"VIRALIZOU?": INVESTIGANDO AS CARGAS DIGITAIS PRODUTORAS DO ADOECIMENTO DE INFLUENCERS

MARIA EDUARDA MARCIANO FONSECA[1]
DEISE LUIZA DA SILVA FERRAZ[2]
TAYNÁ FERNANDES DA SILVA[3]

[1]*ADMINISTRAÇÃO/FACE/UFMG – eduarda.mema@gmail.com*
[2]*PPGA-CEPEAD/UFMG*, Rede TraMa – *deiseluiza@face.ufmg.br*
[3]*REI/FACE/UFMG*, Rede TraMa – *taynaest10@gmail.com*

Resumo: A questão da produção da saúde de trabalhadores e trabalhadoras produtoras de conteúdo é ainda algo que carece de exatidão e não são muitas as pesquisas científicas que se debruçam sobre o tema - e o campo da Administração não é exceção. Nesse sentido, visando avançar no debate, o objetivo deste trabalho é analisar como as métricas de consistência algorítmica produzem processos de adoecimento. Na efetivação deste objetivo, usou-se análise de documentos, utilizando fontes primárias produzidas pelas próprias plataformas e a análise de vídeos produzidos por influencers em que eles próprios denunciam as condições de adoecimento, buscando construir um primeiro mapeamento das doenças que acometem esses profissionais. A base para a discussão dos dados provém da crítica da economia política da comunicação (BOLAÑO, 2020; SILVA, 2023) e das discussões da Medicina Social Latino-Americana (MSLA). Numa síntese, a resposta é: a organização do algoritmo como elemento que impõe a constância como meio de intensificação do trabalho são as bases materiais que subsume o trabalho vivo dos produtores de conteúdo na relação de reciprocidade dialética que constituem as cargas de trabalho, e, em específico, a carga digital de trabalho.
Palavras-chave: Saúde do Trabalhador; Influencers; Gestão Algorítmica; Medicina Social Latino-americana; Cargas Digital de Trabalho

Primeira Postagem: introduzindo a questão

𝄞

Ninguém notou
Ninguém morou na dor que era o seu mal
A dor da gente não sai no jornal

𝄞

(composição: Haroldo Barbosa e Luiz Reis
Intérprete: Chico Buarque)

Entre centenas de milhares de *likes*, *dislikes*, seguidores, *haters*, compartilhamentos, engajamentos, cancelamentos, existe uma massa de trabalhadores produtores de conteúdo (TPC) para as Redes Sociodigitais (RSDs) que não rompem a bolha do anonimato, mas seguem perseguindo o sonho de vir a ser influencers.

O sonho parece estar bem ali à frente. Um vídeo, um post, uma lacração … e o viral está feito! A promessa do sucesso indica uma curta distância. Na prática, parece estar na palma da mão: um celular e uma boa ideia se convertem automaticamente em público conquistado. Mas

entre o cérebro e o celular o caminho parece estar obstaculizado. Flopar é a realidade e o trabalho árduo de produzir conteúdo após conteúdo conforme ditam as métricas algorítmicas é o pesadelo. E a dor dessa gente não sai no jornal.

Nesse cenário de sonhos cada vez mais distantes, pausar aparece como desistir, pois não seguir o ritmo ditado pelo algoritmo gera punição e o conteúdo perde imediata relevância, caindo no limbo do rejeito virtual que afasta a possibilidade de notoriedade. Percebe-se, então, que as métricas são mais do que ferramentas que guiam estratégias de marketing. A submissão a um conjunto de métricas que determinam também os salários desses profissionais se revela como um problema de saúde do trabalhador. Ironicamente, são os que romperam às bolhas do anonimato que também romperam o tabu de postar a questão do trabalho nas RSDs como fonte de adoecimentos, ainda que "aí a notícia carece de exatidão" (BARBOSA; REIS, 1960).

A questão da produção da saúde de trabalhadores e trabalhadoras produtoras de conteúdo é ainda algo que carece de exatidão e não são muitas as pesquisas científicas que se debruçam sobre o tema - e o campo da Administração não é exceção. Nesse sentido, visando avançar no debate, o objetivo deste trabalho é analisar como as métricas de consistência algorítmica produzem processos de adoecimento.

Na efetivação deste objetivo, usou-se análise de documentos, utilizando fontes primárias produzidas pelas próprias plataformas e a análise de vídeos produzidos por influencers em que eles próprios denunciam as condições de adoecimento, buscando construir um primeiro mapeamento das doenças que acometem esses profissionais. A base para a discussão dos dados provém da crítica da economia política da comunicação (BOLAÑO, 2020; SILVA, 2023) e das discussões da Medicina Social Latino-Americana (MSLA).

1 Com a voz, os nossos influenciadores: elementos da Crítica da Economia Política da Comunicação e da Medicina Social-Latino Americana

Neste item, serão apresentados alguns acúmulos realizados no âmbito da crítica da economia política da comunicação no que tange a atividade laboral da produção de conteúdo e da sua respectiva gestão algorítmica e da Medicina Social Latino-Americana (MSLA).

1.1 Produção de Conteúdo e a Gestão Algorítmica

Antes de falar sobre adoecimento, é preciso entender o ambiente em que esse adoecimento acontece. O TikTok, o Instagram e o YouTube não são simples plataformas de comunicação (BOLAÑO, 2020), são o que Silva (2023) chama de redes sociodigitais (RSDs): espaços virtuais privados, geridos por grandes empresas-plataforma, que combinam interação social e lógica comercial numa relação aparentemente natural, mas profundamente calculada.

Nessas redes, o conteúdo produzido pelos usuários não é apenas entretenimento: é a matéria-prima que mantém os anúncios rodando, os dados sendo coletados e o lucro das plataformas crescendo. Para tanto, ao lado dos trabalhadores engenheiros de dados, cientistas da informação e desenvolvedores de programas, tem-se os trabalhadores produtores de conteúdo (TPC), expressão que Silva, Ferraz e Franco (2025) demonstram ser o referente do comumente conhecido "influenciador". Porém, nem todo trabalhador produtor de conteúdo (TPC) é um influencer, ainda que todo influencer seja um TPC. O que está escondido pela comum sinonímia entre os termos é que atrás de algumas poucas pessoas famosas tem-se muito trabalho e muito trabalho não pago.

Um aspecto fundamental para entender esse cenário é o que Silva e Ferraz (2025) chamam de a dupla origem do lucro das RSDs. A narrativa mais comum é que as plataformas lucram vendendo espaço para anúncios e isso de fato acontece. Mas há uma segunda origem, menos visível: quando plataformas como YouTube e Twitch cobram assinaturas mensais (YouTube Premium, Clube dos Canais), o conteúdo produzido pelo TPC vira uma mercadoria que é vendida diretamente ao usuário. Nesse caso, o gasto de energia físico-psíquica do produtor configura trabalho produtivo para o capital, gerando mais-valor que é apropriado pela plataforma. O trabalhador, portanto, não é apenas um custo que opera no processo de realização do valor, é também uma fonte de mais-valor.

Sendo trabalhador produtivo ou improdutivo para o capital, o fato concreto para os indivíduos que trabalham é que para estar nesse mundo virtual, há trabalho real, com jornadas extensas, metas de desempenho, pressão por resultados e remuneração frequentemente insuficiente. Segundo os autores, esses trabalhadores emergem como uma das formas de ser proletariado no século XXI — subordinados ao processo de valorização do capital, mesmo que não reconheçam isso em si mesmos.

