

REVISTA CIENTÍFICA ACERTTE
ISSN 2763-8928

A INCIDÊNCIA DO ISS NAS ATIVIDADES DOS INFLUENCIADORES DIGITAIS: DESAFIOS TRIBUTÁRIOS NA CREATOR ECONOMY

THE INCIDENCE OF ISS ON DIGITAL INFLUENCERS' ACTIVITIES: TAX CHALLENGES IN THE CREATOR ECONOMY

LA INCIDENCIA DEL ISS EN LAS ACTIVIDADES DE LOS INFLUENCERS DIGITALES: DESAFÍOS TRIBUTARIOS EN LA ECONOMÍA DE CREADORES

Isabela Stefani Malaman[1], Luccas Pinheiro Coelho[2]

e511279
https://doi.org/10.63026/acertte.v5i11.279

PUBLICADO: 11/2025

RESUMO

O presente artigo analisa a incidência do Imposto sobre Serviços de Qualquer Natureza (ISS) nas atividades dos influenciadores digitais, no contexto da Creator Economy. Com a expansão das mídias sociais e a consolidação da economia digital, novas formas de prestação de serviços surgiram, desafiando a legislação tributária tradicional. O estudo investiga a definição legal de publicidade, a base de cálculo do tributo, as alíquotas aplicáveis e a ausência de regulamentação específica, além de analisar publicidades não identificadas, permutas e disparidades municipais na cobrança do imposto. Conclui-se que a inexistência de um marco legal específico para atividades digitais gera insegurança jurídica e potencial perda de arrecadação municipal, demandando atualização legislativa e uniformização interpretativa.

PALAVRAS-CHAVE: ISS. Creator Economy. Influenciadores digitais. Direito Tributário. Publicidade digital.

ABSTRACT

This article analyzes the incidence of the Tax on Services of Any Kind (ISS) on the activities of digital influencers within the context of the Creator Economy. With the expansion of social media and the consolidation of the digital economy, new forms of service provision have emerged, challenging traditional tax legislation. The study examines the legal definition of advertising, the tax base, applicable rates, and the absence of specific regulation, as well as issues related to undisclosed advertising, barter transactions, and municipal disparities in tax collection. It concludes that the lack of a specific legal framework for digital activities generates legal uncertainty and potential revenue loss for municipalities, requiring legislative updates and interpretative standardization.

KEYWORDS: *ISS. Creator Economy. Digital influencers. Tax Law. Digital advertising.*

RESUMEN

Este artículo analiza la incidencia del Impuesto sobre Servicios de Cualquier Naturaleza (ISS) en las actividades de los influencers digitales en el contexto de la Creator Economy. Con la expansión de las redes sociales y la consolidación de la economía digital, han surgido nuevas formas de prestación de servicios, desafiando la legislación tributaria tradicional. El estudio investiga la definición legal de publicidad, la base imponible, las tasas aplicables y la ausencia de regulación específica, así como los problemas de publicidad no identificada, permutas y disparidades municipales en la recaudación del impuesto. Se concluye que la inexistencia de un marco legal específico para las actividades digitales genera inseguridad jurídica y una potencial pérdida de recaudación municipal, requiriendo actualización legislativa y estandarización interpretativa.

[1] Graduanda em Direito pela Faculdade de Direito da Universidade Presbiteriana Mackenzie.
[2] Graduando em Direito pela Faculdade de Direito da Universidade Presbiteriana Mackenzie.

©2025. Este artigo é publicado em acesso aberto (Open Access) sob a licença Creative Commons Atribuição 4.0 Internacional (CC-BY), que permite uso, distribuição e reprodução irrestritos em qualquer meio, desde que o autor original e a fonte sejam creditados.

PALABRAS CLAVE: *ISS. Creator Economy. Influencers digitales. Derecho Tributario. Publicidad Digital.*

1 INTRODUÇÃO

Nos últimos anos, a transformação digital trouxe mudanças profundas na forma como as pessoas consomem informações, produtos e serviços. Nesse cenário, surgiu a chamada Creator Economy, que se refere à economia baseada na criação de conteúdo digital por indivíduos ou pequenos grupos. Influenciadores digitais, YouTubers, streamers e criadores de conteúdo em plataformas como Instagram, TikTok e YouTube passaram a exercer um papel central na publicidade e no marketing digital. Além de produzirem conteúdo, esses profissionais estabelecem parcerias com empresas, firmam contratos de patrocínio e recebem diferentes formas de remuneração, o que torna suas atividades complexas e muitas vezes difíceis de enquadrar na legislação atual.

