O impacto dos influenciadores na vida financeira do brasileiro

Israel Araújo Botelho[1]
Breno Henrique de Freitas Rodrigues Jesuino [2]
Nathália de Almeida Leite da Silva [3]
Deumara Galdino de Oliveira [4]

Resumo

Desde 2018, segundo dados da bolsa de valores brasileira (B3) o número de brasileiros que participam de investimentos na bolsa de valores cresceu mais do que 5 vezes (B3, 2020), esse crescimento está associado a ampla divulgação do mercado financeiro por influenciadores. Contudo, embora esses números revelem maior acesso, é necessário estudar a forma a qual a ampliação do acesso a esse mercado foi feita e os impactos da mesma na vida do brasileiro, especialmente em um contexto em que a educação financeira-embora prevista na BNCC como competência transversal-permanece um privilégio restrito a poucos. Este artigo visa analisar como o letramento financeiro, ou falta do mesmo, influencia a gestão de finanças pessoais e como atuam os influenciadores nessas decisões.

Palavras-chave: Influencers, Educação Financeira, Finanças, Investimentos.

1.Introdução

O mercado financeiro, no período de 2018 até 2023, experienciou um crescimento acelerado (XP, 2024). Como mostrado no gráfico a seguir, o número de investidores saltou de 700 mil em 2018 para 5 milhões em 2023, crescimento esse especialmente pronunciado no período pandêmico e pós pandêmico, vendo o seu número de investidores aumentar mais do que 5 vezes. Concomitante com o crescimento de investidores, durante os anos pandêmicos, o crescimento de usuários ativos em redes sociais aumentou mais do que 10%, trazendo o total da população ativa em redes sociais para 66,3% (DataReportal, 2024). Ainda, de acordo com o relatório da Opinion Box junto da Influency.me, finanças foi o segundo assunto mais falado por influenciadores em 2023, sendo 35% do conteúdo publicado (Opinion Box; Influency.me, 2023).

Neste cenário, em que mais de dois terços da população está inserida em redes sociais e que entre os assuntos mais falados por influencers está finanças, se faz necessário o estudo de qual o impacto que essa relação traz. Este estudo analisará criticamente o papel dos influenciadores como substitutos ou complementos à educação financeira

[1]Instituto Federal de Educação, Ciência e Tecnologia do Rio de Janeiro 1. E-mail: nf40140@gmail.com
[2]Instituto Federal de Educação, Ciência e Tecnologia do Rio de Janeiro 2. E-mail: marcos.phellipe.farias@gmail.com
[3]Instituto Federal de Educação, Ciência e Tecnologia do Rio de Janeiro 3. E-mail: deumara.oliveira@ifrj.edu.br
[4]Instituto Federal de Educação, Ciência e Tecnologia do Rio de Janeiro 4. E-mail: nathalia.silva@ifrj.edu.br

formal. Também será tratado como a ausência da alfabetização financeira torna os consumidores desse conteúdo mais vulneráveis a serem explorados financeiramente.

2. O vácuo educacional e a autoridade dos influenciadores: uma análise crítica

O crescimento vertiginoso do mercado de capitais no Brasil, que atingiu a marca de 5 milhões de investidores em 2023, reflete uma transição na qual os influenciadores digitais passaram a ocupar o papel de educadores financeiros, suprindo a carência de um ensino formal estruturado (XP Investimentos, 2024; DataReportal, 2024). Essa substituição é fundamentada em estratégias de engajamento emocional e narrativas pessoais que simplificam o mercado, mas frequentemente negligenciam o rigor técnico necessário, resultando em uma perigosa confusão entre a fama do criador de conteúdo e sua real capacidade técnica (Lusardi, 2019; Djafarova; Rushworth, 2017).

Essa conjuntura amplia a fragilidade de investidores iniciantes, que muitas vezes tomam decisões baseadas em recomendações sem transparência regulatória, contribuindo para os altos índices de endividamento familiar (ANBIMA, 2021; CVM, 2023). O impacto é ainda mais severo em grupos vulneráveis, como jovens atraídos por desinformação, cidadãos de baixa escolaridade expostos a operações de alto risco e mulheres que, devido a barreiras históricas de acesso, tornam-se alvos preferenciais dessa influência digital não regulamentada (DataSenado, 2019; SERASA, 2023).

