CONTEXTO REGLAB

Promoção e profissionalização da economia dos criadores

um mapeamento exploratório internacional

reglab

centro de estratégia
& regulação



Sobre o Reglab

Somos um **centro de pesquisa privado especializado no setor de mídia e tecnologia**, que auxilia empresas, associações e formuladores de políticas a tomarem decisões estratégicas baseadas em dados e evidências.

Saiba mais em **www.reglab.com.br**

Sobre a Série Contexto

A série **Contexto Reglab** apresenta resumos concisos que sintetizam tópicos específicos ou tendências emergentes. Elaborados para apresentar informações de forma clara e acessível, incorporando elementos visuais como gráficos, tabelas e infográficos, combinando rigor analítico com praticidade.





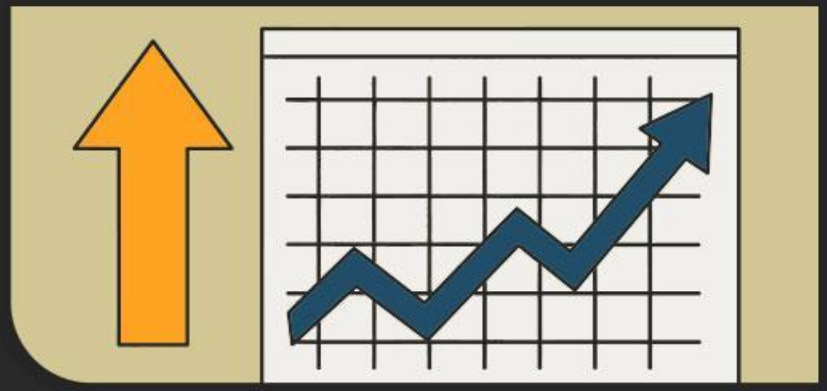


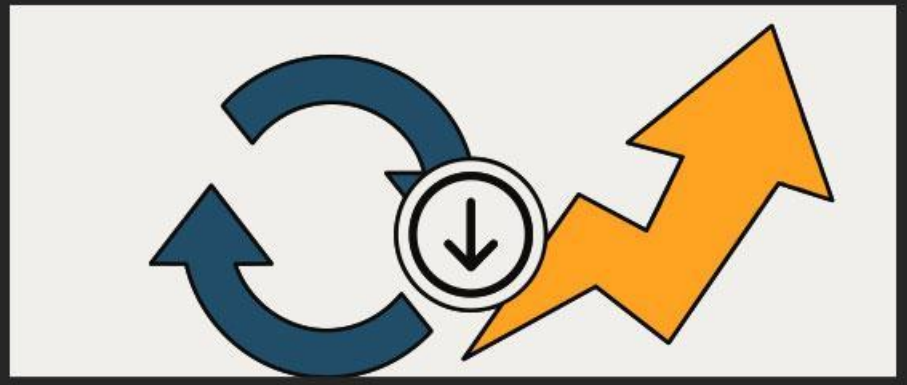


engage.hub

O Engage.hub é o **núcleo de pesquisa aplicada do Reglab** que investiga os impactos sociais, econômicos e regulatórios do **marketing de influência e criação digital.** Nosso objetivo é qualificar o mercado e políticas públicas com mais **dados e evidências**.









expediente

Diretor Executivo

Pedro Henrique Ramos

Diretora de Pesquisa

Marina Garrote

Autoras

Marina Garrote, Bruna Scoralick Queiroz, Natália Ribeiro e Stephanie Mathias de Souza

Pesquisadoras

Bruna Scoralick Queiroz, Daniela Naomi Shimabukuro Nomura, Natália Ribeiro e Stephanie Mathias de Souza

Diagramação Final

Larissa Camargo



Citação Sugerida

GARROTE, M; QUEIROZ, B; RIBEIRO, N; SOUZA, S. *Promoção e profissionalização da economia dos criadores: um mapeamento exploratório internacional.* Contexto Reglab. n. 4. São Paulo: Reglab, 2026.

Índice Interativo

índice

1.	Introdução	7
2.	Dados sobre a amostra	10
3.	Resultados	14
4.	Análise e Comentários	30
5.	Conclusão e Direcionamentos	34
6.	Anexo de Metodologia	39

sumário executivo

A economia dos criadores de conteúdo cresceu rápido nos últimos anos e se tornou um setor econômico relevante, mas o reconhecimento institucional desse setor não acompanhou esse crescimento, no Brasil e no mundo.

Para entender como diferentes países vêm respondendo a esse fenômeno, mapeamos iniciativas governamentais internacionalmente, buscando responder: **como países promovem políticas públicas de fomento e reconhecimento da economia de criadores de conteúdo digital?** Este mapeamento não avalia a efetividade dessas políticas — o objetivo é sistematizar o repertório internacional existente.

O que encontramos foi um repertório ainda recente. A maior parte das iniciativas surgiu a partir de 2023, e cada país agiu sem coordenação internacional entre si. Classificamos as iniciativas em eixos, de acordo com o tipo de resposta que representam: financiamento e incentivos (apoio financeiro ou visibilidade institucional ao criador), formalização, tributação e desburocratização (categorias fiscais e ocupacionais que reconhecem a atividade), previsão de direitos e deveres (regras jurídicas sobre a posição do criador ou de outros atores do ecossistema), reformas institucionais e governança (como o próprio Estado se organiza para lidar com o tema) e literacia e qualificação (formação técnica e profissional para criadores). A forma como as iniciativas se distribuem entre esses eixos já revela um primeiro padrão.

Alguns achados se destacam:

Nomear é o primeiro passo.
A maioria dos Estados começa por dar um nome ao criador dentro de suas próprias categorias fiscais ou ocupacionais. É também o caminho mais rápido: em geral não passa por lei, apenas por ato administrativo.

Financiamento e formalização são os caminhos mais comuns entre as iniciativas mapeadas.
Um oferece incentivo financeiro ou visibilidade institucional ao criador; o outro cria códigos fiscais ou ocupacionais que reconhecem a atividade. Juntos, respondem por mais da metade da base. O que essas iniciativas entregam é recurso, visibilidade ou uma categoria administrativa, não uma posição protegida por lei.

Direitos de fato só aparecem quando envolvem crianças.
Das iniciativas que criam direitos e deveres com força de lei, a maioria protegem crianças e adolescentes expostos em conteúdo monetizado — o que parece ser reflexo da vulnerabilidade específica desse público.

A economia dos criadores de conteúdo digital

A economia dos criadores[1] deixou de ser nicho para se tornar um setor econômico relevante. Para se ter uma ideia, **cerca de 50 milhões de pessoas no mundo vivem da criação de conteúdo** (Goldman Sachs, 2023).

Esse crescimento é impulsionado, em parte, pela expansão do uso de *smartphones* e da internet móvel no mundo (Coherent Market Insights, 2026), que tornaram mais fáceis e acessíveis a produção e a edição de conteúdo.

Com isso, **criadores passaram a construir suas próprias audiências e a transformá-las em renda**, sem depender de um empregador tradicional (Coherent Market Insights, 2026). Essa renda vem de fontes como publicidade, patrocínio de marcas, assinaturas de seguidores e venda direta de produtos ou serviços.

No Brasil, essa economia já tem uma dimensão considerável:

3,8 milhões

de contas de influenciadores no instagram

(Hypeauditor; ESPM, 2025)

Apesar da relevância da economia dos criadores, o país segue sem reconhecimento formal da profissão (Ramos; Bizutti, 2025).

Esse descompasso entre o peso econômico do setor e seu reconhecimento institucional levou a pesquisa a olhar também para fora do Brasil.

[1] Nesta pesquisa, **entendemos por economia dos criadores de conteúdo digital** o conjunto de relações econômicas organizadas em torno da criação e distribuição de conteúdo em plataformas de redes sociais. Partimos de Karhawi (2023), que observa que a criação e a produção de conteúdo passaram a ser reconhecidas como formas de atuação profissional nessas plataformas, associadas aos *influenciadores digitais* - também chamados, mais recentemente, de *creators*.

De onde parte esta pesquisa?

No Reglab, já tínhamos olhado para o **cenário nacional**. Em "*Do Feed ao Plenário*", mapeamos 88 projetos de lei sobre influenciadores apresentados ao Congresso Nacional entre 2015 e 2025 e nenhum consolidou uma definição para a atividade. Em "*Do Feed ao Planalto*", vimos que o governo usa influenciadores como ferramenta de comunicação, mas raramente os reconhece como sujeitos de direito. Em "*Do Feed aos Tribunais*", encontramos um Judiciário sem uma visão estável sobre quem é o influenciador: profissional no cível, réu no penal, prestador de serviço no eleitoral. E em "*Vozes da Influência*", ouvindo os próprios criadores, vimos que eles rejeitam o rótulo de "influenciador" e preferem se chamar de "criador de conteúdo" ou "comunicador".

Depois de olhar para o Brasil, procuramos investigar como está o cenário de reconhecimento e profissionalização de criadores internacionalmente.

Confira as outras pesquisas do Reglab sobre o tema:



Do Feed aos Tribunais

Acessar →



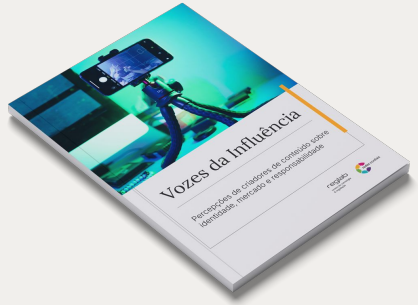
Do Feed ao Planalto

Acessar →



Do Feed ao Plenário

Acessar →



Vozes da Influência

Acessar →

O cenário internacional

No plano internacional, a economia dos criadores também cresce em ritmo acelerado, mas o reconhecimento institucional, como em leis, classificações ou políticas dedicadas, parece não acompanhar o crescimento na mesma medida.

USD 216,33bi	USD 1,19 tri
estimados para 2026	projetados até 2033

(Coherent Market Insights, 2026)

Por se tratar de um fenômeno recente, ainda há pouca sistematização sobre como diferentes países vêm respondendo a ele, e é isso que esta pesquisa se propõe a fazer: **um mapeamento que pode informar os caminhos possíveis para o debate**. O objetivo é sistematizar abordagens governamentais existentes, não avaliar sua efetividade.

Entre os países que agem, o enquadramento não é uniforme.

A abordagem mais recorrente encontrada na pesquisa é o fomento direto ao criador, por meio de fundos, subsídios e visibilidade institucional. Há também concentrações relevantes em torno da segurança jurídica, como as leis de proteção a crianças criadoras de conteúdo, e do reconhecimento fiscal e ocupacional da atividade, por meio de códigos e classificações próprias adotados em algumas jurisdições.

É esse cenário ainda fragmentado que esta pesquisa, de natureza descritiva e exploratória, busca sistematizar, respondendo à pergunta:

> ***Como países promovem políticas públicas de fomento e reconhecimento da economia de criadores de conteúdo digital?***

Universo pesquisado

Buscamos políticas públicas e incentivos regulatórios adotados por governos para **promover, fomentar e reconhecer a economia de criadores de conteúdo digital ao redor do mundo**.