A pesquisa empírica de Silva e Ferraz (2025), realizada com 307 TPCs brasileiros, ajuda a colocar números nessa realidade. A maior concentração de seguidores está no Instagram (65%) e no TikTok (25%). A esmagadora maioria — 78% dos entrevistados — executa sozinha todas as etapas da produção: roteiro, gravação, edição e postagem. E quando o assunto é renda, o quadro é ainda mais revelador: apenas 11% têm a remuneração da própria plataforma como principal fonte de sustento, enquanto 46% precisam de outras atividades para sobreviver. Esse desequilíbrio não é acidental. Ele tem raízes na forma como as plataformas organizam e remuneram o trabalho dos TPCs. No YouTube, por exemplo, para que um canal seja monetizado, o trabalhador precisa acumular mais de 4.000 horas de exibição pública nos últimos 12 meses e ter ao menos 1.000 inscritos. Abaixo disso, o conteúdo é publicado normalmente, os anúncios continuam aparecendo, mas o produtor não recebe nada. O que importa para a plataforma não é a qualidade do que foi criado, mas a capacidade daquele conteúdo de manter os usuários assistindo e clicando (SILVA; FERRAZ; FRANCO, 2025). Esse sistema de controle é o que se chama de gestão algorítmica. Na prática, o algoritmo faz o papel de um gerente invisível: define quem aparece no feed de recomendações, quem tem o alcance reduzido e quem é, na prática, "demitido" da visibilidade. Karhawi e Prazeres (2022) descrevem muito bem esse fenômeno ao falar em "exaustão algorítmica": os influenciadores internalizam normas de subordinação de tal forma que passam a se autogerir segundo os critérios da plataforma — o chefe de carne e osso desaparece, mas é substituído por um chefe maquínico com quem simplesmente não se negocia e o cenário do adoecimento se instala.

1.2 Produção de Saúde-Doença e as Cargas de Trabalho Digitais

Para entender o que adoece os produtores de conteúdo, não basta dizer que eles estão "estressados" ou que sofreram "burnout". Essas categorias, embora úteis no senso comum, têm um limite: elas tendem a individualizar o problema, como se o adoecimento fosse resultado de uma fragilidade pessoal ou de uma má gestão do tempo. O que o referencial teórico aqui adotado propõe é outra coisa: situar o adoecimento no processo de trabalho, entendendo-o como uma manifestação coletiva e historicamente determinada das condições em que essa força de trabalho é consumida.

Essa perspectiva vem da Medicina Social Latino-Americana (MSLA), especificamente da chamada Escola de Xochimilco, formada por pesquisadoras e pesquisadores marxistas no México nas décadas de 1970 e 1980. Segundo Ferraz e Bechara-Maxta (2022), essa corrente

parte de uma premissa fundamental: saúde e doença não são fenômenos individuais ou biológicos isolados. São categorias sociais e históricas, que expressam o modo como determinada sociedade organiza a produção da vida material e, portanto, o modo como explora a força de trabalho (LAURELL; NORIEGA, 1989).

Laurell e Noriega (1989) desenvolvem, a partir daí, a noção de nexo biopsíquico: a ideia de que o corpo e a mente do trabalhador não são entidades separadas, mas uma totalidade que é historicamente moldada pelo processo de trabalho. Isso significa que o que acontece dentro da fábrica — ou dentro de uma tela, no caso dos TPCs — deixa marcas reais na corporeidade de quem trabalha. O adoecimento, nesse sentido, não é uma fatalidade nem uma coincidência: é a expressão visível de um processo de desgaste que tem causas objetivas, identificáveis e passíveis de investigação.

Para tornar essa investigação possível, as pesquisadoras da Escola de Xochimilco desenvolvem o conceito de cargas de trabalho — e é aqui que a teoria ganha especial relevância para compreendermos o que acontece com os produtores de conteúdo. Conforme Laurell e Noriega (1989, p. 110), a categoria "carga de trabalho" busca ressaltar na análise do processo de trabalho os elementos deste que interagem dinamicamente entre si e com o corpo do trabalhador, gerando processos de adaptação que se traduzem em desgaste, entendido como perda da capacidade potencial e/ou efetiva corporal e psíquica.

As cargas são classificadas em dois grandes grupos. O primeiro abrange cargas físicas, químicas, biológicas e mecânicas — aquelas que têm uma materialidade externa ao corpo e que, ao interagir com ele, geram transformações internas. O segundo grupo inclui as cargas fisiológicas e psíquicas, que só existem através do corpo do trabalhador: não têm uma presença visível fora dele, mas se manifestam concretamente em seus processos internos. A alternância de turnos, por exemplo, é uma carga fisiológica — ela não existe sem um ser humano submetido a esse regime, mas seus efeitos são reais: ruptura dos ritmos biológicos, distúrbios do sono, dessincronização (LAURELL; NORIEGA, 1989).

As cargas psíquicas, por sua vez, dividem-se entre sobrecarga e subcarga. A sobrecarga psíquica envolve situações de tensão prolongada: atenção permanente, supervisão estrita e ritmos acelerados. A subcarga psíquica é o lado oposto, mas igualmente danoso: a impossibilidade de desenvolver e usar a própria capacidade criativa e intelectual, que resulta de tarefas fragmentadas, monótonas, repetitivas, esvaziadas de sentido. Para os produtores de conteúdo, é possível identificar as duas simultaneamente: a pressão constante para produzir e engajar (sobrecarga) coexiste com a perda progressiva de autonomia criativa, à medida que o processo é ditado pelas métricas algorítmicas (subcarga).

Um aspecto crucial que Laurell e Noriega (1989) enfatizam é que as cargas não devem ser analisadas isoladamente. O segundo passo analítico — e o mais importante — é reconstruí-las na sua interação, a partir da lógica global do processo de trabalho. As cargas se potenciam entre si: um trabalhador submetido ao mesmo tempo a uma carga fisiológica (jornadas noturnas que desregulam os ritmos do corpo), a uma sobrecarga psíquica (a pressão permanente das métricas) e a uma subcarga psíquica (o esvaziamento da criatividade imposto pelo algoritmo) acumula um desgaste que é muito maior do que a soma de cada uma dessas cargas considerada separadamente. Esse acúmulo é o que os autores chamam de processo de desgaste — a perda de capacidade efetiva e/ou potencial, biológica e psíquica.

Laurell e Noriega (1989) ainda destacam que as cargas não são modelos ideais ou fatores de riscos, mas algo que se constitui em processos concretos de trabalho conforme as bases técnicas e de gestão da força de trabalho face aos processos de resistências e consentimentos dos trabalhadores e trabalhadoras. É nesse ponto que entra a contribuição original de Ferraz e

Bechara-Maxta (2022) ao demonstrar que o avanço das forças produtivas oportunizado pelas revoluções de base técnicas constituíram as cargas digitais.

Ao investigarem o processo de trabalho bancário, este setor marcado pela digitalização intensa dos seus processos, Ferraz e Bechara-Maxta (2022) identificaram que as transformações tecnológicas não simplesmente substituíram cargas antigas por novas: elas criaram uma modalidade específica de carga de trabalho, que denominaram de carga digital. No setor bancário, as tecnologias digitais se tornaram elemento estruturante das atividades, operando ao mesmo tempo como meio de trabalho e como instrumento de controle: expandiram a jornada para além das dependências físicas do banco, intensificaram o ritmo de trabalho via inteligência artificial, reduziram a autonomia dos trabalhadores e passaram a ajustar instantaneamente os salários variáveis conforme parâmetros estabelecidos por sistemas automatizados (FERRAZ; BECHARA-MAXTA, 2022).