A publicidade digital apresenta características muito distintas da publicidade tradicional. Antigamente, anúncios eram veiculados em meios de comunicação de massa, como televisão, rádio e jornais, com regras claras sobre veiculação e tributação. Hoje, a propaganda muitas vezes está inserida no conteúdo pessoal dos influenciadores, tornando difícil identificar quando um vídeo ou postagem tem caráter publicitário. Essa realidade desafia o sistema tributário brasileiro, especialmente no que diz respeito à aplicação do Imposto sobre Serviços de Qualquer Natureza (ISS), tributo municipal regulamentado pela Lei Complementar nº 116/2003.

O ISS foi criado em um contexto em que os serviços eram prestados de forma física e localizada. Com a digitalização, muitos serviços passam a ser prestados de maneira remota, descentralizada e global. Isso gera desafios para a tributação municipal, pois o imposto incide sobre o preço do serviço, mas na economia digital o valor pode variar: influenciadores recebem pagamentos em dinheiro, produtos, participação em eventos, permutas e outros tipos de remuneração. Além disso, a legislação não prevê regras claras sobre publicidade digital não identificada, o que dificulta a fiscalização e pode criar desigualdade entre quem formaliza suas atividades e quem atua de forma informal.

A importância econômica da Creator Economy é evidente. No Brasil, milhares de criadores de conteúdo movimentam bilhões de reais e geram empregos diretos e indiretos. Isso mostra que a tributação dessas atividades não é apenas uma questão jurídica, mas também econômica e social. É fundamental que o Estado encontre formas de tributar corretamente essas atividades sem prejudicar a inovação, a criatividade e a competitividade dos criadores nacionais frente ao mercado global.

Diante desse contexto, o presente trabalho busca analisar a incidência do ISS sobre influenciadores digitais, considerando os desafios da economia digital e da informalidade nas práticas de publicidade. O estudo pretende examinar a legislação, doutrina e jurisprudência relacionadas, identificar lacunas e propor possíveis soluções interpretativas, sempre considerando a importância de políticas públicas que integrem Direito, tecnologia e educação fiscal.

Em resumo, esta introdução mostra que a tributação de influenciadores digitais é um tema atual e relevante, que envolve Direito Tributário, economia digital e políticas públicas. O trabalho pretende, assim, compreender como o ISS pode se aplicar às atividades digitais, apontando caminhos para uma modernização da legislação sem prejudicar a inovação e a liberdade econômica.

2. METODOLOGIA

A pesquisa adotou abordagem qualitativa, exploratória e descritiva, buscando compreender a incidência do ISS nas atividades dos influenciadores digitais no contexto da Creator Economy. Conforme Gil (2019), a pesquisa qualitativa prioriza a interpretação e análise de fenômenos complexos, enfatizando a compreensão de significados e contextos, em vez da quantificação numérica. Nesse sentido, o estudo se fundamentou em análise de normas legais, doutrina especializada, decisões judiciais, relatórios técnicos e textos acadêmicos relacionados à tributação de serviços digitais.

O caráter exploratório da pesquisa justifica-se pela relativa novidade do tema e pela ausência de consolidação teórica sobre a tributação de atividades digitais. A abordagem descritiva permitiu mapear práticas fiscais, interpretações doutrinárias e dificuldades enfrentadas pelos municípios na aplicação do ISS a influenciadores, oferecendo uma visão detalhada do cenário atual. A pesquisa concentrou-se em identificar lacunas normativas, ambiguidades e possíveis caminhos interpretativos que possam subsidiar futuras atualizações legais.

Como técnicas principais, foram empregadas a pesquisa bibliográfica e documental. A bibliográfica envolveu a análise de obras jurídicas nacionais e internacionais sobre ISS, Direito Tributário Digital e Economia Criativa, enquanto a documental contemplou normas legais, decretos, instruções normativas e decisões de tribunais relacionadas ao tema. Esses procedimentos possibilitaram compreender os fundamentos legais da tributação de serviços e os desafios impostos pela economia digital ao sistema tributário vigente.