Consideramos "*iniciativa governamental*" toda ação oficial de um governo, formalmente adotada e em vigor, com essa finalidade.

Ficaram fora projetos de lei em tramitação, autorregulação privada, eventos sem vínculo institucional e iniciativas cujo objetivo central é apenas restringir, moderar ou controlar a atividade. O critério completo está detalhado no Anexo de Metodologia. Base de dados fechada em agosto de 2026.

32 Iniciativas governamentais

22 Países

As iniciativas mapeadas assumem formas jurídicas diferentes entre si, de leis a estratégias declaratórias. Por isso, **os achados são organizados por país, e não como comparação direta entre eles.**

Tipos de Iniciativas Incluídas

8 Leis	7 Classificações administrativas (código ocupacional ou fiscal)	6 Programas de financiamento direto
5 Estratégias declaratórias e articulação institucional	4 Programas de capacitação e eventos institucionais	1 Decreto do Executivo
1 Permissão administrativa individual		

Eixos de análise

As iniciativas governamentais foram classificadas em cinco eixos, conforme o principal objetivo de cada uma.

Os eixos não são mutuamente excludentes: uma mesma iniciativa pode abranger mais de uma dessas dimensões ao mesmo tempo e assim ser classificada.

Os eixos foram definidos com base nos resultados preliminares da coleta e aprimorados ao longo do processo de coleta e análise.

Cada iniciativa foi analisada e classificada por duas pesquisadoras.

9	**Financiamento e Incentivos** Reúne o suporte financeiro direto e a visibilidade institucional que governos oferecem para consolidar a atividade de criadores de conteúdo como setor de interesse público.
9	**Formalização, Tributação e Desburocratização** Medidas que tornam a atividade de criador de conteúdo reconhecida formalmente pelo Estado, facilitando o acesso a direitos e reduzindo barreiras burocráticas. O objetivo é dar clareza sobre a situação fiscal e profissional de criadores.
6	**Previsão de Direitos e Deveres** Engloba iniciativas que regulam diretamente a posição jurídica do criador de conteúdo, ou de outros atores do ecossistema, como anunciantes e plataformas, por exemplo, uma lei que exige a reserva de parte da renda de uma criança ou adolescente em conta bloqueada. É o eixo que trata da segurança jurídica da atividade, não da organização interna do Estado.
5	**Reformas Institucionais e Governança** Iniciativas em que o Estado cria ou adapta sua própria estrutura para lidar com a economia dos criadores - por exemplo, um grupo de trabalho parlamentar, uma estratégia nacional, uma secretaria dedicada ao tema. O foco está em como o Estado se organiza internamente.
4	**Literacia e Qualificação** Iniciativas de formação e desenvolvimento de habilidades de criadores de conteúdo, de cursos gratuitos até escolas de cinema e audiovisual com trilhas de criação digital. O eixo captura iniciativas que buscam oferecer, com apoio estatal, formação técnica e profissional para quem atua ou pretende atuar como criador de conteúdo.

Padrões encontrados

Lidas lado a lado, as 32 iniciativas mostram seis padrões que se repetem entre países que não coordenaram suas ações:

1 Nomear vem primeiro.

Sete países criaram códigos fiscais ou ocupacionais próprios para o criador.

2 Crianças e adolescentes, maior prioridade legal.

Das iniciativas com força de lei, a maior parte delas protege menores criadores de conteúdo, foco que pode refletir a vulnerabilidade desse público.

3 Financiar e formalizar são os caminhos mais comuns.

Juntos, respondem por mais da metade da base.

4 Reconhecer não é promover.

O mesmo tipo de registro pode servir para apoiar ou para controlar a atividade.

5 A resposta é recente e dispersa.

A maioria das iniciativas surgiu a partir de 2023, sem coordenação entre países.

6 O nome está em disputa.

Os próprios criadores rejeitam o rótulo “influenciador”.

Cada padrão é discutido em Análise e Comentários (slides 29 a 32), e a construção dos padrões está detalhada no Anexo de Metodologia (slides 43 a 45).

Padrões encontrados

Define juridicamente o termo

Ilinois define "vlog"/"vlogger"; Minnesota define "content creator"; Chile define "criador de conteúdo digital"; Quênia define "monetização de conteúdo digital"

Cria código de atividade econômica ou ocupacional novo

Itália, Austrália, Noruega, Reino Unido, Chile, Equador, Coreia do Sul

Cria conta fiduciária ou fundo bloqueado para menor de idade

Juntos, respondem por mais da metade da base.

Estende arcabouço jurídico já existente, em vez de criar um novo

Califórnia/AB1880 estende a Lei Coogan de 1939; Reino Unido/SIC parte de um código estatístico preexistente

Financia diretamente o criador

Alemanha, Canadá, Coreia do Sul/MSIT, Austrália/Screen Australia, Singapura, Espanha/Catalunha, México

Oferece visibilidade institucional sem transferência de recurso financeiro

União Europeia, Índia

Cada padrão é discutido em Análise e Comentários (slides 29 a 32), e a construção dos padrões está detalhada no Anexo de Metodologia (slides 43 a 45).

Casebook por países

Reunimos os resultados em formato de casebook, dividido por país e organizado em ordem alfabética. Cada país apresenta: (i) o nome da iniciativa; (ii) os eixos em que foram classificados; e (iii) o link para a fonte.



Nota metodológica: A União Europeia não é um país, mas um bloco supranacional e alguns de seus Estados-membros também aparecem separadamente nesta base. Por conveniência de apresentação, o relatório a trata como as demais entradas da amostra. A entrada permanece porque o DigitalEU Ambassadors é uma ação da própria Comissão Europeia. Valores em moeda estrangeira foram convertidos para reais de forma aproximada, pela cotação de 15 de outubro de 2026.

resultados



Alemanha

INICIATIVA

Creator Lift

Ver →

Financiamento e Incentivos

O *Creator Lift* é um programa de profissionalização para criadores de conteúdo, oferecido pela cidade de Hamburgo, iniciativa vinculada à Hamburg Kreativ Gesellschaft, organização pública municipal alemã de fomento às indústrias criativas. O objetivo é ajudar criadores em ascensão a desenvolver conteúdo de qualidade, consolidar marca própria e construir um modelo de negócio sustentável dentro da economia criativa. A cada edição, dez participantes passam por uma trilha de qualificação, além de receberem apoio financeiro de € 1.500 (cerca de R$ 8,5 mil) e acesso a um espaço de trabalho compartilhado.



Austrália

INICIATIVA

Classificação nacional de ocupação “Content Creator”

Ver →

Formalização, Tributação e Desburocratização

A OSCA (Occupation Standard Classification for Australia), classificação nacional de ocupações mantida pelo Australian Bureau of Statistics, passou, em 2024, a reconhecer “Content Creator (Social Media)” como ocupação própria, sob o código 231133. A entrada está na categoria de profissionais de artes e mídia, ao lado de atores e outros artistas, e reúne títulos alternativos como “Social Media Influencer” e a especialização “Live Streamer”.

INICIATIVA

Cursos da AFTRS

Ver →

Literacia e Qualificação

A Australian Film Television and Radio School (AFTRS), escola pública federal criada por lei em 1973 para a formação em cinema, TV e rádio, passou a oferecer cursos dedicados à criação de conteúdo digital. São duas frentes voltadas especificamente a esse público, o Bachelor of Arts Screen: Production, divulgado como formação para "a próxima geração de content creators", e o Industry Certificate: Digital Producer, curso técnico mais curto sobre gestão de projetos e estratégia digital.

INICIATIVA

Screen Australia

Ver →

Financiamento e Incentivos

A *Screen Australia*, agência federal de fomento audiovisual, mantém um programa de apoio a produtores e criadores que gerenciam canais de conteúdo narrativo em redes sociais, com recursos de até AUD 20.000(cerca de R$ 70 mil) para estratégias de gestão de canal, aumento de visibilidade e engajamento de público. Só podem se candidatar empresas australianas incorporadas, com registro comercial local (Australian Business Number), que administram canais de conteúdo classificado como narrativo, ou seja, conteúdo estruturado como história, com personagens, arco ou enredo.



Canadá

INICIATIVA

"Digital media creators" no Creative Canada Policy Framework

Ver →

Reformas Institucionais e Governança

O Creative Canada Policy Framework é o documento de visão da política cultural federal canadense, lançado em 2017 pelo Department of Canadian Heritage, após uma consulta nacional que envolveu mais de 30 mil pessoas. O documento organiza a atuação do governo em três eixos — investir em criadores e empreendedores culturais, promover a descoberta e a distribuição de conteúdo canadense dentro e fora do país, e fortalecer a radiodifusão pública. O documento adota uma definição ampla de "criadores", que vai de atores, diretores e roteiristas a "digital media creators" (criadores de mídia digital). O documento é um marco de diretrizes que orienta reformas em programas existentes, entre eles o próprio Canada Media Fund.

INICIATIVA

Canada Media Fund (Digital Creators Pilot Program)

Ver →

Financiamento e Incentivos

O Canada Media Fund (CMF) é um fundo de fomento à indústria audiovisual canadense, custeado por uma combinação de recursos do governo federal e de contribuições obrigatórias de distribuidoras de TV a cabo, satélite e IPTV. Dentro desse fundo, o *Digital Creators Pilot Program* é um programa-piloto voltado a criadores digitais canadenses de meio de carreira que já demonstraram algum sucesso online e querem escalar o negócio, ampliar audiência e desenvolver novas formas de monetização em um período de 12 meses. O programa cobre vídeos curtos produzidos para YouTube, Instagram, TikTok e Facebook; a partir de 2026-2027, passa a aceitar também criadores de podcast em vídeo voltados a YouTube, Spotify e Apple Podcasts.



Chile

INICIATIVA

Nota fiscal eletrônica para criadores de conteúdo

Ver →

Formalização, Tributação e Desburocratização

O Servicio de Impuestos Internos (SII), autoridade fiscal chilena, instruiu, em 2025, como criadores de conteúdo digital devem documentar a renda recebida de plataformas digitais. A resolução define juridicamente “criador de conteúdo digital”, classifica a atividade como serviço profissional de “segunda categoría” e cria um RUT (Rol Único Tributario) genérico e coletivo, nomeado de “Usuários de Plataformas Digitais” (nº 44.444.447-9), que o criador usa como destinatário da Boleta de Honorarios Electrónica sempre que o pagamento vier de uma plataforma, e não de um cliente único identificável.



Colômbia

INICIATIVA

Social Tech

Ver →

Literacia e Qualificação

Social Tech é um programa de capacitação digital do Ministério de Tecnologías de la Información y las Comunicaciones (MinTIC), desenvolvido em parceria com a Universidad Distrital Francisco José de Caldas, universidade pública do Distrito Capital de Bogotá. A meta é formar e certificar 66.000 cidadãos colombianos. O curso é gratuito e aberto a qualquer colombiano maior de 18 anos interessado em criação de conteúdo, marketing digital ou monetização de redes sociais. As plataformas trabalhadas são TikTok, YouTube, Instagram, Facebook e LinkedIn. A formação é dividida em trilhas de aprendizagem: monetização de redes sociais; marketing digital; psicologia do consumidor aplicada a redes sociais; análise e otimização de conteúdo digital; monetização avançada multiplataforma. Quem cumpre os requisitos de frequência recebe um certificado digital reconhecido pelo MinTIC.