Essa noção de carga digital é central para este trabalho porque oferece o instrumental teórico necessário para compreender o que acontece com os produtores de conteúdo de forma que vai além do senso comum. O que as plataformas fazem com os TPCs é, em essência, o mesmo que o setor bancário fez com seus trabalhadores, mas de uma forma ainda mais pervasiva: as métricas algorítmicas funcionam como metas permanentemente atualizadas, os sistemas de punição pela descontinuidade das postagens eliminam qualquer possibilidade de pausa reconhecida, e a fronteira entre tempo de trabalho e tempo de vida simplesmente desaparece, isso porque o conteúdo pode e deve ser produzido em qualquer lugar, a qualquer hora.

Ferraz e Bechara-Maxta (2022), ao apresentarem o campo da saúde e do adoecimento no trabalho, reforçam que, sob a ordem do capital, acidentes, adoecimentos e mortes não são senão manifestações de problemas produzidos pela forma de exploração da força de trabalho. Não são fatalidades, não são coincidências e não são fraquezas individuais. São resultados de processos concretos, identificáveis, que podem e devem ser investigados. É nessa perspectiva que este trabalho se situa: não para patologizar o TPC ou responsabilizá-lo pelo próprio adoecimento, mas para compreender as determinações objetivas do processo de trabalho que fazem com que tantos criadores de conteúdo, mesmo no auge do sucesso, cheguem ao colapso.

2 O Roteiro para a produção do conteúdo científico: método de Coleta dos Dados

Este item se organiza em torno de três tópicos expondo as três etapas da pesquisa. Para explicar o funcionamento dos algoritmos das principais plataformas e descrever seus sistemas de punição em caso de descontinuidade do trabalho foi utilizada a análise de documentos, utilizando fontes primárias produzidas pelas próprias plataformas. Para mapear manifestações de adoecimento em influenciadores-produtores de conteúdo foi realizado um levantamento bibliográfico e análise de depoimentos públicos de influenciadores. A seguir, será exposto todo o percurso realizado para atender ao objetivo do trabalho.

2.1 Análise de Documentos

A análise documental permite investigar, a partir de fontes primárias, as regras, diretrizes e estruturas que organizam determinado campo social. No contexto desta pesquisa, os documentos mais relevantes são aqueles produzidos pelas próprias plataformas digitais — os termos de uso, as políticas de monetização e as diretrizes para criadores -, pois são eles que materializam, de forma oficial, os mecanismos de controle e as regras de punição que incidem sobre os trabalhadores-produtores de conteúdo.

Os documentos selecionados estão listados no Quadro 1, com indicação de quem os produziu, onde estão disponíveis, a data de publicação e a sigla utilizada ao longo do trabalho para referenciá-los.

Quadro 1 - Documentos utilizados na pesquisa

SIGLA	TÍTULO	PRODUZIDO POR	DISPONÍVEL EM	DATA
DOC-YT1	Políticas de monetização de canais do Youtube	Youtube/ Google LLC	support.google.com/youtube/answer/1311392	2022, atualizado em 2025
DOC-YT2	Diretrizes da Comunidade do YouTube	YouTube / Google LLC	support.google.com/youtube/answer/9288567	2022, atualizado em 2025
DOC-YT3	Programa de Parcerias do YouTube — requisitos de elegibilidade	YouTube / Google LLC	support.google.com/youtube/answer/72851	2022, atualizado em 2025
DOC-YT4	Termos de Serviço do YouTube	YouTube / Google LLC	youtube.com/t/terms	2022
DOC-TK1	Diretrizes da Comunidade Tik Tok	Tik Tok / Byte Dance Ltd.	tiktok.com/community-guidelines/pt	2024
DOC-TK2	Programa de Recompensas do Criador — Tik Tok	Tik Tok / Byte Dance Ltd.	support.tiktok.com/pt_BR/business-and-creator/creator-rewards-program	2024
DOC-TK3	Diretrizes de Monetização da LIVE — Tik Tok	Tik Tok / Byte Dance Ltd.	tiktok.com/community-guidelines/pt/accounts-features	2024
DOC-IG1	Políticas de Monetização de Conteúdo do Instagram	Meta Platforms Inc.	help.instagram.com/2635536099905516	2023
DOC-IG2	Políticas de Monetização para Parceiros do Instagram	Meta Platforms Inc.	help.instagram.com/512371932629820	2023
DOC-IG3	Como o Instagram funciona — explicando o algoritmo	Meta Platforms Inc.	about.instagram.com/pt-br/blog/announcements/shedding-more-light-on-how-instagram-works	2021

Fonte: Elaborado pelas autoras

A análise desses documentos foi orientada por três eixos: (a) quais são os critérios de elegibilidade para monetização em cada plataforma; (b) quais comportamentos dos criadores são punidos em redução de alcance, desmonetização ou suspensão de conta; e (c) como as plataformas descrevem, em seus próprios termos, a relação entre frequência de postagem e visibilidade do conteúdo.

2.2 Revisão Bibliográfica

Para mapear manifestações de adoecimento em influenciadores-produtores de conteúdo, realizou-se uma busca bibliográfica nas bases de dados SciELO, SPELL e Scopus. As buscas foram realizadas em abril de 2026, nos campos título, resumo e palavras-chave considerando os termos: produtores de conteúdo OR criadores de conteúdo OR influencers AND adoecimento OR doenças OR saúde OR burnout OR saúde mental OR stress OR depressão. No Scopus, os termos foram adaptados para o inglês e realizadas três combinações distintas de descritores, conforme detalhado no Quadro 2.

A busca no SciELO não retornou resultados com os descritores estabelecidos, o que indica a escassez de produção científica brasileira indexada na base sobre o tema — fato que reforça a relevância desta pesquisa. No SPELL, foram encontrados 8 resultados, dos quais 7 foram excluídos por não tratarem de adoecimento de produtores de conteúdo digital. No Scopus, as três rodadas de busca retornaram 61 resultados brutos, com 52 excluídos após triagem. Os critérios de exclusão foram:

1. **Eliminação de duplicatas**: artigos que apareceram em mais de uma busca foram contados apenas uma vez. O artigo de Ferraz e Bechara-Maxta (2022) foi retirado do corpus por ser base teórica do trabalho.
2. **Exclusão por título**: artigos cujo título não apresentasse relação direta com produtores de conteúdo digital e/ou saúde/adoecimento foram excluídos.
3. **Exclusão por resumo**: dos artigos restantes, foram lidos os resumos. Foram excluídos aqueles que abordavam influenciadores apenas como objeto de comunicação para o público — como estudos sobre credibilidade de influenciadores de saúde ou sobre conteúdo de saúde mental produzido para seguidores — sem tratar do adoecimento do próprio trabalhador-produtor.

Quadro 2: Resultado das buscas bibliográficas por base e descritores

Base	**Resultados brutos**	**Excluídos**	**Selecionados**
SciELO	0	0	0
SPELL	8	7	1
Scopus	16	9	7
Scopus	33	32	1
Scopus	12	11	1
TOTAL	69	59	10

Fonte: Elaborado pelas autoras

O quadro três apresenta os artigos selecionados após o critério de exclusão.

