

# Vozes da Influência

Percepções de criadores digitais sobre identidade, mercado e responsabilidade



Este estudo investiga como criadores de conteúdo digital brasileiros percebem os desafios éticos, econômicos e institucionais associados à sua atividade profissional. A partir de entrevistas em profundidade e grupos focais com **24 criadores de conteúdo**, o **Reglab** e o **Redes Cordiais**, com apoio do **YouTube Brasil**, buscou incorporar evidências empíricas ao debate sobre criadores de conteúdo digital. Dentre os principais achados da análise, destacamos:

## A crise de identidade da profissão

**I** A criação de conteúdo digital é percebida como uma atividade profissional em consolidação, marcada por disputas de legitimidade e enquadramento social. Muitos rejeitam o termo “influenciador”, associado a estereótipos de superficialidade e publicidade indiscriminada, e preferem categorias como “criador de conteúdo” ou “comunicador” para afirmar competência, responsabilidade e valor público. Essa disputa afeta até a credibilidade com a audiência, o posicionamento frente a marcas e agências e a capacidade de organizar parâmetros mínimos de profissionalização e reconhecimento.

## O mercado de influência, dilemas éticos e o desafio da profissionalização

**II** A publicidade é uma fonte de renda significativa para os criadores de conteúdo em geral e, muitas vezes, é atravessada por dilemas éticos e assimetrias nas relações com marcas e agências, o que se manifesta em negociações pouco transparentes e prazos de pagamento estendidos. Essa vulnerabilidade comercial é também agravada pela dependência de plataformas digitais, que são essenciais, porém consideradas pouco transparentes. Diante disso, os criadores defendem uma maior organização institucional do setor, que inclua parâmetros contratuais mínimos.

## O custo da exposição pública e o impacto na saúde mental

**III** A gestão da exposição pública afeta diretamente a saúde mental dos criadores. Os participantes relatam uma pressão constante por desempenho, ditada por métricas de engajamento que exigem presença ininterrupta nas redes para evitar a perda de relevância. Esse cenário ainda conta com a toxicidade do ambiente digital, no qual criadores enfrentam comentários negativos e discursos de ódio, muitas vezes sem suporte adequado de moderação.



reglab  
centro de estratégia  
& regulação

[www.reglab.com.br](http://www.reglab.com.br)  
Instagram | LinkedIn



[www.redescordiais.com.br](http://www.redescordiais.com.br)  
Instagram | LinkedIn



Acesse [aqui](#) o estudo completo e saiba mais!