Coreia do Sul

INICIATIVA

Código de atividade tributária por porte da operação

Formalização, Tributação e Desburocratização

Ver →

A Coreia do Sul criou dois códigos de atividade econômica dedicados a criadores de conteúdo individuais, com tratamento tributário que varia conforme o porte da operação. Quem não emprega ninguém e não mantém estrutura física dedicada à produção, como um estúdio próprio, se registra sob o código 940306 e fica isento do imposto sobre valor agregado. Quem emprega alguém ou mantém esse tipo de estrutura passa a ser tributável sob o código 921505 (“negócio de criação de conteúdo de mídia”), com recolhimento normal do imposto: 10% sobre a receita gerada dentro do país, e alíquota zero sobre receita recebida em moeda estrangeira por serviços a não residentes, como pagamentos do YouTube.

INICIATIVA

Subsídio à Criação de Conteúdo

Financiamento e Incentivos

Ver →

O Ministério da Ciência e TIC (MSIT), em parceria com a Korea Radio Promotion Association, oferece subsídio direto a criadores de vídeo, dividido em três faixas conforme o porte do canal. A faixa “Desafio” oferece até 20 milhões de won (cerca de R$ 75 mil) para canais com 10 a 50 mil inscritos; a faixa “Crescimento” chega a 80 milhões de won (cerca de R$ 300 mil), voltada a canais acima de 50 mil inscritos com projetos maiores baseados em propriedade intelectual própria; e a faixa “Reformatação para expansão internacional” oferece até 20 milhões de won (cerca de R$ 75 mil) para adaptar conteúdo já produzido ao mercado externo. Em todas elas, o criador cobre 25% do valor como contrapartida e precisa estar registrado sob os mesmos códigos de criador individual do regime fiscal coreano.



Coreia do Sul

INICIATIVA

K-Influencer Academy

Literacia e Qualificação

Ver →

O K-Influencer Academy é um programa anual do Ministério da Cultura, Esporte e Turismo da Coreia do Sul, aberto a criadores de conteúdo de qualquer nacionalidade interessados em cultura coreana e K-content, desde que operem um canal no YouTube ou sejam usuários ativos de redes sociais como Instagram e Facebook e sejam capazes de produzir conteúdo em vídeo. Cada edição segue quatro etapas: inscrição e seleção; treinamento, incluindo capacitação em criação de conteúdo com apoio de IA, e cumprimento de missões voltadas à produção de conteúdo sobre cultura coreana; criação e publicação desse conteúdo nos próprios canais dos participantes; e seleção final, com premiação aos membros destaque.



Emirados Árabes

INICIATIVA

Permissão de publicidade e mídia

Formalização, Tributação e Desburocratização

Ver →

A National Media Authority (NMA), autoridade de mídia dos Emirados Árabes Unidos, concede uma permissão para que indivíduos publiquem conteúdo publicitário ou de mídia em suas contas de redes sociais, sites ou outras plataformas digitais, remunerado ou não. Para solicitar, o requerente precisa apresentar identidade digital, passaporte, foto pessoal e, de forma notável, uma licença comercial — ou seja, já precisa estar formalmente registrado como negócio. As condições para manter a permissão incluem boa conduta (sem condenação por crime ou ato de desonestidade, salvo reabilitação legal), conformidade do conteúdo publicado com os padrões de mídia do país, e a conclusão de um programa de treinamento sobre as leis, regulamentos e condições aplicáveis — um conjunto de exigências renovadas ano a ano, e não apenas uma habilitação única para publicar conteúdo remunerado. A permissão é gratuita nos três primeiros anos e passa a custar AED 1.000 (cerca de R$ 1,4 mil) por ano depois disso. A página oficial descreve a permissão como um serviço disponível, sem usar o termo “obrigatória”.



Equador

INICIATIVA

Código de atividade econômica

Ver →

Formalização, Tributação e Desburocratização

O Equador reconhece formalmente a atividade de influenciador dentro do seu sistema tributário: o Servicio de Rentas Internas (SRI), autoridade fiscal do país, criou o código de atividade R90000206 dentro do RUC (Registro Único de Contribuyentes, o cadastro de contribuintes equatoriano), descrito como “atividades de criação, edição, produção e difusão de conteúdo em redes sociais e outras atividades relacionadas a influenciadores”. Criadores de conteúdo devem se inscrever ou atualizar seu RUC com esse código, como atividade principal ou secundária, caso tenham outras fontes de renda. Esse reconhecimento ocorre no nível da nomeação, pois as regras fiscais que já valiam para o influenciador continuam as mesmas, e o que muda é o código próprio que passa a identificá-lo no cadastro.



Espanha

INICIATIVA

Bolsas para criadores de conteúdo

Ver →

Financiamento e Incentivos

O departamento de Cultura do governo regional da Catalunha lançou uma linha de bolsas remuneradas para criadores que produzem séries de vídeo em catalão ou occitano nas redes sociais. O objetivo da iniciativa é profissionalizar esses criadores e fomentar o uso do catalão online. Para 2024-2025, a dotação é de € 312.000 (cerca de R$ 1,8 milhão) para 24 bolsas plurianuais. A seleção prioriza conteúdo sobre cultura, língua, esportes, moda ou temas educativos.

Estados Unidos (Illinois)

INICIATIVA

Proteção de renda de vloggers infantojuvenis (SB 1782)

Ver →

Previsão de Direitos e Deveres

O Public Act 103-0556 (SB 1782), em vigor desde 2024, foi a primeira legislação estadual americana do tipo. Ela define juridicamente “vlog” (qualquer conteúdo publicado em uma plataforma on-line em troca de remuneração) e “vlogger” (o indivíduo ou família que cria esse conteúdo em vídeo, incluindo empresas que assumam o nome ou a identidade de uma pessoa ou família para esse fim), excluindo da definição de vlogger quem tem menos de 16 anos e produz seu próprio vlog. Quando uma criança com menos de 16 anos aparece de forma recorrente nesse conteúdo remunerado (pelo menos 30% do conteúdo do vlogger em 30 dias), o vlogger deve reservar parte da receita gerada em conta fiduciária, disponível para a criança aos 18 anos, além de manter registros de exposição e receita. A criança tem direito de ação civil contra o vlogger em caso de descumprimento. O modelo adotado nos EUA é o de um trust privado, administrado pela própria família e o cumprimento depende do direito de ação civil da criança, não de supervisão pública.

Nesta pesquisa, entendemos por kidfluencer (ou influenciador mirim) a criança que é o centro do apelo comercial de um canal monetizado, ela quem atrai a audiência , enquanto pais ou responsáveis administram o negócio construído em torno dessa popularidade (Clark; Jno-Charles, 2025).

Estados Unidos (Califórnia)

INICIATIVA

Proteção de renda de vloggers infantojuvenis (SB 764)

Ver →

Previsão de Direitos e Deveres

Em vigor desde janeiro de 2025. A lei estabelece que, quando uma criança ou adolescente aparece de forma recorrente em conteúdo remunerado de um vlogger, ou seja, o familiar que cria e monetiza esse conteúdo, parte da remuneração deve ser depositada em conta fiduciária, em valor proporcional à sua aparição no vídeo. O vlogger deve manter registros de exposição e remuneração, e a criança tem direito de ação judicial em caso de descumprimento.

INICIATIVA

Extensão da Lei Coogan a criadores

Ver →

Previsão de Direitos e Deveres

Sancionada em setembro de 2024. A Lei Coogan, de 1939, já exigia que empregadores de crianças-artistas (atores, dançarinos, músicos e outros) reservassem ao menos 15% dos rendimentos brutos em conta fiduciária bloqueada até a maioridade. A AB 1880 estende essa mesma proteção para cobrir o trabalho contratual de criadores de conteúdo menores de idade, incluindo vloggers, podcasters, influenciadores e streamers, sempre que exista um contrato de trabalho criativo entre a criança e um terceiro (uma agência, marca ou plataforma, por exemplo).



Estados Unidos (Minnesota)

INICIATIVA

Proteção de renda e direito de remoção em conteúdo monetizado

Ver →

Previsão de Direitos e Deveres

Em vigor desde 2025, a emenda ao Minnesota Statutes (Labor, Industry) §181A.03/181A.13a, protege crianças e adolescentes que aparecem em conteúdo remunerado de um criador adulto (definido como qualquer pessoa de 18 anos ou mais, incluindo famílias e empresas que atuem em seu nome). Quando a exposição da criança nesse conteúdo atinge um limiar mínimo, o criador deve reservar parte da receita em conta fiduciária até a maioridade, com proteção reforçada para crianças menores de 14 anos, que têm direito à totalidade dessa receita. A lei também garante à criança, ao completar 13 anos, ou a um adulto que foi exposto quando menor, o direito de pedir a remoção desse conteúdo de qualquer plataforma.



Estados Unidos (Utah)

INICIATIVA

Proteção de crianças em conteúdo monetizado

Ver →

Previsão de Direitos e Deveres

Utah aprovou, em 2025, a lei “Child Actor Regulations” (HB 322), dedicada, na prática, a conteúdo em redes sociais. Ela exige que famílias com renda acima de US$ 150 mil por ano (cerca de R$ 760 mil) com conteúdo que apresenta os filhos, e cujos filhos aparecem em pelo menos 30% do conteúdo mensal, depositem 15% da receita bruta gerada por esse conteúdo em um fundo fiduciário, acessível à criança aos 18 anos. Ao atingir a maioridade, quem apareceu nesse conteúdo quando criança também tem o direito de pedir a remoção desse conteúdo das plataformas.



França

INICIATIVA

Declaração estatal obrigatória para proteção de crianças criadoras

Ver →

Previsão de Direitos e Deveres

Em vigor desde 2020, a lei francesa 2020-1266 trata a aparição monetizada de crianças com menos de 16 anos em vídeos como trabalho infantil sujeito a controle do Estado. Quando os pais produzem esse conteúdo e a duração, frequência ou renda gerada superam um limite definido por decreto, eles devem declarar a atividade à autoridade competente, e a renda excedente é depositada num fundo público bloqueado até a maioridade da criança, na França há a supervisão estatal. Anunciantes que inserem publicidade nesses vídeos devem verificar essa declaração e, se for o caso, pagar diretamente ao fundo. A lei também garante à criança, de forma independente dos pais, o direito de apagar seus próprios dados e vídeos das plataformas.



