

Artigo Original



10.1590/1809-58442026106pt



Open access

Do desempenho à exaustão: Burnout e precarização na *Creator Economy* Pós-Digital

*From performance to exhaustion: Burnout and precarization in the Post-Digital Creator Economy**Del desempeño al agotamiento: Burnout y precarización en la Creator Economy Posdigital*

João Henrique Viana de Sousa

Lucas Lopes Ferreira de Souza

Universidade de Fortaleza (Unifor), Programa de Pós-graduação em Administração (PPGA). Fortaleza, CE - Brasil.

Milena Reis Auip Barbosa

Universidade de Fortaleza (Unifor), Centro de Ciências da Comunicação e Gestão (CCG). Fortaleza, CE - Brasil.

Hercília Correia Cordeiro

Universidade de Fortaleza (Unifor), Programa de Pós-graduação em Psicologia (PPGP). Fortaleza, CE, - Brasil.

Detalhes Editoriais

Sistema duplo cego

Histórico do Artigo:

Recebido: 08/08/2025

Aceito: 12/11/2025

Disponível online: 30/03/2026

Artigo ID: e2026106

Editoras Chefes:

Dra. Marialva Barbosa

Universidade Federal do Rio de Janeiro, UFRJ

Dra. Sonia Virginia Moreira

Universidade do Estado do Rio de Janeiro, UERJ

Editores Responsáveis pelo processo de recepção, desk review e avaliação:

Ana Paula Goulart de Andrade (UFRJ) e Jorge

Carlos Felz Ferreira (UFJF)

Editores Executivos:

Dr. Jorge C. Felz Ferreira

Universidade Federal de Juiz de Fora, UFJF

Dra. Ana Paula Goulart de Andrade

Univ. Federal Rural do Rio de Janeiro, UFRJ

Editor Associado:

Dr. Sandro Torres de Azevedo

Universidade Federal do Rio de Janeiro, UFRJ

Revisoras:

Cristine Gerk (português)

Felicity Clarke (Inglês)

Universidade Federal do Rio de Janeiro, UFRJ

Editoração e marcação XML:

IR Publicações

Financiamento:

CNPq

Como citar:

SOUZA, J.H. V. de; SOUZA, L. L. F. de; BARBOSA, M.

R. A.; CORDEIRO, H. C. Do desempenho à exaustão:

Burnout e precarização na *Creator Economy* Pós-

Digital. São Paulo: INTERCOM - Revista Brasileira

de Ciências da Comunicação, v. 49(2026) e2026106.

<https://doi.org/10.1590/1809-58442026106pt>.**Autor(a) de contato:**

João Henrique Viana de Sousa

joaohenrique@unifor.br**Resumo**

O presente estudo objetiva compreender como a Síndrome de Burnout, manifestada como estafa e estresse ocupacional, impacta a *Creator Economy* e se manifesta entre as novas gerações. A pesquisa aprofunda a análise da crise do desempenho em um cenário de intensas transformações tecnológicas no trabalho, que afetam a subjetividade e a construção identitária mercantilizada de jovens criadores. O *burnout* é articulado como sintoma do capitalismo tecno-neoliberal digital, estabelecendo um diálogo com questões estruturais brasileiras, como a precarização da pejetização e a lógica da *Gig Economy*. A metodologia consiste em uma revisão bibliográfica exploratória que fundamenta o aporte teórico. O foco reside na contribuição ao campo da Comunicação, por meio do exame das transformações do mercado, da gestão algorítmica e da busca incessante por relevância profissional.

Palavras-chave: Burnout; *creator economy*; emprego na era pós-digital; consumo e produção midiáticos; identidade.

Abstract

The present study aims to understand how Burnout Syndrome, manifested as exhaustion and occupational stress, impacts the *Creator Economy* and affects new generations. The research deepens the analysis of the performance crisis amidst intense technological changes in work, which affect the subjectivity and the commodified identity construction of young creators. Burnout is articulated as a symptom of digital techno-neoliberal capitalism, establishing a dialogue with Brazilian structural issues, such as the precariousness of *Pejetização* and the logic of the *Gig Economy*. The methodology consists of an exploratory bibliographic review that supports the theoretical framework. The focus resides on the contribution to the field of Communication, through the examination of market transformations, algorithmic management, and the incessant pursuit of professional relevance.