O estudo também utilizou o método dedutivo, partindo de princípios gerais do Direito Tributário, como legalidade, tipicidade e capacidade contributiva, para analisar sua aplicação às atividades dos influenciadores digitais. Além disso, a pesquisa adotou perspectiva comparativa e interdisciplinar, considerando experiências internacionais e dialogando com áreas como economia digital, comunicação e marketing de influência. Essa combinação metodológica permitiu interpretar as normas vigentes à luz das transformações tecnológicas e culturais, garantindo coerência e fundamentação teórica ao trabalho.

3. DESENVOLVIMENTO

3.1 Aspectos legais do ISS e a Lei Complementar nº 116/2003

O ISS é um tributo de competência municipal, regulado principalmente pela Lei Complementar nº 116/2003. Essa lei define os serviços sujeitos à tributação e estabelece conceitos como fato gerador e base de cálculo. Martins (2017) destaca que, embora a lei tenha sido elaborada em um contexto

analógico, seus princípios continuam sendo a base para a interpretação tributária, exigindo uma adaptação às novas formas de prestação de serviços digitais. Esse estudo mostra que compreender esses conceitos é essencial para aplicar o ISS corretamente às atividades dos influenciadores digitais.

O enquadramento das atividades de influenciadores como serviços de publicidade é um ponto central. Martins (2017) explica que, em teoria, a atividade de influenciadores se enquadra nessa categoria, mas apresenta características próprias, como remuneração variada e interação direta com as marcas, que dificultam a definição do fato gerador. Essa complexidade evidencia que a legislação precisa ser interpretada com cautela e de maneira contextualizada, considerando a realidade da economia digital.

Além disso, a análise normativa revela lacunas e ambiguidades que dificultam a fiscalização e a arrecadação. A ausência de menção expressa às atividades digitais gera insegurança jurídica, pois os municípios precisam aplicar a lei de forma extensiva. Isso pode criar desigualdade de tratamento entre contribuintes, evidenciando a necessidade de atualização legislativa e maior clareza na interpretação das normas existentes.

3.2 Influenciadores digitais e a economia de consumo nas redes sociais

Os influenciadores digitais transformaram a forma como as pessoas consomem produtos e serviços, criando uma relação direta entre criadores e público. Peres e Karhawi (2017) apontam que essas atividades geram impacto significativo nas decisões de consumo, tornando complexa a determinação da base de cálculo do ISS, uma vez que as remunerações podem envolver dinheiro, permutas ou bônus por engajamento.

Essa diversidade de formas de pagamento dificulta a aplicação das regras tradicionais do ISS. Peres e Karhawi (2017) reforçam que a descentralização e informalidade da economia digital aumentam a complexidade da fiscalização e podem resultar em perda de arrecadação municipal. O estudo mostra que o modelo atual de tributação não foi pensado para lidar com essas novas práticas econômicas e precisa ser adaptado.

Além disso, a pesquisa evidencia que a regulamentação inadequada gera desafios econômicos e jurídicos. A falta de transparência das plataformas digitais dificulta o acesso a informações sobre receitas e contratos, prejudicando a identificação dos contribuintes e a arrecadação. Essas questões reforçam a necessidade de políticas de cooperação tecnológica entre o fisco e as plataformas, bem como de atualização normativa que contemple a realidade digital.

3.3 Desafios na aplicação do ISS às atividades digitais

A aplicação do ISS às atividades dos influenciadores enfrenta dificuldades em relação à definição de base de cálculo e alíquotas. A lei prevê que o imposto incide sobre o “preço do serviço”, mas a multiplicidade de formas de remuneração torna a mensuração do valor tributável complicada. Carvalho (2022) observa que essa incerteza gera insegurança jurídica e aumenta a possibilidade de conflitos entre contribuintes e autoridades fiscais.

Outro desafio está na fiscalização das atividades digitais. A informalidade e a ausência de contratos formais dificultam o acompanhamento das transações pelos municípios. Machado (2021) destaca que a descentralização da economia digital exige novos mecanismos de monitoramento, incluindo integração tecnológica e uso de dados das plataformas, para que a tributação seja eficaz e justa.