Quadro 3: Artigos selecionados para análise

Nº	**Autor** **Título**	**Ano**	**Base**
1	MERYAM, R.; ALI, F. Viral dreams and digital realities: The motivations, engagement strategies, and resilience of TikTok content creators.	2024	Scopus
2	GHELANI, S. S.; PANDEY, V. The Hidden Cost of Social Media Fame: Stress, Burnout, and Discontinuance" (2025). PACIS 2025 Proceedings. 13.	2025	Scopus
3	MARTINEZ-AGUIRRE, S.; SANZ-VALERO, J.; RONDA-PEREZ, E. Pathological Processes Among Content Creators on Social Media: Scoping Review.	2024	Scopus
4	GREGERSEN, A.; ORMEN, J. The output imperative: productivity and precarity on YouTube.	2021	Scopus
5	THORNE, S. Emotional: Exploitation & Burnout in Creator Culture.	2022	Scopus
6	ALBIEZ, M. The algorithm, my work and me — influence of algorithms on content creators on the video platform YouTube	2022	Scopus
7	GLATT, Z. "We're All Told Not to Put Our Eggs in One Basket": Uncertainty, Precarity and Cross-Platform Labor in the Online Video Influencer Industry	2022	Scopus
8	YALIN, A. Governing the Resilient Self: Influencers' Digital Affective Labor in Quarantine Vlogs.	2022	Scopus
9	LEE, J; MIM. J; LEE, Y. M.; PARK, M. Y.; KIN, H. Work Environment and Depressive Symptoms of Webtoon Writers	2024	Scopus
10	PITHAN, L. H.; CLOSS, L. Q. Gestão invisível do trabalho orientado à visibilidade: Governança por plataformas de mídia social.	2024	SPELL

Fonte: Elaborado pelas autoras

Os artigos selecionados foram analisados segundo dois eixos: as manifestações de adoecimento identificadas nos trabalhadores-produtores de conteúdo e a relação dessas manifestações com elementos do processo de trabalho nas plataformas digitais.

No que diz respeito às manifestações de adoecimento, a literatura identificou de forma recorrente: burnout, ansiedade, depressão, estresse, dor crônica, transtornos alimentares e problemas de saúde mental não especificados. A revisão de escopo presente no artigo 3 do corpus é o estudo mais abrangente e identificou que a área mais afetada é a saúde mental,

presente em praticamente todos os estudos analisados, com registros de burnout, ansiedade, depressão, transtorno alimentar, dor crônica e problemas de saúde mental não especificados. O estudo com escritores de webtoon (artigo 9) demonstrou que criadores submetidos a longas jornadas, alta intensidade de trabalho e comentários negativos de leitores apresentaram alta prevalência de sintomas depressivos, com risco até 9,5 vezes maior de desenvolver depressão em relação a trabalhadores com maior autonomia contratual.

No que diz respeito à relação com o processo de trabalho, os artigos convergem em apontar como determinantes do adoecimento: a pressão algorítmica constante e opaca, a exigência de produção ininterrupta, a insegurança e imprevisibilidade da renda, a ausência de limites entre tempo de trabalho e tempo de vida, e a discriminação algorítmica que penaliza criadores menores. O artigo 4 demonstra quantitativamente que a pressão por produção no YouTube cresceu mais de 800% em dez anos, configurando o que os autores denominam de "imperativo de output". O artigo 2 identifica três categorias de estressores que levam ao burnout e ao abandono das plataformas: tecnológicos, individuais e ambientais. O artigo 7 documenta que as condições de trabalho dos produtores de conteúdo representam uma intensificação das já precárias condições das indústrias criativas tradicionais, com burnout e estresse presentes na vida da maioria dos criadores investigados. O artigo 8 contribui ao mostrar como influenciadoras engajam em significativo labor afetivo e autogestão durante crises para preservar sua visibilidade online, evidenciando a extensão da sobrecarga psíquica para além do horário de trabalho convencional. O artigo do SPELL demonstra que as plataformas de mídia social governam os criadores por meio de duas forças opostas: a esperança de visibilidade e o medo da invisibilidade, mecanismo que opera como forma de controle permanente sobre o ritmo e o volume de produção.

Esses achados dialogam diretamente com o referencial teórico adotado neste trabalho: as manifestações de adoecimento identificadas na literatura são consistentes com o que Laurell e Noriega (1989) descrevem como processo de desgaste biopsíquico, e os determinantes apontados pelos estudos correspondem ao que Ferraz e Bechara-Maxta (2022) demonstraram ser as cargas digitais, confirmando a pertinência do referencial da Medicina Social Latino-Americana para a análise do trabalho dos produtores de conteúdo digital.

2.3 Registros selecionados para identificação dos depoimentos

Além dos documentos institucionais e da literatura científica, esta pesquisa utiliza como fonte empírica registros públicos produzidos pelos próprios trabalhadores-produtores de conteúdo, tais como vídeos e publicações em redes sociais nos quais eles narram, com suas próprias palavras e para suas próprias audiências, experiências de esgotamento, afastamento e conflito com as plataformas. Trata-se de registros públicos espontâneos, de ampla circulação e documentários, que expressam com a mesma legitimidade o que Silva (2023) descreve como o "lado oculto" da produção de conteúdo. O critério determinante em todos os casos é o caráter público, voluntário e não mediado do registro, isto é, o trabalhador produtor de conteúdo fala por conta própria, para sua audiência, sem intermediários.

Cabe destacar que foram usados materiais públicos de produtores de conteúdo que alcançaram o reconhecimento social de influencers, assim, os registros foram selecionados com base em três critérios: (a) serem produzidos por influenciadores brasileiros com grande audiência, de modo a representar referências amplamente reconhecidas dentro da Creator Economy nacional; (b) tratarem explicitamente de esgotamento, pausa ou adoecimento relacionados ao processo de trabalho de produção de conteúdo; e (c) estarem disponíveis

publicamente nas plataformas no momento da análise. Os registros selecionados estão descritos no Quadro 4.

Quadro 4: Registros selecionados para análise de conteúdo

SIGLA	TÍTULO/ INFLUENCER	PLATAFORMA/ DESCRIÇÃO DO VÍDEO	ANO
REG-01	Desabafo Por: Felipe Neto	Instagram https://www.instagram.com/p/CYM52obFc0d/ Em publicação no Instagram com mais de 43 milhões de seguidores, o criador relata crise depressiva profunda decorrente de anos de exposição pública intensa e pressão permanente de produção. O registro é relevante por representar uma geração anterior ao TikTok, demonstrando que o adoecimento é estrutural ao modelo de produção de conteúdo e não restrito a uma plataforma específica.	2022
REG-02	5inco Minutos - 10 anos de Canal! Por: Kéfera Buchmann	YouTube https://www.youtube.com/watch?v=npuRUrzacwg Em vídeo de encerramento do canal com mais de 10 milhões de inscritos, a criadora relata que a exposição constante e a pressão para sempre agradar ao público afetaram sua saúde mental, levando-a a buscar terapia. O registro evidencia como a exigência de consistência e a impossibilidade de mudar sem ser julgada configuram cargas psíquicas concretas sobre o trabalhador-produtor de conteúdo.	2020
REG-03	Psiquiatra Por: Whindersson Nunes	Youtube https://www.youtube.com/watch?v=K3xWbaT-FgA Em vídeo de 12 minutos escrito e dirigido pelo próprio criador, Whindersson — então o maior YouTuber do Brasil em número de inscritos — aborda de forma autobiográfica seus conflitos com a fama, a exposição pública constante, a tristeza e o esgotamento emocional. O registro é significativo porque demonstra que o adoecimento não poupa nem os TPCs de maior visibilidade e sucesso, e evidencia como a pressão pela presença digital contínua afeta diretamente o nexo biopsíquico do trabalhador.	2021
REG-04	Tempo para Amar Por: Rafa Kalimann	GloboPlay https://globoplay.globo.com/v/14599602/?s=0s Em meio à reta final da gestação, Rafa lida com críticas excessivas, sentimentos contraditórios e com a solidão causada pela intensa agenda de shows de Nattan.	2026

Fonte: Elaborado pelas autoras

Com os depoimentos as falas dos influencers foram confrontadas com o descrito pela literatura científica, produzindo uma triangulação de dados que permitiu que perscrutar se eles expressam aquilo que as categorias da medicina social latino americana também expressam, isto é, se as cargas de trabalho, desgaste físico-psíquico, gestão algorítmica e manifestações de adoecimento também constituem a realidade do fazer do produtor de conteúdo.