Índia

INICIATIVA

Creator's Corner (Prasar Bharati)

Ver →

Financiamento e Incentivos

Lançado em 2026 pela Prasar Bharati, a emissora pública indiana, o “Creator's Corner” é um programa diário exibido no DD News, o canal de notícias mantido pela Prasar Bharati com maior alcance nacional. Cada episódio reúne de quatro a seis vídeos ou reels de criadores digitais de todo o país, cobrindo temas variados. O programa nasceu com o objetivo de dar alcance nacional a criadores de cidades pequenas e regiões diversas do país que produzem, editam e divulgam conteúdo por conta própria, sem estúdios, e prevê expansão gradual para todos os canais da rede pública de TV da Índia, incluindo criadores de diferentes idiomas e regiões. A iniciativa envolve troca de visibilidade e alcance institucional do lado do criador, em troca de conteúdo original e diversificado do lado da emissora pública.

Itália

INICIATIVA

Código de atividade econômica (ATECO)

Formalização, Tributação e Desburocratização

Ver →

ATECO é o sistema oficial de classificação de atividades econômicas usado na Itália, mantido pelo ISTAT, o instituto de estatística do país. A partir de 2025 a nova versão do sistema, ATECO 2025, criou o código 73.11.03, dedicado a influenciadores e criadores de conteúdo digital. O enquadramento previdenciário de quem usa esse código foi detalhado pela circular nº 44 do INPS de 2025: profissionais autônomos sem estrutura empresarial se vinculam à Gestão Separada do INPS, enquanto quem organiza uma atividade empresarial em torno do conteúdo, como venda de produtos ou gestão de banners publicitários, se vincula à Gestão Comerciantes.

Indonésia

INICIATIVA

Plano Estratégico da Economia Criativa

Reformas Institucionais e Governança

Ver →

O plano estratégico do Ministério da Economia Criativa da Indonésia para o período de 2025 a 2029 dedica uma seção específica ao desenvolvimento do ecossistema de criadores de conteúdo. O texto reconhece que plataformas como YouTube, Instagram, TikTok e X abriram novas oportunidades para criadores desenvolverem carreira e monetizarem seu trabalho. Esse reconhecimento se conecta a duas linhas de ação previstas no plano: desenvolvimento de talento digital e incubação de subsetores da economia criativa. O documento não especifica, porém, um valor orçamentário isolado destinado exclusivamente a criadores de conteúdo dentro dessas linhas.

Japão

INICIATIVA

New Cool Japan Strategy

Ver →

Reformas Institucionais e Governança

Estratégia nacional de conteúdo (Cabinet Office, junho de 2024) que, dentro de uma agenda ampla de soft power, nomeia duas medidas específicas para o criador individual: apoio ao uso de Web3 e metaverso com o objetivo declarado de "criação de uma creator economy", e um sistema de apoio à redação de contratos de direitos autorais, com modelo padrão e consultoria jurídica individualizada, voltado a freelance creators.

México

INICIATIVA

Ley de Industrias Creativas do Estado de Jalisco

Ver →

Financiamento e Incentivos

Reformas Institucionais e Governança

A Ley para el Desarrollo y Fomento de las Industrias Creativas do Estado de Jalisco, de 2026, foi a primeira lei desse tipo no México. Não é uma lei exclusiva para criadores de conteúdo digital: ela organiza um arranjo mais amplo de fomento à economia criativa como um todo, dentro do qual a criação de conteúdo digital aparece nomeada como um dos setores contemplados. A lei institui três instrumentos: o Fondo Jalisco Creativo, mecanismo financeiro para projetos, formação de talento e adoção de tecnologias emergentes; o Consejo Estatal para el Fomento a las Industrias Creativas, órgão colegiado com participação do governo, da academia, do setor privado e da sociedade civil; e um cadastro estadual de indústrias criativas, que permite localizar clusters e desenhar apoios com base em dados.



Noruega

INICIATIVA

Código ocupacional para “Influenciador” (STYRK)

Formalização, Tributação e Desburocratização

Ver →

A Statistisk sentralbyrå (SSB), o instituto oficial de estatística da Noruega, mantém um catálogo nacional de ocupações, baseado no sistema STYRK — a versão norueguesa da classificação internacional de ocupações da Organização Internacional do Trabalho. Esse catálogo fornece o código que todo empregador norueguês é obrigado a informar na declaração mensal de vínculos empregatícios enviada às autoridades fiscais. Dentro desse sistema, dois códigos nomeiam explicitamente atividades ligadas à criação de conteúdo: o código 2551127, para “Blogueiro”, vigente desde 2013, e o código 3419138, para “Influenciador (Marketing)”, vigente desde 2022, classificado dentro da família de ocupações de marketing. Esse reconhecimento também aparece fora do sistema tributário: o portal público de orientação de carreira mantido pelo HKDir (Diretoria de Ensino Superior e Competências da Noruega), tem uma página dedicada à ocupação de “influenser”, com descrição de atividades, habilidades esperadas e caminhos de formação, referenciando os mesmos dois códigos STYRK.



Quênia

INICIATIVA

Finance Act 2023 (tributação de conteúdo digital)

Formalização, Tributação e Desburocratização

Ver →

O Finance Act 2023 é a lei orçamentária do Quênia, que altera diversos tributos de uma só vez — não é uma lei dedicada somente a criadores. Dentro dela, uma emenda ao Income Tax Act insere a definição legal de “monetização de conteúdo digital”: a oferta remunerada de conteúdo de entretenimento, social, literário, artístico, educacional ou de outra natureza, por qualquer meio eletrônico, cobrindo formas que vão de publicidade patrocinada e marketing de afiliados a assinaturas, licenciamento de marca do criador e financiamento coletivo, englobando, na prática, os principais modelos de monetização usados por criadores de conteúdo hoje. A partir dessa definição, a receita gerada que se enquadre em monetização de conteúdo digital passa a sofrer retenção na fonte de 5% quando o beneficiário é residente no Quênia, e de 20% quando é não residente.

Reino Unido

INICIATIVA

All-Party Parliamentary Group (APPG) para criadores digitais

Ver →

Reformas Institucionais e Governança

Um grupo de parlamentares de diferentes partidos criou o All-Party Parliamentary Group (APPG) para criadores digitais, um fórum informal que funciona como canal direto entre o Parlamento e o setor. O grupo nasceu depois de uma consulta que ouviu mais de 10 mil criadores sobre suas necessidades, e é copresidido por dois ex-Ministros Digitais britânicos. Como cossecretariado, atua o Influencer Marketing Trade Body, entidade privada do setor que ajuda a pautar a agenda de trabalho do grupo em torno da infra estrutura comercial necessária ao crescimento sustentável da economia de criadores.

INICIATIVA

Atualização do código SIC

Ver →

Formalização, Tributação e Desburocratização

Em 2026, o Reino Unido atualizou o Standard Industrial Classification (SIC) para incluir criadores de conteúdo digital. A nota explicativa do código 59112, "Video production activities", passou a incluir "produção de vídeos, incluindo vídeos ou vlogs para a internet", redação proposta pelo grupo parlamentar de criadores digitais apresentado anteriormente. O SIC é o sistema que classifica toda empresa britânica por atividade, mantido pelo Office for National Statistics (ONS) e usado por bancos e programas de apoio do governo para decisões de crédito e elegibilidade; até essa atualização, criadores de conteúdo não tinham um código que refletisse sua atividade real.



Singapura

INICIATIVA

Digital Content and Capability Development (DCCD / IMDA)

Ver →

Financiamento e Incentivos

Lançado em 2026 pela Infocomm Media Development Authority (IMDA), o regulador estatal de mídia e telecomunicações de Singapura, o programa Digital Content and Capability Development (DCCD) tem orçamento de S$ 48 milhões (cerca de R$ 189 milhões) ao longo de quatro anos, e responde a uma mudança de comportamento do público: 87% dos singapurenses com mais de 15 anos acessam semanalmente TikTok, Instagram, YouTube ou Facebook. O programa se apoia em dois pilares: desenvolvimento de conteúdo digital, para financiar formatos como vídeos curtos, microdramas e produção assistida por IA voltados a essas plataformas, e desenvolvimento de capacidades, para qualificar profissionais de mídia nesses novos formatos. A elegibilidade é para empresas do ecossistema de mídia, sejam produtoras tradicionais, empresas de mídia digital ou empresas de tecnologia entrando no setor, precisam primeiro passar por um processo de credenciamento que avalia sua capacidade de produção de conteúdo e histórico.



Tailândia

INICIATIVA

CONNEXION Project

Ver →

Literacia e Qualificação

O projeto CONNEXION foi lançado em 2023, pela Digital Economy Promotion Agency (DEPA), agência do Ministério da Economia e Sociedade Digital da Tailândia. O objetivo é preparar tailandeses, sobretudo desempregados e recém-formados, para novas carreiras na economia digital, entre elas, as de criador de conteúdo digital, empreendedor de comércio eletrônico e influenciador digital. O projeto oferece, pela plataforma CONNEXION, dois cursos dedicados: o “digital content creator course” e o “digital influencer course”, cada um dividido em três níveis de dificuldade, com formação teórica e prática ministrada por especialistas do setor. Quem se destaca nos critérios de formação passa para uma fase de exposição, na qual apresenta seu trabalho a um painel de jurados, o que abre porta para parcerias com empresas tailandesas e internacionais.

União Europeia

INICIATIVA

DigitalEU Ambassadors (DG CONNECT)

Financiamento e Incentivos

Ver →

O DigitalEU Ambassadors é um programa permanente da Direção-Geral de Redes de Comunicação, Conteúdo e Tecnologia (DG CONNECT), da Comissão Europeia, que reúne criadores de conteúdo, jornalistas e influenciadores atuantes em temas digitais e de tecnologia numa comunidade oficial. Os embaixadores atuam em nome próprio ou representando sua própria organização e ganham acesso a troca direta de materiais, informações e ideias com a equipe de comunicação e os especialistas de política da DG CONNECT. Integrar o programa não envolve apoio financeiro ou organizacional da Comissão, o que torna o reconhecimento mais simbólico, sem transferência de recursos.

análise e comentários

Esta seção analisa os dados da pesquisa por meio das lentes das autoras deste trabalho.

Lemos o casebook em busca dos padrões de fundo que se repetem entre países distintos entre si. Para isso, seguimos, em versão enxuta, o percurso de Braun e Clarke (2006, 2019): leitura repetida das iniciativas, identificação dos pontos que reaparecem e agrupamento desses pontos em temas.

Essa leitura é exploratória e descritiva, não buscamos medir a efetividade, e os temas são interpretação da equipe, não dado extraído diretamente das fontes.

1 A resposta institucional global ainda não acompanha a escala do fenômeno

O cenário mapeado é recente e pulverizado. Na maioria das jurisdições, encontramos apenas uma iniciativa relacionada ao tema. Em geral, os países parecem ter avançado de forma independente, sem um organismo ou acordo internacional que coordenou essas respostas e sem sinais claros de que uma iniciativa tenha servido de referência para outra.

Há algumas exceções. Austrália e Coreia do Sul, por exemplo, possuem mais de duas iniciativas voltadas à promoção ou à profissionalização de criadores digitais. Isso, porém, não significa que estejam mais "avançadas" nesse debate. A diferença pode estar relacionada ao tamanho da economia de criadores nesses países ou à própria estrutura de governo. **O recorte temporal também chama atenção: a maior parte das iniciativas identificadas surgiu a partir de 2023.** Existem casos anteriores, como o Canadá, que já utilizava a categoria *digital media creators* em sua política cultural de 2017.