Por fim, a aplicação do ISS em atividades digitais precisa considerar princípios jurídicos fundamentais, como legalidade, tipicidade e capacidade contributiva. Costa (2015) explica que esses princípios são essenciais para garantir que a tributação seja proporcional e adequada à realidade econômica do contribuinte, evitando excessos e assegurando justiça fiscal. Assim, a adaptação das normas ao contexto digital deve buscar equilíbrio entre a arrecadação municipal e a liberdade econômica, sem desestimular a inovação. Martins (2017) reforça que a interpretação sistemática das normas é essencial para garantir segurança jurídica na tributação de serviços digitais.

.

3.4 Lacunas e desafios na legislação tributária

A Lei Complementar nº 116/2003 não prevê expressamente a tributação de serviços digitais, o que gera lacunas interpretativas para os municípios. Martins (2017) explica que, nesse contexto, os gestores públicos precisam aplicar a lei de forma extensiva, utilizando conceitos de publicidade e propaganda para enquadrar as atividades dos influenciadores. Essa adaptação pode gerar insegurança jurídica e desigualdade de tratamento entre contribuintes.

Além das lacunas normativas, há desafios práticos na fiscalização das atividades digitais. Peres e Karhawi (2017) apontam que a informalidade e a ausência de contratos formais dificultam o acompanhamento das transações, e que a falta de dados das plataformas digitais impede que os municípios identifiquem corretamente os contribuintes. Isso cria riscos de evasão fiscal e concorrência desleal entre os influenciadores.

Outro ponto crítico é a definição da territorialidade e da base de cálculo. Como os serviços digitais são, em grande parte, desterritorializados, os municípios enfrentam dificuldades para aplicar as alíquotas corretas. Carvalho (2022) ressalta que essa fragmentação aumenta a complexidade tributária, evidenciando a necessidade de uniformização interpretativa e de medidas normativas que considerem a natureza global das transações digitais.

3.5 A importância da modernização normativa

A atualização da legislação é essencial para adaptar o ISS às novas formas de prestação de serviços digitais. Martins (2017) defende a inclusão expressa de atividades como marketing de influência e produção de conteúdo patrocinado na lista de serviços tributáveis. Essa medida permitiria maior clareza e segurança jurídica para contribuintes e autoridades fiscais, reduzindo ambiguidades e conflitos interpretativos. Nesse sentido, Carvalho (2024) observa que a proposta de reforma tributária brasileira, ao introduzir o Imposto Seletivo, demonstra a necessidade de repensar a estrutura tributária

para acompanhar as transformações econômicas, o que também deve ocorrer em relação à economia digital.

Além da atualização legal, a modernização passa pelo estabelecimento de critérios objetivos para a base de cálculo e alíquotas, incluindo possibilidades de regimes simplificados para pequenos criadores. Peres e Karhawi (2017) sugerem que a criação de um "Simples Digital" poderia incentivar a formalização e aumentar a arrecadação municipal, ao mesmo tempo em que preserva a competitividade da economia criativa.

Por fim, a modernização normativa deve ser acompanhada de integração tecnológica. Machado (2021) enfatiza que a cooperação entre municípios e plataformas digitais, respeitando a LGPD, é essencial para que a fiscalização seja eficiente. O uso de big data e inteligência artificial pode ajudar a identificar receitas e contratos publicitários, permitindo uma tributação mais justa e transparente.

3.6 Aspectos econômicos e sociais da tributação de influenciadores

O crescimento da Creator Economy impacta diretamente a economia digital e o mercado de trabalho. Peres e Karhawi (2017) destacam que os influenciadores movimentam bilhões de reais e geram empregos diretos e indiretos, sendo atores econômicos relevantes. A tributação adequada é necessária para garantir arrecadação e justiça fiscal, sem desestimular a inovação.

Ao mesmo tempo, a informalidade e a falta de regulamentação específica afetam a competitividade. Influenciadores que atuam fora da legalidade ganham vantagens econômicas sobre aqueles que cumprem suas obrigações fiscais, gerando distorções no mercado. Carvalho (2022) reforça que a formalização, aliada a políticas de incentivo e educação fiscal, é crucial para equilibrar liberdade econômica e arrecadação municipal.

A tributação também possui dimensão social, pois o ISS arrecadado contribui para serviços públicos locais. Machado (2021) ressalta que, para que a tributação seja efetiva, é necessário conciliar princípios jurídicos, proteção do consumidor e inovação tecnológica. Assim, o desafio é criar um modelo tributário que seja justo, eficiente e capaz de acompanhar as transformações da economia digital.