3. Interagindo documentos, depoimentos e literatura científica

Nesse item serão postados os achados desta pesquisa na forma de dois conteúdos centrais. No primeiro, o expõe o funcionamento dos algoritmos segundo os documentos das empresas, apontando as bases materiais que compõem as cargas de trabalho, inclusive em sua forma de cargas digitais. No segundo post, a interação entre depoimentos e literatura nos revela as bases materiais para a constituição das cargas e as manifestações dos adoecimentos.

3.1 Minhas Métricas e Controle Deles: como as plataformas organizam o trabalho dos TPCs

TikTok, Instagram e YouTube são plataformas muito diferentes entre si, porém, quando se realiza às análises dos documentos oficiais de cada uma delas, colocando-os lado a lado, uma lógica comum aparece: o algoritmo de recomendação é o centro de tudo. É ele que determina quem aparece, para quem aparece e com que frequência conforme disposição político-financeira de cada empresa. Tendo como esse ponto, um critério é preponderante: o conteúdo que gera mais engajamento, mais tempo de tela, mais cliques, é o conteúdo que a plataforma distribui, não importa o conteúdo tampouco o resultado de cada consumo. E, isso tem um duplo resultado imediato: intensifica o trabalho do TPC e cria possibilidades de relações sociais de interação marcadas pela violência à subjetividade de quem produz. Esses dois aspectos constituem as bases para a carga digital dos TPC, como veremos a seguir.

3.1.1 O que não produz é progressivamente invisibilizado

No YouTube, os próprios documentos da plataforma descrevem o algoritmo como um sistema voltado para maximizar a satisfação do espectador e o tempo assistido (DOC-YT2; DOC-YT3). Na prática, isso significa que o algoritmo avalia métricas como taxa de cliques, tempo de exibição e satisfação do usuário para decidir o que vai aparecer na página inicial e nas sugestões de vídeos. O que os documentos não dizem, mas que se evidência quando essa informação é cruzada com a literatura e com os relatos dos produtores de conteúdo, é que esse sistema cria uma pressão estrutural por produção constante. Canais que param de publicar perdem posição no algoritmo e, com isso, perdem alcance e renda, pois para receber remuneração da plataforma, o canal precisa ter no mínimo 1.000 inscritos e 4.000 horas de exibição pública válidas nos últimos 12 meses. No TikTok, as Diretrizes da Comunidade (DOC-TK1; DOC-TK2) explicam o que pode e o que não pode ser publicado, mas não dizem como o algoritmo decide o que vai amplificar e para a monetização exige-se o número mínimo de seguidores e visualizações nos últimos 30 dias, o que significa que qualquer período de inatividade, mesmo que curto, pode tirar o trabalhador do programa. O TPC não sabe exatamente quais regras determinam sua visibilidade, logo a indicação é produzir mais e com maior frequência, como estratégia de segurança. É exatamente isso que Karhawi e Prazeres (2022) chamam de exaustão algorítmica.

No Instagram, o documento DOC-IG3 descreve que o algoritmo leva em conta o interesse do usuário, a recência da publicação e o relacionamento entre usuário e criador para

montar o feed. A recência é um ponto central: publicações mais recentes levam vantagem sobre as antigas, o que cria uma pressão implícita por frequência. E sobre o tipo de relação entre usuário e criador, nada é dito; tornando o espaço virtual uma zona livre para conflitos.

O que observamos depois de ler todos os dez documentos é que nenhuma das plataformas diz abertamente que pune quem para de postar. O que elas fazem é construir um sistema em que a continuidade é relativamente recompensada e a descontinuidade é naturalmente penalizada pela lógica do próprio algoritmo, sem que isso apareça em nenhuma regra formal. A continuidade é relativamente recompensada porque, em termos de mix do algoritmo, a continuidade tende a reduzir o grau de monetização, dado que o aumento de conteúdo disponível tende a diminuir o tempo de visualização por conteúdo. Como o mix da remuneração estratégica dessas empresas conjuga números de seguidores, cliques e horas de audiência, o aumento de publicações tende a diminuir o tempo de exibição; assim, o algoritmo pune definitivamente quem não posta e pune paulatinamente quem muito posta.

Como Silva e Ferraz (no prelo) apontam, o canal não é propriedade do criador: o que ele tem é uma concessão a um espaço cujas regras mudam sem negociação e cujas punições chegam sem explicação.

3.1.2 Os sistemas de punição por descontinuidade: o gerente que nunca dorme

Depois de entender como os algoritmos funcionam, fica mais fácil observar como os sistemas de punição por descontinuidade operam. E o que a análise dos documentos revela é que essa punição acontece em dois níveis diferentes, mas igualmente eficazes.

O primeiro nível é a punição direta, aquela que aparece explicitamente nos documentos: a perda de elegibilidade para monetização. No YouTube (DOC-YT3), o canal que não mantém os critérios mínimos sai do Programa de Parcerias e perde a remuneração. No TikTok (DOC-TK2), o Programa de Recompensas exige um mínimo de visualizações nos últimos 30 dias — então qualquer pausa pode desqualificar o trabalhador. No Instagram (DOC-IG1 e DOC-IG2), as ferramentas de monetização dependem de conformidade contínua e histórico ativo de publicações.

O segundo nível é a punição indireta, que não está em nenhum documento, mas é consequência direta de como o algoritmo funciona: a queda de alcance e a amplificação por interação, independente da natureza dela. No primeiro caso, quando um criador para de publicar, o algoritmo simplesmente deixa de distribuir seu conteúdo. Quando ele volta, precisa competir em condições muito piores com criadores que nunca pararam. Gregersen e Ormen (2021) documentaram quantitativamente essa pressão crescente: a exigência de produção no YouTube cresceu mais de 800% em dez anos, o que mostra que o sistema foi sendo calibrado progressivamente para premiar quem produz mais e com mais frequência. No segundo caso, quando a amplificação do conteúdo ocorre segundo métricas quantitativas de interação: likes, dislike, compartilhamentos e comentário, sem que o conteúdo seja um parâmetro, a internet torna-se um campo aberto para que as pessoas expressem suas opiniões sem pudores e, muitas vezes, escondidos em perfis anônimos. O fenômeno que conhecemos como haters constituem elementos na produção da subjetividade dos TPCs. Deste modo, a punição não ocorre apenas de modo objetivo pela perda financeira, mas também, pela forma que as interações sociais se efetivam subjetivamente.