Considerações finais

Este estudo demonstra que os influenciadores digitais suplantaram a educação financeira formal no Brasil, convertendo-se nos principais mediadores entre o mercado e novos investidores. Essa mediação, contudo, gera uma inclusão precária: para o indivíduo, a falta de alfabetização financeira transforma redes sociais em armadilhas onde conteúdos superficiais ampliam vulnerabilidades socioeconômicas; a democratização do acesso não se converte em democratização do conhecimento, perpetuando desigualdades. Para reverter esse cenário, propõem-se três eixos de ação. Primeiro, políticas públicas devem integrar educação financeira ao currículo escolar de forma transversal. Segundo, é urgente regular conteúdos digitais, exigindo certificações para influenciadores e criando selos de qualidade auditados pela CVM. Por fim, plataformas digitais precisam assumir responsabilidade, inserindo avisos como "Este conteúdo não substitui aconselhamento profissional". Em síntese, a era dos finfluencers exige um equilíbrio delicado: aproveitar seu potencial inclusivo, mas ancorá-lo em bases educacionais sólidas. Sem isso, a democratização do mercado financeiro permanecerá um mito de acesso, não de

emancipação. Para o ensino da Educação Financeira na Educação Básica, este estudo contribui ao evidenciar a urgência de programas formais que desenvolvam pensamento crítico sobre influenciadores digitais, capacitando alunos a avaliar recomendações financeiras. Quanto à formação de professores, sugere-se integrar conteúdos sobre letramento midiático e financeiro nos currículos de licenciatura e na formação continuada, preparando educadores para mediar discussões sobre riscos e oportunidades das redes sociais no contexto financeiro.

Referências

ANBIMA. **Finfluence: quem fala de investimentos nas redes sociais**. 2. ed. São Paulo: ANBIMA, 2021.

BRASIL. Ministério da Educação. **Base Nacional Comum Curricular**. Brasília, DF: MEC, 2017.

B3. **Ecossistema do Investidor Brasileiro: perfil e comportamento**. São Paulo: B3, 2020.

COMISSÃO DE VALORES MOBILIÁRIOS (CVM). **Ofício Circular n° 13/2020**. Brasília: CVM, 2020.

COMISSÃO DE VALORES MOBILIÁRIOS (CVM). **Relatório de Fiscalização de Influenciadores Financeiros**. Brasília: CVM, 2023.

DATAREPORTAL. **Digital 2024: Global Overview Report**. 2024.

DJAFAROVA, E.; RUSHWORTH, C. Exploring the credibility of online celebrities' Instagram profiles in influencing the purchase decisions of young female users. **Computers in Human Behavior**, v. 68, p. 1-7, 2017.

DATASENADO. **Pesquisa Redes Sociais, Notícias Falsas e Privacidade na Internet**. Brasília: Senado Federal, 2019.

LUSARDI, A. Financial literacy and the need for financial education: evidence and implications. **Swiss Journal of Economics and Statistics**, v. 155, n. 1, p. 1-24, 2019.

LUSARDI, A.; MITCHELL, O. S. The economic importance of financial literacy: Theory and evidence. **Journal of Economic Literature**, v. 52, n. 1, p. 5-44, 2014. DOI: 10.1257/jel.52.1.5.

OCDE. **PISA 2015 Results (Volume IV): Students' Financial Literacy**. Paris: OECD Publishing, 2017. DOI: 10.1787/9789264270282-en.

OPINION BOX; INFLUENCY.ME. **Relatório Influenciadores 2023**. 2023.

SERASA EXPERIAN. Pesquisa de Endividamento e Inadimplência do Consumidor (PEIC). São Paulo: CNC, 2023.

XP INVESTIMENTOS. **Evolução do Mercado de Investimentos no Brasil: Relatório Anual 2024**. São Paulo: XP, 2024.