3.7 Integração internacional e experiências comparadas

O estudo comparativo com outros países permite identificar boas práticas que podem inspirar a modernização do ISS no Brasil. Países da União Europeia, Estados Unidos e Reino Unido têm desenvolvido instrumentos específicos para tributação de serviços digitais, como o Digital Services Tax (DST), visando reduzir a evasão fiscal e aumentar a transparência. Esses modelos oferecem experiências que podem ser adaptadas ao contexto brasileiro.

A integração internacional também evidencia a necessidade de harmonização normativa. Carvalho (2022) destaca que a tributação de serviços digitais, em razão de sua natureza transnacional, exige cooperação entre jurisdições e padronização de critérios. A adoção de parâmetros claros sobre

territorialidade e base de cálculo pode reduzir conflitos e garantir que as operações digitais sejam tributadas de forma justa.

Além disso, experiências internacionais mostram que a tecnologia é um elemento central para a fiscalização. Peres e Karhawi (2017) observam que o uso de plataformas digitais e sistemas automatizados de monitoramento permite identificar transações e contratos publicitários de maneira mais eficiente. A aplicação desses recursos no Brasil pode fortalecer a arrecadação e reduzir a informalidade.

3.8 Educação fiscal e cultura de formalização

A educação fiscal é uma ferramenta estratégica para estimular a formalização dos influenciadores digitais. Machado (2021) destaca que campanhas educativas podem aumentar a compreensão sobre obrigações tributárias, esclarecendo dúvidas sobre o ISS e os impactos da economia digital na arrecadação municipal.

A cultura de formalização também contribui para a equidade econômica. Martins (2017) explica que influenciadores que cumprem suas obrigações fiscais participam de um mercado mais justo, evitando concorrência desleal. Ao mesmo tempo, o fortalecimento da formalização permite ao Estado arrecadar recursos que podem ser revertidos em serviços públicos de qualidade.

Por fim, a educação fiscal deve ser contínua e adaptada ao contexto digital. Peres e Karhawi (2017) sugerem que a utilização de plataformas de ensino, conteúdo online e parcerias com associações de criadores pode tornar a informação acessível, promovendo adesão voluntária e reduzindo a informalidade de forma sustentável.

CONSIDERAÇÕES

O desenvolvimento deste estudo evidenciou que a tributação das atividades digitais, especialmente aquelas desempenhadas por influenciadores, ainda enfrenta grandes desafios legais, econômicos e tecnológicos. Carvalho (2022) ressalta que a legislação atual não acompanha a velocidade das transformações digitais, o que torna a aplicação do ISS complexa e desigual. Essa constatação reforça que o Direito Tributário precisa se adaptar às novas dinâmicas da economia digital, sob pena de se tornar ineficaz na regulação dessas atividades.

A análise da incidência do ISS sobre influenciadores digitais revelou que a Lei Complementar nº 116/2003, apesar de ser o principal instrumento normativo, não contempla adequadamente as especificidades da Creator Economy. As atividades desses profissionais envolvem múltiplas formas de remuneração, como pagamentos financeiros, permutas e bônus por engajamento, além de relações diretas com marcas e plataformas. Essa diversidade torna a aplicação do imposto mais complexa e evidencia lacunas que comprometem a segurança jurídica e a justiça fiscal.

Outro ponto relevante identificado foi a informalidade e a falta de transparência na prestação de serviços digitais. A ausência de contratos formais, a existência de publicidades não identificadas e a dificuldade de fiscalização pelos órgãos municipais reduzem a arrecadação e geram concorrência

desleal. Além disso, a variedade de alíquotas e a desterritorialização dos serviços digitais aumentam a insegurança jurídica, tornando necessária a criação de parâmetros claros e uniformes para a base de cálculo e para o enquadramento do ISS.

A pesquisa também mostrou que a modernização normativa, aliada à integração tecnológica e à educação fiscal, é essencial para equilibrar arrecadação e liberdade econômica. Martins (2017) e Peres e Karhawi (2017) destacam que políticas de incentivo à formalização e regimes simplificados, como um possível "Simples Digital", podem fortalecer a economia criativa sem sobrecarregar os contribuintes. Nessa mesma linha, Costa (2015) observa que o sistema tributário deve sempre respeitar os princípios da legalidade, da tipicidade e da capacidade contributiva, assegurando que a tributação seja justa, proporcional e compatível com a realidade econômica de cada contribuinte.