Juntos, esses dois níveis de punição formam as bases materiais para o que Ferraz e Bechara-Maxta (2022) descrevem como carga digital: um elemento que não é apenas parte do processo de trabalho, mas que o organiza inteiramente, expandindo a jornada para além de qualquer limite, intensificando o ritmo e tornando qualquer pausa impossível sem

consequências reais. Como Silva (2023) coloca de forma muito precisa, o algoritmo funciona como um gerente invisível, só que diferente de qualquer gerente humano, ele não descansa, não negocia e definitivamente não aceita atestado médico. Porém, ainda que adoecer não seja permitido, a literatura e os depoimentos de influencers demonstram que junto a produção de conteúdo se produz também adoecimentos.

3.2 O que a interação entre a literatura científica e o TPCs produzem

Se a literatura científica aponta para o adoecimento como consequência estrutural do processo de trabalho nas plataformas, os relatos de produtores de conteúdo que se tornaram influencers colocam rosto e voz nesse fenômeno. Analisar o que Whindersson, Kéfera, Felipe Neto e Rafa Kalimann disseram publicamente sobre suas crises coloca em relevo o que ocorre nos bastidores da vida dessa categoria profissional de trabalhadores que estão longe dos holofotes, submetidos às mesmas regras algorítmicas e sem apoio de outros profissionais técnicos seja para produzir conteúdo, seja para acompanhamento psicológico.

A revisão de escopo realizada por Martínez-Aguirre, Sanz-Valero e Ronda-Perez (2024) chegou à conclusão de que a saúde mental é a área mais afetada, mas não somente, pois as manifestações de adoecimento incluem burnout, ansiedade, depressão, transtornos alimentares, dor crônica e problemas de saúde mental que nem sempre recebem um nome específico. O que as pesquisas revelam sobre muitos produtores de conteúdo não influencers, pode ser encontrado nas palavras dos influencers:

> Eu to morto? [é assim que eu me sinto:] morto. [...] Às vezes eu sinto o cheiro do fundo do poço e assim o tempo todo, aí não dá, né? Não tem quem viva desse jeito (REG-03).
>
> A minha hipermetropia ao longo desses anos aumentou [...] (REG-02).
>
> Às vezes eu penso, será que eu estou morrendo, porque está passando um filme, às vezes é meio rápido, dizem que as pessoas quando vão morrer elas vêem um filme meio rápido na cabeça… tosctosc… morre! imagina? Solta no youtube e pá 10 bilhões de views. Que horror! Mas é que as pessoas estão muito assim ultimamente (REG-02).
>
> Eu caí. Eu caí legal mesmo. E estou lá… No fundo do poço, com 20 cm de fezes, que não é o suficiente para me afogar, mas o suficiente para querer me afogar [...] A depressão é uma doença da mente, como a gastrite é uma doença do estômago (REG-01).

O que chama atenção não é só a variedade dessas manifestações, mas o fato de que praticamente todos os estudos analisados encontraram pelo menos uma delas. Não estamos falando de casos isolados, mas de um padrão.

A ansiedade aparece na literatura fortemente associada à opacidade do algoritmo. Albiez (2022) mostra que depender de um algoritmo que muda sem explicação e sem aviso cria nos produtores de conteúdo uma sensação permanente de incapacidade e insegurança que, com o tempo, pode evoluir para burnout. Nas palavras da influencer

> [...] A gente pira com isso de like, engajamento, públicos, seguidores, inscritos e bláblábla pum [...] A gente realmente precisa de terapia (REG-02).

Essa conexão é importante porque tira o adoecimento do campo do vago e aponta para uma causa concreta dentro do processo de trabalho. Nos termos de Laurell e Noriega (1989), podemos encontrar nessa opacidade uma estratégia de gestão que constitui as bases materiais da sobrecarga psíquica, isto é, as bases que demandam uma energia mental gasta tentando decifrar as regras de um jogo que nunca se revela completamente e não tem hora para acabar, porque o algoritmo nunca dorme.

Segundo os estudos de Pithan e Closs (2024) é possível dizer que tal estratégia de gestão algorítmica atua como um mecanismo produtor de uma subjetividade marcada pela esperança de visibilidade e o medo da invisibilidade. Essas duas forças opostas funcionam como um controle permanente que faz o produtor produzir mais para alcançar visibilidade, e produzir sem parar com medo de perdê-la. Ou, até mesmo, quando dizer basta ou reduzir a produtividade se torna factível, o medo se apresenta como elemento de conflito subjetivo, como relata uma influencer.

> Por muito tempo eu me cobrei, cara, fecha esse ciclo direito [...] eu já chorei várias vezes na internet, e to chorando agora, a internet é foda, sei lá [...] nunca diga nunca, então não sei, vai que um dia eu resolva voltar, e voltar com tudo no Youtube, mas por hora, eu não tenho vontade. Dá tchau para o pessoal, mas eu continuo nas outras redes (REG-02).

Nos termos de Laurell e Noriega (1989), isso revela a existência de uma carga psíquica constante: o trabalhador nunca está seguro o suficiente para descansar de verdade, porque parar significa arriscar tudo o que construiu.

Lee et al. (2024) trazem uma evidência quantitativa em pesquisa realizada com escritores de webtoon (criadores de quadrinhos digitais). Os trabalhadores com menos autonomia sobre seu processo de trabalho apresentaram risco 9,5 vezes maior de desenvolver sintomas depressivos do que aqueles com mais controle sobre seu processo criativo. Esse número confirma algo que a teoria já indicava: quanto menor for o controle do trabalhador sobre o que faz, como faz e quando faz, maior o desgaste. E no caso dos produtores de conteúdo, a autonomia é cada vez mais uma ilusão, porque quem dita o ritmo, o formato e a frequência é o algoritmo. A redução do espaço da criatividade para produtores de conteúdo expressa as bases para uma subcarga de trabalho, pois quando o algoritmo indica o formato do que está tendo visibilidade, fazer diferente, inovar, deixar a criatividade ser a condutora da produção é um risco. Nesse sentido, os indicadores resultantes das interações sociais com o conteúdo postado são as bases para a reprodutividade e para a monotonia no processo criativo, constituindo bases materiais para a subcarga que também atua na produção dos processos de adoecimento.

Para produtores de conteúdo, as métricas de sucesso são uma armadilha elegante, porque, se por um lado demonstram um resultado positivo do trabalho que se converte em remuneração e potencializa a possibilidade de se tornar influencer, por outro, traz consigo o elemento de potencialização da interação que tende a atrair os chamados haters. Assim, a maior produtividade e as métricas que indicam como é o formato do conteúdo que possui maior possibilidade de viralizar, leva ao cerceamento da criatividade, podendo abrir espaço para críticas contundentes.

> Muita gente que não sabe nada, que não faz ideia, gritando coisas como "biscoiteiro". desculpa, eu prefiro torta. São 43,5 milhões de corujas [seguidores], não biscoitos, só no Youtube. Não preciso chamar a atenção, graças a Deus (REG-01).
>
> Parece que nunca estava bom, parece que as pessoas nunca estavam satisfeitas. Durante esses dez anos eu ouvi, vi e li muita coisa ao meu respeito e é muito complicado quando as pessoas dão a opinião delas sobre você e elas não te conhecem a fundo, porque tudo que eu postei aqui até hoje, foi uma parcela de mim [...] E é tão complicado ficar de forma passiva, só ouvindo e lendo tudo que falam sobre você [...] não tenho mais saco para aguentar a gente reclamando das minhas mudanças (REG-02).
>
> O Nathan fez uma brincadeira na internet e para atacar ele, começaram a me atacar [...] mensagens muito pesadas [...] as pessoas procurarem problemas em

> mim para justificar a ira delas por mim me machuca num lugar, me corrói e ver isso acontecer comigo grávida foi o limite para mim [...] de ontem para hoje eu ouvi que eu não deveria estar grávida [....] E ali para mim foi um chega, eu não quero mais [...] isso atacou minha saúde mental [....] [não é hora de] pausar das redes sociais [...] São tantas histórias contadas ali que eu não me reconheço. Quem é a pessoa que eu vou apresentar para a minha filha? (REG-04)

Ao rastrear o conhecimento científico sobre doença-saúde dessa recente categoria profissional e os depoimentos daqueles trabalhadores que alcançaram o sucesso se tornando influencers, encontramos o diagnóstico de que o esgotamento mental é o sentimento comum que acende a necessidade de ligar o off.