Fora essas exceções, **o repertório identificado** por meio de buscas em fontes abertas **é recente**. Isso sugere que, embora a economia de criadores já tenha alcançado escala significativa, **as respostas institucionais voltadas ao reconhecimento, promoção e profissionalização desse grupo ainda estão em processo de consolidação.**

Esse processo segue em curso. Depois do fechamento da base de dados, em agosto de 2026, surgiram ao menos duas iniciativas nos Estados Unidos. Em setembro, os senadores Cory Booker e John Kennedy lançaram o Senate Creators Caucus, uma frente bipartidária para ouvir criadores de conteúdo e subsidiar políticas para o setor, reconhecendo-os como pequenos empreendedores (Booker, 2026; Kennedy, 2026). Em outubro, a Small Business Administration (SBA), agência federal de apoio a pequenas empresas, orientou os negócios de criadores a se classificarem no código de atividade econômica de cinema e vídeo, para fins de acesso a seus programas de crédito, e informou que vai avaliar uma categoria específica para o setor (SBA, 2026).

2 Nomear costuma ser o primeiro passo para o reconhecimento

O primeiro gesto de parte dos Estados mapeados é encaixar o criador em suas categorias já existentes. Sete jurisdições chegaram a soluções do mesmo tipo, cada uma por um instrumento diferente: códigos ocupacionais, códigos de atividade econômica ou registros fiscais próprios. A escolha não é neutra (Bowker; Star, 1999): **sem uma categoria, o Estado não tem como medir o setor, conceder crédito, cobrar imposto ou desenhar um programa.**

Classificar costuma ser condição para tudo o que vem depois: antes de tributar ou fiscalizar uma atividade nova, o Estado precisa primeiro nomeá-la e enquadrá-la. E o mesmo código que dá existência oficial ao trabalho do criador é o que o torna visível ao fisco. É essa dupla função — reconhecer e, no mesmo movimento, expor à arrecadação — que organiza o eixo de formalização, tributação e desburocratização: cada iniciativa do grupo cria uma categoria que serve aos dois propósitos de uma só vez.

3 Os caminhos mais comuns são de financiamento e formalização

As iniciativas que mais aparecem na base foram classificadas nos eixos de Financiamento e Incentivos e de Formalização, tributação e desburocratização, com nove cada. Juntas, mostram os principais caminhos adotados pelos Estados para lidar com a atividade de criadores de conteúdo digital. Em comum, **essas medidas não costumam criar, por si só, novos direitos e deveres para os criadores. Elas operam oferecendo recursos, dando visibilidade ou criando uma categoria administrativa para a atividade.**

As iniciativas que estabelecem direitos e deveres de forma mais direta aparecem com menos frequência. **O eixo de Previsão de Direitos e Deveres reúne seis casos na base, todos relacionados à proteção de crianças e adolescentes.**

Mesmo dentro de Financiamento e Incentivos as estratégias variam entre si. Na maioria dos casos, é um aporte financeiro ao criador, via uma agência pública existente, como na Alemanha, Canadá e na Espanha. Em outros, o valor é escalonado por porte de canal, como na Coreia do Sul, que paga mais a quem tem audiência maior. Há também casos em que o incentivo não envolve transferência de recurso financeiro, apenas visibilidade institucional, como na União Europeia e Índia. Na Austrália e Singapura, por sua vez, o recurso não vai para o criador diretamente, mas para empresas de mídia que o produzem ou contratam.

Ainda assim, os caminhos mais comuns não se traduzem em um modelo único: cada país reconhece à sua maneira, sem que essas soluções virem um padrão internacional consolidado.

4 Crianças e adolescentes, maior prioridade legislativa

Na França e em quatro estados dos EUA (Illinois, Califórnia, Minnesota e Utah), as iniciativas convergem para a proteção de crianças e adolescentes expostos em conteúdo digital monetizado, todas por meio de lei. São seis normas ao todo, já que a Califórnia aprovou duas. Uma possível explicação está na combinação de dois fatores: de um lado, crianças e adolescentes são pessoas em desenvolvimento, com vulnerabilidade própria dessa condição; de outro, há um mercado que lucra diretamente com a exposição delas. A literatura sobre “kidfluencers” documenta riscos concretos nesse sentido, como a exploração econômica da imagem da criança, a exposição a danos psicológicos e a violação de privacidade (Clark; Jno-Charles, 2025).

Na maioria dos casos, essa proteção não parte do zero, mas apoia-se em arcabouços de proteção ao trabalho artístico infantil que já existiam. A Califórnia, por exemplo, estendeu aos criadores de conteúdo a própria Lei Coogan, de 1939, criada originalmente para crianças-atrizes de cinema e TV. O Brasil segue um caminho semelhante: a Lei nº 15.211/2025 (ECA Digital), regulamentada pelo Decreto nº 12.880/2026, estendeu à monetização e ao impulsionamento de conteúdo infantojuvenil em plataformas digitais a exigência de alvará judicial já usada para o trabalho artístico infantil tradicional (ECA, art. 149).

5 O nome também é disputado por quem é nomeado

É um debate ainda incipiente, e, no Brasil, por exemplo, nem o legislativo tem consenso: 40% dos projetos de lei que tentam definir “influenciador” usam características tão genéricas que poderiam se aplicar a qualquer usuário de rede social (Ramos et al., 2025).

Do lado dos criadores, quem é nomeado também disputa o nome: entrevistas com criadores brasileiros revelam rejeição ao termo “influenciador”, associado a superficialidade e publicidade indiscriminada, em favor de "criador de conteúdo" ou “comunicador”, termos que sinalizam competência técnica e responsabilidade (Portas; Souza, 2026). Essa ausência de escuta não é exclusividade brasileira: das 32 iniciativas mapeadas, só duas nasceram de consulta aos próprios criadores, o grupo parlamentar do Reino Unido, formado depois de ouvir mais de 10 mil criadores, e a política cultural canadense, construída a partir de consulta nacional com mais de 30 mil pessoas. Na maioria dos casos, o Estado nomeia e classifica sem perguntar a quem está nomeando. Entender essa disputa por completo passa por ouvir diretamente as pessoas impactadas pelas regulações, não só os textos legais que os descrevem — a escolha do nome não é só uma questão regulatória, é também uma disputa de legitimidade.

6 Reconhecer não é o mesmo que promover

O casebook mostra que a mesma ferramenta pode servir a propósitos diferentes. Um código fiscal pode ser porta de entrada para o fomento ou instrumento de arrecadação; um registro pode ser reconhecimento, ou uma permissão voltada ao controle, como nos Emirados Árabes Unidos. O que decide não é o instrumento em si, mas a finalidade que o acompanha, e essa finalidade pode até mudar conforme a orientação de quem governa, sem que a lei precise mudar de texto.

Um padrão semelhante aparece no Brasil: o Executivo mobiliza influenciadores como ferramenta de comunicação pública, mas raramente os reconhece como sujeitos de direito ou destinatários de políticas públicas (Ramos; Balby; Brombine, 2025). Medir se cada iniciativa de fato gerou promoção à economia de criadores após seu reconhecimento é uma pergunta que pode ser investigada em estudos futuros, com o objetivo de acompanhar caso a caso os efeitos concretos dessas iniciativas sobre os criadores.

conclusão

/ O que buscamos responder com este estudo?

Como países promovem políticas públicas de fomento e reconhecimento da economia de criadores de conteúdo digital? O objetivo foi sistematizar o repertório internacional de iniciativas governamentais existentes, não avaliar sua efetividade diante da economia criativa.

/ E o que encontramos?

Um repertório de 32 iniciativas em 22 países, ainda recente e pulverizado: a maior parte das iniciativas é posterior a 2023, e cada país agiu por conta própria, sem coordenação entre eles. Nota-se que, em algumas iniciativas, o reconhecimento do criador nasce dentro de estruturas já existentes de fomento à indústria criativa tradicional (TV, rádio, cinema, games), não como política pensada especificamente para ele.

Quando os Estados agem diretamente, o gesto mais comum é o reconhecimento nominal: dar um nome ao criador dentro de categorias administrativas existentes, sem necessariamente vir acompanhado de direitos, deveres ou incentivos concretos.

Literacia e qualificação e reformas institucionais aparecem com menos frequência, e a proteção de crianças e adolescentes concentra as iniciativas que de fato criam direitos e deveres, refletindo a vulnerabilidade específica desse público. Não existe, portanto, um padrão internacional consolidado: cada país combina classificação, financiamento, qualificação e proteção legal à sua maneira, sem que esses caminhos se firmem como referência unânime entre os países mapeados.

/ E por que isso importa?

O Brasil concentra milhões de criadores, mas segue sem reconhecimento formal da profissão, um descompasso que não é exclusividade brasileira: mesmo onde existem iniciativas, a resposta institucional ainda é inicial. Entender esse repertório internacional, sem transplantá-lo automaticamente para um sistema jurídico diferente, é mais um passo para qualificar o debate sobre a economia dos criadores nacionalmente.

direcionamento para futuros estudos

Com base nos resultados e discussões deste trabalho, bem como suas limitações metodológicas, destacamos os seguintes direcionamentos para novos estudos, que possam continuar a aprimorar esta pesquisa:

Avaliação de impacto econômico e social

Futuros estudos poderiam quantificar o quanto os incentivos financeiros, as iniciativas de qualificação e as medidas de desburocratização resultaram em crescimento de renda, geração de empregos ou maior diversidade na produção de conteúdo local.

Estudo empírico da perspectiva dos criadores

Realizar pesquisas qualitativas e quantitativas diretamente com criadores de conteúdo nos países analisados, para entender a percepção desses profissionais sobre a utilidade, a viabilidade, as dificuldades e os pontos de melhoria dessas políticas, em escala internacional.

Acompanhamento longitudinal das iniciativas mapeadas

Como a maior parte das iniciativas identificadas surgiram recentemente, um estudo de acompanhamento ao longo do tempo poderia verificar quais permanecem em vigor, quais são ampliadas e quais são descontinuadas, incluindo casos ainda incipientes.

Monitoramento de sinalizações regulatórias ainda não materializadas

Órgãos internacionais têm sinalizado interesse em reconhecer criadores de conteúdo, sem que isso ainda se traduza em instrumento concreto; estudos futuros podem monitorar se esses sinais avançam para programas ou marcos regulatórios dedicados nos próximos anos.

Referências

ALEMANHA. HAMBURG KREATIV GESELLSCHAFT. **Creator Lift.** Disponível em: https://nextmedia-hamburg.de/programme/creator-lift/. Acesso em: 19 ago. 2026.

AUSTRÁLIA. AUSTRALIAN BUREAU OF STATISTICS. **Occupation Standard Classification for Australia (OSCA)** — código 231133. 2024. Disponível em: https://www.abs.gov.au/statistics/classifications/osca-occupation-standard-classification-australia/2024-version-1-0/browse-classification/2/23/231/2311/231133. Acesso em: 19 ago. 2026.

