e segurança nas relações comerciais.

REMUNOM
ISSN 2178-6925

**Received:** 01/10/2025 - **Accepted:** 17/10/2025
**Vol**: 19.02
**DOI**: 10.61164/m9ytn395
**Pages:** 1-19

A pesquisa demonstrou que a escolha adequada do regime tributário, a formalização por meio de pessoa jurídica e a adoção de boas práticas contábeis possibilitam não apenas a redução de riscos e custos, mas também a ampliação das oportunidades de crescimento desses profissionais. Portanto, destaca-se o papel da contabilidade como fundamental para consolidar esse novo modelo de negócio na economia contemporânea.

Espera-se que este estudo estimule novas pesquisas e práticas voltadas à contabilidade digital, ampliando o debate e promovendo maior conscientização sobre a importância da regularização e do planejamento financeiro no universo dos criadores de conteúdo.

## Referências

**ALMEIDA, J.** *Economia digital e a necessidade de regulamentação fiscal.* Brasília: Editora do Senado, 2021.

**COMISSÃO DE VALORES MOBILIÁRIOS (CVM).** *Influenciadores digitais e o mercado de capitais brasileiro: estudo a partir da metodologia de Análise de Impacto Regulatório.* Assessoria de Análise Econômica e Gestão de Riscos (ASA), abr. 2023. Disponível em: https://www.gov.br/cvm/pt-br/centrais-de-conteudo/publicacoes/estudos/20230418-air-influenciadores.pdf. Acesso em: 6 mar. 2025.

**JUNIOR, Gilmar Antoniassi** (org.). *Manual de metodologia científica.* 3. ed. Patos de Minas: Faculdade Patos de Minas – FPM, 2024. 137 f. (Manual para Elaboração de Trabalhos Acadêmico-Científicos. Cursos de Graduação e Especialização – FPM/FCJP/FCC/FPC). ISBN 978-65-00-98564-1. Disponível em: https://faculdadepatosdeminas.edu.br/pdf/20240422038592024---manual-metodologia.pdf. Acesso em: 15 mar. 2025.

**MAGALHÃES, Antônio Rubens.** *Necessidade de tributação das atividades de influencer digital.* Monografia (Graduação em Direito) – Universidade Federal de

REMUNOM
ISSN 2178-6925

**Received:** 01/10/2025 - **Accepted:** 17/10/2025
**Vol**: 19.02
**DOI**: 10.61164/m9ytn395
**Pages:** 1-19

Ouro Preto, 2025. Disponível em: https://www.monografias.ufop.br/bitstream/35400000/7684/1/MONOGRAFIA_NecessidadeTributa%C3%A7%C3%A3oAtividades.pdf. Acesso em: 10 maio 2025.

**PIMENTEL, Ingrid Nunes; FERNANDES, Larissa Huebra; GONÇALVES PRAZER, Mônica Vieira; FRAGA, Brendow de Oliveira.** *Vantagens e desafios da contabilidade digital no cenário atual: uma revisão bibliográfica.* 2023. Disponível em: https://faculdadedofuturo.com.br/wp-content/uploads/2023/05/TCC-Vantagens-e-Desafios-da-Contabilidade-Digital-no-Censrio-Atual-uma-revisOo-bibliogrsfica-3.pdf. Acesso em: 20 mar. 2025.

**REIS, Aline de Jesus; SILVA, Selma Leal da.** *A história da contabilidade no Brasil.* 2008.

**SCALZILLI, Roberta.** *A tributação do influenciador digital: reflexões sobre transparência e uso da inteligência artificial nas mídias digitais. FABIN*, v. 1, n. 1, 2025. Disponível em: https://fabin.edu.br/revista/index.php/1/article/view/8. Acesso em: 10 maio 2025.

**SEBRAE.** *Em 2º lugar no ranking mundial, influenciadores brasileiros buscam se capacitar como empreendedores.* 2024. Disponível em: https://agenciasebrae.com.br/cultura-empreendedora/em-2o-lugar-no-ranking-mundial-influenciadores-brasileiros-buscam-se-capacitar-como-empreendedores/. Acesso em: 20 mar. 2025.

**SEBRAE.** *Guia prático do influencer profissional.* 2024. Disponível em: https://sebrae.com.br/Sebrae/Portal%20Sebrae/Influenciadores%20Digitais/Arquivos/NICX%20-%20SEBRAE%20-%20Ebook.Guia%20pr%C3%A1tico%20do%20influencer%20profissional.pdf. Acesso em: 20 mar. 2025.

**SEBRAE.** *Influenciadores digitais.* 2024. Disponível em: https://sebrae.com.br/sites/PortalSebrae/criadoresdeconteudo/influenciadores-

REMUNOM
ISSN 2178-6925

**Received:** 01/10/2025 - **Accepted:** 17/10/2025
**Vol**: 19.02
**DOI**: 10.61164/m9ytn395
**Pages:** 1-19

digitais,b7a49ccf4a293910VgnVCM1000001b00320aRCRD. Acesso em: 20 mar. 2025.

**SILVA, Airton Marques da.** *Metodologia da pesquisa.* 2. ed. rev. Fortaleza: EDUECE, 2015. Disponível em: https://educapes.capes.gov.br/bitstream/capes/432206/2/Livro_Metodologia%20da%20Pesquisa%20-%20Comum%20a%20todos%20os%20cursos.pdf. Acesso em: 15 mar. 2025.

**SILVA, Karen Hoffmann Jardim da.** *Contabilidade digital: impactos da transformação digital na contabilidade e como os profissionais estão se adaptando à nova realidade.* Trabalho de Conclusão de Curso (Bacharelado em Ciências Contábeis) – Universidade de Caxias do Sul, 2023. Disponível em: https://repositorio.ucs.br/xmlui/handle/11338/12592. Acesso em: 6 mar. 2025.

**SOMBRA, Ricardo de Souza.** *Contabilidade: descoberta, evolução e globalização de uma ciência.* Curso de Ciências Contábeis. Fortaleza, CE: Faculdades Cearenses, 2013. Disponível em: http://ww2.faculdadescearenses.edu.br/biblioteca/TCC/CCO/CONTABILIDADE%20. Acesso em: 6 mar. 2025.