Ghelani et al. (2025) identificam três tipos do que eles chamam de estressores que levam os produtores ao esgotamento e, muitas vezes, à decisão de abandonar as plataformas: i) estressores tecnológicos, relacionados às mudanças imprevisíveis do algoritmo; ii) individuais que são ligados à autocobrança e à pressão que o TPCs coloca sobre si mesmo; iii) e os ambientais que envolvem a competitividade do setor e a pressão da audiência.

Não há discordância sobre os elementos apontados por Ghelani et al. (2025), os próprios influencers testemunham isso; porém, o limite está posto em compreender esses elementos como estressores, sobretudo, porque a teoria pondera que o problema do adoecimento não deve dos elementos, mas do modo como os indivíduos conseguem adaptar-se a eles. Para essa teoria, os elementos estressores podem ser tanto atuarem como motivadores para quem trabalho, sendo encarada como um desafio, ou adoecedor quando não assim significada. A questão, portanto, torna-se encontrar o limite do desafio para cada indivíduo de modo que a manifestação da doença, que ocorre no indivíduo, é confundida com o processo de produção dos adoecimentos que está posto pelo modo dominante de produzir e reproduzir a vida. A tipologia desloca a responsabilidade pela saúde-doença para o nível individual, aparecendo como mais um elemento a pressionar trabalhadores e trabalhadoras.

Quando aqueles elementos da tipologia são entendidos como elementos de processos de trabalho dos produtores de conteúdo observamos que eles expressam as bases materiais das cargas de trabalho: os estressores tecnológicos e ambientais correspondem às bases das cargas digitais de Ferraz e Bechara-Maxta (2022) que por sua vez condicionam também os chamados estressores individuais enquanto bases das cargas psíquicas de Laurell e Noriega (1989).

Aqui, chamamos atenção para indicar que esses elementos tratados na pesquisa serem base materiais para as cargas de trabalho - inclusive as digitais - digitais e não a própria carga, porque, como Ferraz e Bechara-Maxta (2022) destacam, a carga é constituída pelo processo de reciprocidade dialética entre as condições e relações de trabalho, as bases materiais e concretas do processo de trabalho que estão dispostas aos trabalhadores e trabalhadoras e a ação do indivíduo que trabalha, ação que pode tanto resistir quanto consentir às bases materiais. É essa relação que define a carga e como ela atua no desgaste da força de trabalho. Assim, para apreender a carga digital é necessário um olhar para como os TPCs respondem à elas, algo que este estudo ainda não realizou.

Além disso, o desgaste da força de trabalho não determina diretamente manifestações de adoecimento, pois é preciso investigar como os trabalhadores conseguem repor suas energias físico-psíquicas (quantidade e qualidade de vida fora dos processos de trabalho) em resposta ao desgaste. Isso demanda investigar as condições de vida dos trabalhadores e trabalhadoras produtores de conteúdo.

Não realizamos nenhum desses dois movimentos nesta pesquisa, mas considerando as pesquisas de Glatt (2022), que indica que a realidade dos produtores de conteúdo se manifesta como uma versão ainda mais precária do que já existe nas indústrias criativas tradicionais, pois sem proteção coletiva, sem a quem recorrer quando o algoritmo penaliza injustamente e sem nenhum tipo de negociação possível com a plataforma, inferimos que o produtor de conteúdo encontra-se em condições complexas de transformar as bases materiais das diferente cargas de trabalho em processos de produção de saúde ao invés de serem produtoras de adoecimento. E quando as cargas de trabalho constituem processos de adoecimento, a doença não é só uma possibilidade, mas uma manifestação sentida na objetiva e subjetivamente na corporeidade de cada um e cada uma. Isso é o que Maxta Bechara e Ferraz (2023) chamam de determinação social do adoecimento: não é o indivíduo que é fraco, são as condições e relações que nos adoecem.

Considerações Finais: Revelando a Legenda

Esta pesquisa foi construída como trabalho de conclusão de curso de uma das autoras, e ele começa a partir de um lugar muito pessoal. Atuando há cinco anos como streamer no TikTok (#sigam-me) seu depoimento nos revela que ela aprendeu coisas que nenhuma disciplina de marketing digital nas ciências administrativas ensina: que o algoritmo não dorme, que a pausa tem um preço e que o "sonho de trabalhar com internet" esconde um lado que quase ninguém fala. A pergunta que guiou este trabalho nasceu dessa aprendizagem empírica que se colocou na busca de entender, com rigor acadêmico, algo que havia sentido na pele: como as métricas de consistência algorítmica produzem processos de adoecimento?

Numa síntese, a resposta é: a organização do algoritmo como elemento que impõe a constância como meio de intensificação do trabalho são as bases materiais que subsume o trabalho vivo dos produtores de conteúdo na relação de reciprocidade dialética que constituem as cargas de trabalho, e, em específico, a carga digital de trabalho.

Nas redes Sociodigitais (RSDs), a criação de conteúdo deixou de ser apenas um espaço de expressão para se tornar uma engrenagem de sobrevivência digital. Para quem está na linha de frente das plataformas — seja no TikTok, Instagram ou YouTube — a "consistência" não é mais uma escolha estratégica do posicionamento de imagem pessoal, mas uma exigência estrutural que mantém os algoritmos de recomendação ativos. No entanto, existe um custo invisível nessa dinâmica: o que o marketing celebra como "engajamento constante", a vida real revela como uma jornada de trabalho exaustiva e sem interrupções.

Após analisar dez documentos oficiais das plataformas, dez artigos científicos e quatro registros públicos de influenciadores brasileiros, o que encontramos não surpreendeu nossa autora e streamer, apenas confirmou, com evidências, o que os produtores de conteúdo em geral sabem intuitivamente, mas raramente conseguem nomear. As três fontes juntas revelaram um padrão: o adoecimento não chega de uma vez. Ele vai se acumulando, ele é produzido na pressão de aparecer todo dia, na impossibilidade de parar sem consequências, na obrigação de agradar uma audiência que não aceita mudanças e no isolamento de quem trabalha sozinho para milhões de pessoas. O que os documentos revelam ocultando como se estruturam os critérios de monetização, as punições por descontinuidade e opacidade algorítmica. A literatura científica demonstra as manifestações de adoecimento na corporeidade de quem trabalho e que tomam as mais diferentes formas, tais como burnout, ansiedade, depressão. Os relatos dos influenciadores confirmam como essa experiência de produção do adoecimento é vivida pelo

esgotamento, pelo colapso, e pela impossibilidade de parar, que se impõe como sentirem-se ou imaginarem-se mortos.