AUSTRÁLIA. AUSTRALIAN FILM TELEVISION AND RADIO SCHOOL. **Cursos de criação de conteúdo digital.** Disponível em: https://www.aftrs.edu.au/disciplines/digital/. Acesso em: 19 ago. 2026.

AUSTRÁLIA. SCREEN AUSTRALIA. **Market & Audience – Channel Management.** Disponível em: https://www.screenaustralia.gov.au/fund/market-audience-channel-management/. Acesso em: 19 ago. 2026.

BOOKER, Cory. Booker, Kennedy launch bipartisan Senate Creators Caucus. **United States Senate**, 16 set. 2026. Disponível em: https://www.booker.senate.gov/news/press/booker-kennedy-launch-bipartisan-senate-creators-caucus. Acesso em: 1 out. 2026.

BOWKER, Geoffrey C.; STAR, Susan Leigh. **Sorting Things Out: Classification and Its Consequences.** Cambridge, MA: MIT Press, 1999.

BRAUN, Virginia; CLARKE, Victoria. Using thematic analysis in psychology. **Qualitative Research in Psychology**, v. 3, n. 2, p. 77-101, 2006.

BRAUN, Virginia; CLARKE, Victoria. Reflecting on reflexive thematic analysis. **Qualitative Research in Sport, Exercise and Health**, v. 11, n. 4, p. 589-597, 2019.

CANADÁ. CANADA MEDIA FUND. **Digital Creators Pilot Program.** Disponível em: https://cmf-fmc.ca/program/digital-creators-pilot-program/. Acesso em: 19 ago. 2026.

CANADÁ. DEPARTMENT OF CANADIAN HERITAGE. **Creative Canada Policy Framework.** 2017. Disponível em: https://www.canada.ca/content/dam/pch/documents/campaigns/creative-canada/CCCadreFramework-EN.pdf. Acesso em: 19 ago. 2026.

CHILE. SERVICIO DE IMPUESTOS INTERNOS. **Resolución Exenta SII nº 128**, de 2025. Disponível em: https://www.sii.cl/normativa_legislacion/resoluciones/2025/reso128.pdf. Acesso em: 19 ago. 2026.

CLARK, Meredith; JNO-CHARLES, Cherise. **The Child Labor in Social Media: Kidfluencers, Ethics of Care, and Exploitation.** Journal of Business Ethics, 2025. Disponível em: https://link.springer.com/article/10.1007/s10551-025-05953-7. Acesso em: 19 ago. 2026.

COHERENT MARKET INSIGHTS. **Creator Economy Market Size and Share Analysis — Growth Trends and Forecasts, 2026-2033.** 2026. Disponível em: https://www.coherentmarketinsights.com/industry-reports/global-creator-economy-market. Acesso em: 19 ago. 2026.

COLÔMBIA. MINISTERIO DE TECNOLOGÍAS DE LA INFORMACIÓN Y LAS COMUNICACIONES. **Social Tech.** Disponível em: https://socialtech.gov.co/. Acesso em: 19 ago. 2026.

COREIA DO SUL. MINISTÉRIO DA CULTURA, ESPORTE E TURISMO. **K-Influencer Academy.** Disponível em: https://www.kinfluenceracademy.com/front/custSprt/notice/noticeDetailForm.html?pstid=7. Acesso em: 19 ago. 2026.

COREIA DO SUL. MINISTRY OF SCIENCE AND ICT (MSIT). **Apoio à Produção de Conteúdo para Criadores de Vídeo.** Disponível em: https://www.korea.kr/news/policyNewsView.do?newsId=148939820. Acesso em: 19 ago. 2026.

COREIA DO SUL. NATIONAL TAX SERVICE. **1인미디어 창작자 — 세무 안내 (Guia tributário para criadores de mídia individual)**, códigos 940306 e 921505. Disponível em: https://www.nts.go.kr/nts/cm/cntnts/cntntsView.do?mi=2480&cntntsId=7802. Acesso em: 19 ago. 2026.

Referências

EMIRADOS ÁRABES UNIDOS. NATIONAL MEDIA AUTHORITY. **Permit for an individual to provide advertising or media content on social media.** Disponível em: https://www.nma.gov.ae/en/services/permit-for-an-individual-to-provide-advertising-or-media-content-on-social-media-and-other-digital-platforms. Acesso em: 19 ago. 2026.

EQUADOR. GOBIERNO DEL ECUADOR. SERVICIO DE RENTAS INTERNAS. Disponível em: https://www.sri.gob.ec/en/web/intersri/soy-influencer-y-pago-impuestos. Acesso em: 19 ago. 2026.

ESPANHA. GENERALITAT DE CATALUNYA — DEPARTAMENT DE CULTURA. **Ajuts a creadors de contingut en català.** Disponível em: https://llengua.gencat.cat/es/detalls/noticia/ajuts-a-creadors-de-contingut-en-catala. Acesso em: 19 ago. 2026.

ESTADOS UNIDOS (CALIFÓRNIA). **Assembly Bill nº 1880 (Alanis).** Aprovada em 26 set. 2024, Chapter 610. Disponível em: https://leginfo.legislature.ca.gov/faces/billNavClient.xhtml?bill_id=202320240AB1880. Acesso em: 19 ago. 2026.

ESTADOS UNIDOS (CALIFÓRNIA). **Senate Bill nº 764** (Padilla). 2024. Disponível em: https://leginfo.legislature.ca.gov/faces/billNavClient.xhtml?bill_id=202320240SB764. Acesso em: 19 ago. 2026.

ESTADOS UNIDOS (ILLINOIS). **Public Act 103-0556 (SB 1782).** 2023. Disponível em: https://legiscan.com/IL/bill/SB1782/2023. Acesso em: 19 ago. 2026.

ESTADOS UNIDOS (MINNESOTA). **Minnesota Statutes §181A.03 / §181A.13a.** Disponível em: https://www.revisor.mn.gov/statutes/cite/181A.03. Acesso em: 19 ago. 2026.

ESTADOS UNIDOS (UTAH). **H.B. 322 — Child Actor Regulations.** 2025. Disponível em: https://le.utah.gov/Session/2025/bills/static/HB0322.html. Acesso em: 19 ago. 2026.

FRANÇA. **Loi nº 2020-1266**, de 19 de outubro de 2020. Disponível em: https://www.vie-publique.fr/loi/273385-loi-19-octobre-2020-travail-enfants-youtubeurs-influenceurs-sur-internet. Acesso em: 19 ago. 2026.

GOLDMAN SACHS. The creator economy could approach half-a-trillion dollars by 2027. **Goldman Sachs Insights**, 19 abr. 2023. Disponível em: https://www.goldmansachs.com/insights/articles/the-creator-economy-could-approach-half-a-trillion-dollars-by-2027. Acesso em: 19 ago. 2026.

HYPEAUDITOR; ESPM. **Brasil 2025 – Estado de Marketing de Influencers: tendências e métricas.** 2025. Disponível em: https://hypeauditor.com/uploaded-files/pdf-1-1-_compressed.pdf. Acesso em: 19 ago. 2026.

ÍNDIA. PRASAR BHARATI. **Creator's Corner.** 2026. Disponível em: https://www.pib.gov.in/PressReleasePage.aspx?PRID=2212873. Acesso em: 19 ago. 2026.

INDONÉSIA. BADAN EKONOMI KREATIF. **Strategi Nasional Ekonomi Kreatif 2025-2029.** Disponível em: https://peraturan.bpk.go.id/Details/334019/peraturan-bekraf-no-8-tahun-2025. Acesso em: 19 ago. 2026.

ITÁLIA. ISTAT. **ATECO 2025** — código 73.11.03. Disponível em: https://www.istat.it/classificazione/ateco-2025/. Acesso em: 19 ago. 2026.

KENNEDY, John. Kennedy, Booker launch bipartisan Senate Creators Caucus. **United States Senate**, 16 set. 2026. Disponível em: https://www.kennedy.senate.gov/2026/09/16/kennedy-booker-launch-bipartisan-senate-creators-caucus/. Acesso em: 1 out. 2026.

JAPÃO. CABINET OFFICE. **New Cool Japan Strategy.** 2024. Disponível em: https://www.cao.go.jp/cool_japan/english/index-e.html. Acesso em: 19 ago. 2026.

Referências

KARHAWI, Issaaf. Influencers, creators e posts: proposição de categorias dos conteúdos publicados por influenciadores digitais. **Revista do Centro de Pesquisa e Formação**, n. 17, dez. 2023. Disponível em: https://www.sescsp.org.br/wp-content/uploads/2023/12/Influencers-creators-e-posts-Proposicao-de-categorias-dos-conteudos-publicas-por-influenciadores-digitais.pdf. Acesso em: 19 ago. 2026.

MÉXICO. ESTADO DE JALISCO. **Ley para el Desarrollo y Fomento de las Industrias Creativas del Estado de Jalisco.** 2026. Disponível em: https://congresoweb.congresojal.gob.mx/bibliotecavirtual/legislacion/Leyes/Documentos_PDF-Leyes/Ley%20para%20el%20Desarrollo%20y%20Fomento%20de%20las%20Industrias%20Creativas%20del%20Estado%20de%20Jalisco-230726.pdf. Acesso em: 19 ago. 2026.

NORUEGA. STATISTISK SENTRALBYRÅ. **Klassifikasjoner — STYRK**, códigos 2551127 e 3419138. Disponível em: https://www.ssb.no/klass/klassifikasjoner/145/. Acesso em: 19 ago. 2026.

PORTAS, Isabela Afonso; SOUZA, Stephanie Mathias de. **Vozes da Influência: percepções de criadores digitais sobre identidade, mercado e responsabilidade.** São Paulo: Reglab/Redes Cordiais, 2026. Disponível em: https://reglab.com.br/vozes-da-influencia-criadores-de-conteudo/. Acesso em: 19 ago. 2026.

QUÊNIA. **Finance Act, 2023.** Disponível em: https://www.kra.go.ke/images/publications/The-Finance-Act--2023.pdf. Acesso em: 19 ago. 2026.

RAMOS, Pedro Henrique; BALBY, Luiza; BROMBINE, Giulia. **Do Feed ao Planalto: o Executivo Federal e os Influenciadores Digitais.** Radar Reglab, n. 4. São Paulo: Reglab, 2025. Disponível em: https://reglab.com.br/wp-content/uploads/2026/04/reglab-feedplanalto.pdf. Acesso em 19 ago. 2026.

RAMOS, Pedro; BIZUTTI, Andressa. Insegurança jurídica na era da influência. *In*: RAMOS, Pedro Henrique *et al*. **Temas Essenciais da Regulação Digital: ensaios sobre regulação, economia e impactos sociais publicados no veículo Jota durante o ano de 2025.** São Paulo: Reglab, 2025. Disponível em: https://reglab.com.br/ebook-temas-essenciais-regulacao-digital/#inseguranca-juridica-na-era-da-influencia. Acesso em: 19 ago. 2026.

RAMOS, Pedro; GARROTE, Marina; BROMBINE, Giulia; SOUZA, Stephanie Mathias de. **Do Feed ao Plenário: o debate sobre regulamentação de influenciadores digitais no Congresso Nacional.** Radar Reglab, n. 2. São Paulo: Reglab, 2025. Disponível em: https://reglab.com.br/feed-ao-plenario/. Acesso em: 19 ago. 2026.