Para enfrentar as lacunas identificadas, o estudo sugere três caminhos principais: (i) atualização legislativa, com a inclusão de atividades digitais no rol de serviços do ISS e a criação de regimes diferenciados para pequenos criadores; (ii) integração tecnológica, por meio do compartilhamento de dados entre plataformas e órgãos fiscais, em conformidade com a Lei Geral de Proteção de Dados (LGPD); e (iii) educação fiscal, promovendo campanhas voltadas a influenciadores sobre suas obrigações tributárias e os benefícios da formalização. Essas medidas visam alcançar um equilíbrio entre arrecadação, justiça fiscal e incentivo à inovação.

Por fim, a harmonização nacional e a observação de experiências internacionais oferecem caminhos para um sistema tributário mais justo e eficiente. Machado (2021) ressalta que a tributação de influenciadores digitais deve conciliar princípios jurídicos, inovação tecnológica e justiça fiscal, de modo a garantir segurança jurídica e promover o crescimento sustentável da Creator Economy no Brasil.

Em síntese, a tributação das atividades digitais representa tanto um desafio quanto uma oportunidade. A modernização do ISS deve buscar eficiência arrecadatória, equidade fiscal e respeito à liberdade econômica, incentivando a formalização sem comprometer a criatividade e o potencial de crescimento do setor. O futuro da tributação digital dependerá, portanto, da capacidade do Estado brasileiro de conciliar o dever de tributar com o estímulo à inovação e à economia de influência.

REFERÊNCIAS

BRASIL. **Decreto nº 57.690, de 11 de janeiro de 1966.** Regulamenta a Lei nº 4.680/1965. Diário Oficial da União, Brasília, 11 jan. 1966.

BRASIL. **Lei Complementar nº 116, de 31 de julho de 2003.** Dispõe sobre o Imposto sobre Serviços de Qualquer Natureza (ISS). Diário Oficial da União, Brasília, 31 jul. 2003.

BRASIL. **Lei Geral de Proteção de Dados Pessoais – LGPD, Lei nº 13.709, de 14 de agosto de 2018.** Diário Oficial da União, Brasília, 14 ago. 2018.

BRASIL. **Lei nº 4.680, de 18 de abril de 1965.** Dispõe sobre o exercício da profissão de publicitário. Diário Oficial da União, Brasília, 18 abr. 1965.



REVISTA CIENTÍFICA ACERTTE
ISSN 2763-8928

BRASIL. **Superior Tribunal de Justiça (STJ).** Decisões sobre incidência do ISS e economia digital. Disponível em: https://www.stj.jus.br. Acesso em: 11 set. 2025.

BRASIL. **Supremo Tribunal Federal (STF).** Decisões sobre tributação de serviços digitais e publicidade. Disponível em: https://www.stf.jus.br. Acesso em: 11 set. 2025.

CARVALHO, Paulo de Barros. **Curso de Direito Tributário.** 28. ed. São Paulo: Saraiva, 2022.

CARVALHO, R. M. C. de. O imposto seletivo e suas semelhanças com as excise taxes na tributação de bens e serviços na proposta da reforma tributária brasileira. **Revista Científica Acertte**, v. 4, n. 2, e42176, 2024. DOI: https://doi.org/10.63026/acertte.v4i2.176.

CONFEDERAÇÃO NACIONAL DE MUNICÍPIOS (CNM). **Guia de Tributação Municipal de Serviços Digitais.** Brasília: CNM, 2022.

CONSELHO NACIONAL DE AUTO-REGULAÇÃO PUBLICITÁRIA (CONAR). **Diretrizes de Publicidade Digital.** São Paulo: CONAR, 2021.

COSTA, Regina Helena. **Curso de Direito Tributário**. São Paulo: RT, 2015.

GIL, Antonio Carlos. **Métodos e técnicas de pesquisa social**. 7. ed. São Paulo: Atlas, 2019.

MACHADO, Hugo de Brito. **Direito Tributário.** 38. ed. São Paulo: Malheiros, 2021.

MARTINS, Ives Gandra da Silva. **Comentários à Lei Complementar nº 116/2003**. São Paulo: RT, 2017.

PERES, Rodrigo; KARHAWI, Igor. **Influenciadores Digitais e o Consumo nas Redes Sociais**. São Paulo: USP, 2017.