Essa interação entre os dados permite responder ao problema de pesquisa. As métricas de consistência algorítmica constituem base material para a constituição da carga digital no processo de trabalho ao mesmo tempo que condicionam a produção de outras formas de base material para a constituição de cargas psíquicas. As métricas de consistência algorítmica não são apenas exigências técnicas de produção, mas são mecanismos de controle do processo de produção de conteúdo que condiciona a autonomia, restringe a criatividade, impõe os ritmos de trabalho e abre espaços para as mais diferentes formas de violência. Conformam-se assim como bases materiais do processo de trabalho com as quais a corporeidade do TPC irá interagir, ora resistindo a tal mecanismo, ora consentindo a ele, ora burlando-o e, assim, nesse processo de interação, se constituem as cargas de trabalho que moldam o nexo biopsíquico conformando seu padrão de desgaste. A relação de reciprocidade dialética entre o padrão de desgaste e as condições objetivas-subjetivas de vida determinam, em última instância, as manifestações de adoecimento que emergem desse processo. Essa apreensão do processo de produção da saúde-doença não foi alcançada por esta pesquisa.

Os limites da pesquisa, como apontado anteriormente, reside em não haver observado os modos de interação dos TPCs com as métricas algorítmicas e, acrescenta-se, suas condições de reprodução da vida. Para tanto, seria necessário a realização de uma pesquisa quanti-quali que investigasse em profundidade pelos menos algumas questões relacionadas à organização pessoal do trabalho, renda, jornada de trabalho, formas de resistência individual e coletiva. Coloca-se assim os possíveis caminhos futuros de uma agenda de pesquisa que se proponha a apreender os determinantes do processo de produção da saúde-doença não superando o discurso que o relaciona como falta de resiliência ou incapacidade de gerenciar a pressão e, também, possa apontar para questões sobre estratégias coletivas de resistência.

Afinal, como demonstrou a pesquisa, as manifestações de doenças são apenas um aspecto final de um processo de produção de adoecimentos. O adoecimento dos produtores de conteúdo, portanto, não é uma fragilidade individual: é a expressão coletiva e historicamente determinada de um processo de trabalho estruturado para extrair o máximo de produção sem qualquer consideração pela saúde de quem produz. Buscar reverter esse quadro, é, portanto, uma tarefa que necessita viralizar.

REFERÊNCIAS

ALBIEZ, M. The algorithm, my work and me — influence of algorithms on content creators on the video platform YouTube. **Gruppe, Interaktion, Organisation**, 2022.

BOLAÑOS, C.R.S. (2020) “Plataformas digitais e as mudanças na mediação social sob o viés da Economia Política da Comunicação, Informação e Cultura”, *Revista Eptic*, 22(1). Disponível em: https://brapci.inf.br/index.php/res/download/155519.

BARDIN, L. **Análise de conteúdo**. São Paulo: Edições 70, 2011.

BUCHMANN, Kéfera. **5inco Minutos — 10 ANOS DE CANAL!** [vídeo]. YouTube, 25 jul. 2020. Disponível em: youtube.com/@5incominutos. Acesso em: abr. 2026.

FERRAZ, D. L. S.; BECHARA-MAXTA, B. S. Trabalho e saúde no setor bancário: resgate do pensamento crítico marxista da Medicina Social Latino-Americana. **REAd – Revista Eletrônica de Administração**, Porto Alegre, v. 28, n. 3, p. 662-696, 2022.

GLATT, Z. "We're All Told Not to Put Our Eggs in One Basket": Uncertainty, Precarity and Cross-Platform Labor in the Online Video Influencer Industry. **Social Media + Society**, 2022.

GREGERSEN, A.; ORMEN, J. The output imperative: productivity and precarity on YouTube. **Media, Culture & Society**, 2021.

INSTAGRAM. **Como o Instagram funciona**. Meta Platforms Inc., 2021. Disponível em: about.instagram.com/pt-br/blog/announcements/shedding-more-light-on-how-instagram-works. Acesso em: abr. 2026.

INSTAGRAM. **Políticas de Monetização de Conteúdo do Instagram**. Meta Platforms Inc., 2023. Disponível em: help.instagram.com/2635536099905516. Acesso em: abr. 2026.

INSTAGRAM. **Políticas de Monetização para Parceiros do Instagram**. Meta Platforms Inc., 2023. Disponível em: help.instagram.com/512371932629820. Acesso em: abr. 2026.

GHELANI, S. S.; PANDEY, V. The Hidden Cost of Social Media Fame: Stress, Burnout, and Discontinuance". **PACIS 2025** Proceedings: 2025, n. 13.

KARHAWI, I.; PRAZERES, M. Exaustão algorítmica: influenciadores digitais, trabalho de plataforma e saúde mental. **Revista Eletrônica de Comunicação, Informação & Inovação em Saúde**, v. 16, n. 4, p. 800-819, 2022.

LAURELL, A. C.; MÁRQUEZ, M. **El desgaste obrero en México: proceso de producción y salud**. México DF: Ediciones Era, 1983.

LAURELL, A. C.; NORIEGA, M. **Processo de produção e saúde: trabalho e desgaste operário**. São Paulo: Hucitec, 1989.

LEE, J; MIM. J; LEE, Y. M.; PARK, M. Y.; KIN, H. Work Environment and Depressive Symptoms of Webtoon Writers. **Safety and Health at Work**, 2024.

MARTINEZ-AGUIRRE, S.; SANZ-VALERO, J.; RONDA-PEREZ, E. Pathological Processes Among Content Creators on Social Media: Scoping Review. **Journal of Medical Internet Research**, 2024.

MAXTA BECHARA, B.; FERRAZ, D. L. S. Saúde e adoecimento no trabalho. In: HELAL, D. H. et al. (Org.). **Dicionário de Gestão de Pessoas e Relações de Trabalho no Brasil**. São Paulo: Gradus Editora, 2023. v. 1, p. 71-76.

MERYAM, R.; ALI, F. Viral dreams and digital realities: The motivations, engagement strategies, and resilience of TikTok content creators. 2024.

NETO, Felipe. **Desabafo público sobre depressão** [publicação em rede social]. Instagram, 1 jan. 2022. Disponível em: instagram.com/felipeneto. Acesso em: abr. 2026.

NUNES, Whindersson. **Psiquiatra** [vídeo]. YouTube, 16 jul. 2021. Disponível em: youtube.com/watch?v=K3xWbaT-FgA. Acesso em: abr. 2026.

PITHAN, L. H.; CLOSS, L. Q. Gestão invisível do trabalho orientado à visibilidade: Governança por plataformas de mídia social. **Revista de Administração Contemporânea**, nov./dez. 2024.

SILVA, C. R. C. **O chão de fábrica das redes sociodigitais: o trabalho dos produtores de conteúdo na dinâmica do capitalismo contemporâneo**. 2023. Tese (Doutorado em Administração) — Universidade Federal de Minas Gerais, Belo Horizonte, 2023.

SILVA, C. R. C.; FERRAZ, D. L. S. O lado oculto da produção de conteúdo: um estudo com influenciadores brasileiros. In: XII Encontro de Estudos Organizacionais da ANPAD — EnEO 2025, Goiânia. Curitiba: ANPAD, 2025.

SILVA, C. R. C.; FERRAZ, D. L. S.; FRANCO, D. S. People Management in Content Production: Digital Influencers in ihe Networks of Capital. **RAE-Revista de Administração de Empresas**, v. 65, p. e2023-0390, 2025.

THORNE, S. #Emotional: Exploitation and Burnout in Creator Culture. **CLCWeb: Comparative Literature and Culture** 24.4 (2022).

YALIN, A. Governing the Resilient Self: Influencers' Digital Affective Labor in Quarantine Vlogs. In: **Social Media + Society**. April-June 2024: 1–11