REINO UNIDO. OFFICE FOR NATIONAL STATISTICS. **UK Standard Industrial Classification 2026**. Disponível em: https://www.ons.gov.uk/methodology/classificationsandstandards/ukstandardindustrialclassificationofeconomicactivities/uksic2026. Acesso em: 19 ago. 2026.

REINO UNIDO. UK PARLIAMENT. **All-Party Parliamentary Group for Digital Creators.** Disponível em: https://publications.parliament.uk/pa/cm/cmallparty/260112/digital-creators.htm. Acesso em: 19 ago. 2026.

SBA – U.S. SMALL BUSINESS ADMINISTRATION. SBA issues historic guidance to recognize America's content creator economy. Washington, D.C.: SBA, 15 out. 2026. Disponível em: https://www.sba.gov/article/2026/10/15/sba-issues-historic-guidance-recognize-americas-content-creator-economy. Acesso em: 20 out. 2026.

SINGAPURA. INFOCOMM MEDIA DEVELOPMENT AUTHORITY. **Digital Content and Capability Development (DCCD).** Disponível em: https://www.imda.gov.sg/resources/press-releases-factsheets-and-speeches/imda-launches-programme-to-support-media-professionals-in-creating-digital-content. Acesso em: 19 ago. 2026.

TAILÂNDIA. DIGITAL ECONOMY PROMOTION AGENCY. **CONNEXION Project.** 2023. Disponível em: https://www.depa.or.th/en/article-view/20230203_01. Acesso em: 19 ago. 2026.

UNIÃO EUROPEIA. COMISSÃO EUROPEIA — DG CONNECT. **DigitalEU Ambassadors.** Disponível em: https://digital-strategy.ec.europa.eu/en/policies/digitaleu-ambassadors. Acesso em: 19 ago. 2026.

anexo de metodologia

anexo de metodologia

Título do Trabalho

Promoção e profissionalização da economia dos criadores: um mapeamento exploratório internacional.

Pergunta de Pesquisa

Como países promovem políticas públicas de fomento e reconhecimento da economia de criadores?

Autoria

Marina Garrote, Bruna Scoralick Queiroz, Natália Ribeiro e Stephanie Mathias de Souza

Formato

Contexto

Resumo da Metodologia

Este estudo mapeia, de forma descritiva e exploratória, políticas públicas e incentivos regulatórios adotados por governos ao redor do mundo para promover, fomentar e reconhecer a economia de criadores de conteúdo digital. Nesta pesquisa, entendemos por economia dos criadores de conteúdo digital o conjunto de relações econômicas organizadas em torno da criação e distribuição de conteúdo em plataformas de redes sociais. Partimos de Karhawi (2023), que observa que a criação e a produção de conteúdo passaram a ser reconhecidas como formas de atuação profissional nessas plataformas, associadas aos influenciadores digitais,também chamados, mais recentemente, de creators. A pesquisa não avalia a efetividade dessas políticas, o objetivo é sistematizar o repertório internacional existente. A coleta combinou buscadores tradicionais e busca assistida por IA em quatro rodadas sucessivas, seguida de triagem contra critérios de inclusão e exclusão definidos previamente e aplicados em múltiplas rodadas de revisão pela equipe. As iniciativas elegíveis foram classificadas em cinco eixos temáticos - não mutuamente excludentes, já que uma mesma iniciativa pode se relacionar a mais de um eixo - e analisadas por meio de análise temática. Os resultados foram sistematizados em formato de casebook, organizado por país.

1. Coleta de dados

1.1. Coleta de dados em quatro rodadas.

A coleta combinou busca manual em buscador tradicional e busca por inteligência artificial, em quatro rodadas sucessivas. Na primeira, busca manual no Google combinou termos como "digital creator", "content creator", "digital influencer", "creator economy" e "independent digital worker" a qualificadores como "protection laws", "professionalization laws", "rights regulation" e "incentives". A rodada revelou baixa aderência ao objeto da pesquisa: a maioria dos resultados tratava de regulação de risco (publicidade, transparência, moderação de conteúdo, propriedade intelectual), não de incentivo ou profissionalização, e buscas sobre trabalho digital direcionaram principalmente a legislações de motoristas e entregadores de aplicativo (gig economy). Resultado: 10 iniciativas em 5 países (Canadá, França, Estados Unidos, Itália e Nova Zelândia, esta última sem iniciativa que atendesse aos critérios nas rodadas seguintes). Na segunda, busca assistida por inteligência artificial (Claude) usou prompt estruturado para mapear, em eixos (direitos e previdência, tributação, literacia, financiamento, reformas institucionais e outros mecanismos regulatórios), iniciativas da União Europeia voltadas a apoiar, regular ou profissionalizar criadores de conteúdo digital, com exigência de fonte oficial e vedação à invenção de dados.

Um prompt de refinamento isolou os achados específicos a influenciadores e criadores de conteúdo. Os resultados continuaram concentrados em fiscalização e compliance tributário, não em fomento. Resultado: 2 iniciativas (Decreto francês de 28 de novembro de 2025 e o programa indiano Create in India Challenge).

Na terceira, nova busca assistida por inteligência artificial (Claude) ampliou a cobertura para além da União Europeia, seguindo a mesma lógica de identificar iniciativas oficiais de governos. Os resultados foram triados contra os critérios de inclusão e exclusão já definidos, com casos de dúvida resolvidos por decisão consensual da equipe. Resultado: 17 iniciativas em 11 países (Reino Unido, França, Alemanha, Coreia do Sul, Japão, Indonésia, Índia, Quênia, Colômbia, Canadá e Austrália). Na quarta, para ampliar a cobertura de iniciativas governamentais e captar achados mais recentes, realizou-se uma rodada complementar de busca assistida por inteligência artificial (Claude), que retornou 50 resultados. Submetidos aos mesmos critérios de inclusão e exclusão, 6 iniciativas foram consideradas elegíveis. Os achados das quatro rodadas foram então submetidos, em conjunto, aos critérios de inclusão e exclusão detalhados a seguir, resultando na base final de 32 iniciativas em 22 países. *Nesta contagem, os EUA foram contados como um país, ainda que as iniciativas mapeadas pertençam a jurisdições estaduais distintas; e a União Europeia foi contabilizada como mais um país da amostra, por conveniência de apresentação, ainda que se trate de um bloco supranacional.*

1. Coleta de dados

1.2 Triagem conforme critérios de inclusão e exclusão

Para orientar a triagem, aplicamos o seguinte conceito de “iniciativa governamental”: toda ação oficial de um governo, formalmente adotada e em vigor, com finalidade de fomento, incentivo ou reconhecimento da economia de criadores. Isso inclui leis e decretos promulgados; regulamentos e classificações administrativas oficiais; políticas administrativas implementadas; fundos e programas de financiamento em operação; planos e estratégias nacionais formalmente publicados; e instâncias oficiais de articulação institucional.

Ficaram fora projetos de lei em tramitação, autorregulação privada sem participação estatal, eventos sem vínculo institucional e iniciativas cuja finalidade primária é restringir, moderar ou controlar riscos associados à atividade.

A partir desse conceito, cada iniciativa identificada foi revisada quanto à sua aderência aos critérios definidos para a pesquisa. Casos elegíveis foram incorporados à base de dados para análise; casos fora dos critérios foram excluídos e registrados em planilha separada. Situações de dúvida foram discutidas em conjunto pela equipe para decisão consensual.

Critérios de inclusão:

- É ação oficial de governo (não privada ou autorregulada);
- Está formalmente adotada e em vigor (não projeto de lei em tramitação, nem revogada);
- Nomeia ou reconhece criador de conteúdo/influenciador especificamente (não categoria genérica como "autônomo" ou "pequena empresa");
- Finalidade central é fomento, incentivo ou reconhecimento, não apenas restrição ou fiscalização;

Critérios aplicados para excluir achados:

- Regulação de conteúdo ou publicidade que não tem objetivo de reconhecer ou promover criadores.
- Iniciativa não específica de criador de conteúdo por plataforma digital;
- Ações de entidades privadas ou autorreguladas;
- Iniciativas sem fonte em canal oficial (ex.: apenas notícia de sites terceiros);
- Normas tributárias/administrativas genéricas em que só a orientação oficial menciona criadores de conteúdo como exemplo de aplicação, sem que a norma em si crie definição legal, status, categoria ou regime próprio para a economia criativa.

1. Coleta de dados

1.3 Padrões dos motivos de exclusão

Das iniciativas identificadas nas rodadas de coleta, 26 não atenderam a todos os critérios do checklist de inclusão e foram registradas em planilha própria ("Dados removidos"), com o motivo específico de cada exclusão. Essas exclusões se agrupam em padrões recorrentes — como normas ainda não vigentes ou já revogadas, fonte oficial não confirmada, uso do termo "criador" em sentido mais amplo que o desta pesquisa, normas tributárias genéricas sem nada criado especificamente para a categoria, e iniciativas de finalidade central restritiva — o que mostra que a triagem segue uma régua consistente, não decisões caso a caso arbitrárias.

Dois casos motivaram ajustes no próprio checklist ao longo do processo: uma decisão judicial de primeira instância na Itália levou à exclusão explícita de decisões não transitadas em julgado, e um programa de formação da Coreia do Sul que mistura criadores individuais com profissionais da radiodifusão tradicional levou à criação de uma categoria própria para descompasso conceitual entre o termo usado na fonte e o objeto da pesquisa.

Dois casos exigiram atenção especial por estarem na fronteira dos critérios, mas foram mantidos na base após revisão: uma permissão de publicidade dos Emirados Árabes Unidos e um grupo parlamentar informal do Reino Unido, sem status oficial, mas mantido por ter produzido um resultado concreto rastreável.

Após a aplicação desses critérios, a base final resultante da triagem totalizou 32 iniciativas em 22 países.

O registro de casos removidos não cobre todas as sugestões levantadas nas fases de coleta: iniciativas claramente descoladas do objeto da pesquisa — por exemplo, resultados voltados a trabalhadores de plataformas de entrega ou aplicativos de transporte, sem relação com criadores de conteúdo — foram descartadas na triagem inicial, sem catalogação individual. O que foi registrado foram, especificamente, os casos-limite que exigiram análise mais detalhada, testados contra os critérios do checklist, com deliberação da equipe para decidir se cada iniciativa deveria ou não compor a base final.

2. Análise de dados

A análise da base das iniciativas elegíveis combinou duas etapas: a classificação de cada iniciativa em eixos temáticos e, sobre o conjunto classificado, uma análise temática.

As iniciativas foram classificadas em eixos temáticos, definidos pela equipe de pesquisa, com auxílio de IA (Claude), a partir de resultados preliminares da coleta exploratória e aplicados dedutivamente às demais iniciativas identificadas, sendo refinados ao longo da análise conforme os dados encontrados. Cada iniciativa foi analisada e classificada por duas pesquisadoras. Os eixos, detalhados anteriormente na seção de introdução desta pesquisa, não são mutuamente excludentes: uma mesma iniciativa pode abranger mais de uma dessas dimensões, e foi classificada no eixo que representa seu objetivo central.

A partir da base classificada, a equipe conduziu uma análise temática, em busca do que a base significa: percorremos a base repetidamente à procura de recorrências que atravessassem eixos e países, não perguntando apenas em que eixo cada iniciativa se encaixa, mas que padrão de fundo ela revela, e se esse padrão reaparece em outras iniciativas, mesmo entre países muito distintos entre si. Esse processo seguiu, em versão enxuta, o percurso de análise temática de Braun e Clarke (2006; 2019): leitura repetida das iniciativas, identificação dos pontos que reaparecem entre elas e agrupamento desses pontos em temas.

Essa leitura é exploratória e descritiva, pois não mede a efetividade das políticas mapeadas, e os temas resultantes são interpretação da equipe sobre os achados, não dado extraído diretamente das fontes.

2. Análise de dados

2.1. Identificação dos temas

1. Leitura repetida e códigos iniciais. A equipe leu as iniciativas repetidamente, marcando características notáveis em cada descrição, independentemente do eixo em que a iniciativa já estava classificada. Entre os códigos identificados:

- define juridicamente o termo (ex.: Illinois define "vlog"/"vlogger"; Minnesota define "content creator"; Chile define "criador de conteúdo digital"; Quênia define "monetização de conteúdo digital")
- cria código de atividade econômica ou ocupacional novo (Itália, Austrália, Noruega, Reino Unido, Chile, Equador, Coreia do Sul)
- cria conta fiduciária ou fundo bloqueado para menor de idade (Illinois, Califórnia ×2, Minnesota, Utah, França)
- estende arcabouço jurídico já existente, em vez de criar um novo (Califórnia/AB1880 estende a Lei Coogan de 1939; Reino Unido/SIC parte de um código estatístico preexistente)
- financia diretamente o criador (Alemanha, Canadá, Coreia do Sul/MSIT, Austrália/Screen Australia, Singapura, Espanha/Catalunha, México)
- oferece visibilidade institucional sem transferência de recurso financeiro (União Europeia, Índia)
- articula atores institucionais de forma informal (Reino Unido/APPG)
- licencia ou condiciona a conduta do criador (Emirados Árabes Unidos)
- nomeia o criador dentro de uma estratégia nacional mais ampla (Japão, Indonésia, Canadá/Creative Canada)

2. Agrupamento por semelhança. Os códigos foram reunidos em conjuntos maiores quando apareciam juntos, de forma recorrente, em iniciativas de países sem coordenação entre si. Por exemplo: define juridicamente o termo + cria código de atividade econômica ou ocupacional novo apareceram juntos em sete iniciativas (Austrália, Chile, Coreia do Sul, Equador, Itália, Noruega, Reino Unido); cria conta fiduciária + estende arcabouço já existente apareceram juntos em seis (Illinois, Califórnia, Minnesota, Utah, França); financia diretamente e licencia/controla mostraram-se, quando comparados, como duas faces do mesmo tipo de instrumento (um registro ou código), a depender da finalidade declarada.

2. Análise de dados

3. Organização em temas. Esses conjuntos foram organizados nos temas descritos na seção de Análise e comentários. Nem todos vieram do mesmo tipo de evidência: quatro nasceram diretamente do agrupamento de códigos acima; um veio da distribuição temporal e geográfica do conjunto da base, não de um código específico; um se apoiou em literatura externa sobre disputa terminológica. A tabela abaixo resume a correspondência:

Tema	Origem	Iniciativas
Nomear costuma ser o primeiro passo para o reconhecimento	Define juridicamente o termo + cria código de atividade econômica ou ocupacional novo	Austrália, Chile, Coreia do Sul, Equador, Itália, Noruega, Reino Unido
Crianças e adolescentes, maior prioridade legislativa	Cria conta fiduciária/fundo bloqueado + estende arcabouço jurídico existente	Illinois, Califórnia (2 leis), Minnesota, Utah, França
O nome também é disputado por quem é nomeado	Vem de literatura externa sobre definição legislativa e percepção dos criadores	fontes: Ramos et al. (2025); Portas; Souza (2026)
Reconhecer não é o mesmo que promover	Financia diretamente + licencia/condiciona a conduta, comparados como duas faces do mesmo tipo de instrumento a depender da finalidade declarada	Emirados Árabes Unidos (reconhecimento e controle); demais iniciativas de financiamento e formalização (reconhecimento)
A resposta institucional ainda não parece ter acompanhado a escala do fenômeno	Distribuição temporal e geográfica do conjunto da base (concentração pós-2023, ausência de coordenação entre países), não um reconhecimento internacional específico	conjunto da base
Os caminhos mais comuns são de financiamento e formalização	Financia diretamente + oferece visibilidade sem recurso financeiro + articula atores de forma informal + nomeia dentro de estratégia nacional, comparados pela distribuição por eixo e pela natureza jurídica de cada instrumento	Alemanha, Canadá, Coreia do Sul (MSIT), Austrália (Screen Australia), Singapura, Espanha (Catalunha), México, União Europeia, Índia, Reino Unido (APPG), Japão, Indonésia

3. Sistematização de resultados

As iniciativas classificadas foram organizadas em formato de casebook, dividido por país e apresentado em ordem alfabética.

Cada país recebeu um ou mais slides, contendo: nome do país, nome da iniciativa, o eixo de análise que representa seu objetivo central e link para a fonte oficial consultada.

Esse formato foi adotado porque as iniciativas mapeadas têm formas jurídicas e força normativa diferentes entre os países, o que torna a apresentação por país mais adequada do que um comparativo direto entre jurisdições. Não foi objetivo desta pesquisa comparar países diretamente entre si, visto que cada um tem particularidades institucionais e jurídicas próprias, e a pesquisa não se propôs a avaliar ou hierarquizar essas diferenças.

Período de coleta de dados

maio a agosto de 2026

Período de análise de dados

maio a agosto de 2026

Período de Redação do relatório e refinamento da base

Julho e agosto de 2026

3. Procedimentos de redução de vieses

Reconhecemos que toda pesquisa está sujeita a vieses inerentes e buscamos exercer reflexividade contínua ao longo do estudo, questionando possíveis efeitos de nossas próprias perspectivas ou entendimentos sobre os dados. Além disso, adotamos medidas para mitigar a subjetividade na interpretação e análise dos dados:

- **Critérios pré definidos:** os critérios de inclusão e exclusão foram definidos durante a etapa de triagem e compartilhados entre a equipe, sendo ajustados apenas quando notadamente insuficientes diante de casos concretos.
- **Decisão consensual em casos de dúvida:** situações de dúvida sobre o enquadramento de uma iniciativa na base de dados foram discutidas em conjunto pela equipe para decisão consensual, em vez de decididas unilateralmente.
- **Dupla checagem na classificação por eixo:** cada iniciativa foi analisada e classificada por duas pesquisadoras.
- **Registro e transparência do processo:** as decisões de inclusão e exclusão foram documentadas ao longo de todo o processo de triagem, com o motivo específico de cada exclusão registrado no momento da decisão. Isso permite revisão sistemática e reconstituição da régua de decisão por qualquer pesquisador da equipe.

4. Outras informações

4.1 Limitações metodológicas

Barreira linguística das iniciativas: por se tratar de pesquisa com dados internacionais, parte das iniciativas mapeadas foi identificada em fontes oficiais publicadas em idiomas distintos do português, incluindo idiomas menos familiares à equipe, como coreano, árabe, entre outros, sem tradução oficial disponível. Isso é particularmente sensível em iniciativas recentes e de nicho, para as quais nuances de sentido podem se perder na tradução.

Acesso à internet aberta e pesquisa internacional: a coleta foi realizada a partir da internet aberta. Sites governamentais de alguns países apresentaram indisponibilidade ou bloqueio de acesso, o que pode ter limitado a confirmação de fontes oficiais para iniciativas identificadas por vias secundárias. Iniciativas nessa situação, quando não confirmadas em canal oficial, foram excluídas conforme os critérios já descritos.

Conhecimento jurídico especializado por jurisdição: a pesquisa abrangeu diferentes jurisdições, com sistemas jurídicos, hierarquias normativas e tradições regulatórias distintas entre si. A classificação de cada iniciativa baseou-se na interpretação das fontes públicas disponíveis, o que pode não capturar nuances específicas de cada ordenamento jurídico.

Critérios definidos pela própria equipe: os critérios de inclusão e exclusão, bem como os eixos temáticos, foram definidos e aplicados pela equipe de pesquisa, orientados especificamente para capturar iniciativas de fomento, incentivo e reconhecimento da economia de criadores. Ainda que testados contra um checklist e revisados, essas decisões são interpretativas.

Concentração geográfica da amostra: o repertório mapeado concentra-se em Europa, América do Norte, Ásia desenvolvida e Oceania. Essa concentração pode refletir a barreira de idioma e de acesso já mencionadas, mas também limita, por si só, a representatividade do que foi encontrado: é possível que o repertório de outras regiões seja mais amplo do que esta pesquisa capturou.

4. Outras informações

4.2 Proteção de dados pessoais

Esta pesquisa não envolveu tratamento direto de dados pessoais. Os documentos analisados consistiram em atos oficiais de governos disponíveis publicamente em canais oficiais. Ainda que algumas dessas iniciativas possam conter dados pessoais, a análise foi realizada em nível agregado e qualitativo, sem coleta, sistematização ou uso individualizado dessas informações, em linha com práticas de uso responsável de dados públicos.

4.3 Uso de software

SOFTWARE	USO NA PESQUISA
Claude (Anthropic)	deep-research, síntese, construção dos eixos, apoio à redação e revisão do relatório.
ChatGPT	geração da imagem da capa
Google Workspace	Organização da pesquisa, planilhas de consolidação e controle de dados, edição de texto

5. Diretrizes éticas

Esta pesquisa foi financiada pela Meta Brasil.

Para garantir a integridade deste trabalho, **as autoras desenvolveram, conduziram e analisaram o estudo de forma independente**, sem qualquer contribuição ou interferência da empresa, que também não influenciou ou interferiu na interpretação dos resultados. Os autores mantêm total independência profissional e responsabilidade pelo conteúdo e conclusões deste trabalho.

Respeito à Privacidade e à Confidencialidade

Os dados utilizados são de domínio público e foram obtidos de fontes acessíveis, sem violar a privacidade ou a confidencialidade de qualquer indivíduo ou instituição.

Uso Responsável de Dados Públicos

Embora os dados analisados sejam públicos, seu uso foi feito de maneira responsável e ética, com o objetivo exclusivo de pesquisa independente.

Transparência Metodológica

A metodologia de pesquisa foi detalhada para garantir transparência e replicabilidade, contribuindo para a integridade científica e permitindo a validação dos resultados de maneira independente.

Não-discriminação e Respeito à Diversidade

A pesquisa foi conduzida de maneira a respeitar a diversidade e evitar qualquer forma de discriminação.

reglab

centro de estratégia
& regulação

www.reglab.com.br | Instagram | LinkedIn