Keywords: Burnout; *creator economy*; post-digital era employment; media consumption and production; identity.



CRediT

- Conflitos de Interesse: os autores certificam que não têm interesse comercial ou associativo que represente um conflito de interesses em relação ao manuscrito.
- Contribuição dos autores: Conceitualização, Análise Formal, Metodologia, Investigação, Escrita – revisão e edição: SOUSA, J. H. V.; SOUZA, L. L. F.; BARBOSA, M. R. A.; CORDEIRO, H. C.

Uso de Inteligência Artificial (IA):

Na preparação deste trabalho, os autores utilizaram as IA Gemini Pro e SciSpace com o objetivo de organizar o fluxo da escrita e encontrar citações que colaborassem com o artigo. Após a utilização dessas ferramentas/serviços, os autores revisaram e editaram o conteúdo conforme necessário e assumem total responsabilidade pelo conteúdo da publicação.

Disponibilidade dos Dados:

Todos os dados que deram base ao presente artigo encontram-se no corpo do texto.

A Revista Intercom incentiva o compartilhamento de dados mas, por observância a ditames éticos, não demanda a divulgação de qualquer meio de identificação de sujeitos de pesquisa, preservando a privacidade dos sujeitos de pesquisa. A prática de *open data* é viabilizar a reproducibilidade de resultados, e assegurar a irrestrita transparência dos resultados da pesquisa publicada, sem que seja demandada a identidade de sujeitos de pesquisa.

Linguagem inclusiva:

Os autores usam linguagem inclusiva que reconhece a diversidade, demonstra respeito por todas as pessoas, é sensível a diferenças e promove oportunidades iguais.

Verificação de plágio:

A Revista Intercom submete todos os documentos aprovados para a publicação à verificação de plágio, mediante o uso de ferramenta específica.

Resumen

El presente estudio tiene como objetivo comprender cómo el Síndrome de Burnout, manifestado como agotamiento y estrés ocupacional, impacta la *Creator Economy* y se manifiesta en las nuevas generaciones. La investigación profundiza el análisis de la crisis del desempeño en un escenario de intensas transformaciones tecnológicas en el trabajo, que afectan la subjetividad y la construcción identitaria mercantilizada de jóvenes creadores. El *burnout* se articula como síntoma del capitalismo tecno-neoliberal digital, estableciendo un diálogo con cuestiones estructurales brasileñas, como la precarización de la *Pejotização* y la lógica de la *Gig Economy*. La metodología consiste en una revisión bibliográfica exploratoria que fundamenta el aporte teórico. El foco reside en la contribución al campo de la Comunicación, mediante el examen de las transformaciones del mercado, la gestión algorítmica y la incesante búsqueda de relevancia profesional.

Palabras clave: Burnout; creator economy; empleo en la era posdigital; consumo y producción mediática; identidad.

Este artigo é publicado em acesso aberto (Open Access) sob a licença Creative Commons Atribuição 4.0 Internacional (CC- BY). Os autores retêm todos os direitos autorais, transferindo para a Intercom: Revista Brasileira de Ciências da Comunicação o direito de realizar a publicação original e mantê-la sempre atualizada.



Introdução

A interseção entre a Síndrome de Burnout e a *Creator Economy*, na era pós-digital, configura um fenômeno complexo que afeta a construção da identidade dos influenciadores digitais. A *Creator Economy*, ecossistema no qual criadores de conteúdo monetizam suas produções, foi impactada pela pandemia de COVID-19 e pela entrada da Geração Z no mercado de trabalho. Este grupo demonstra preferência por funções criativas em detrimento de empregos tradicionais, mas enfrenta desafios singulares, como o esgotamento, exacerbado pelas pressões da hiperexposição e das demandas de produtividade (Aytac; Pehlivan, 2020).

O conceito de sociedade do desempenho, caracterizado por excesso de positividade e pela busca incessante de sucesso, implica consequências para a saúde mental neste contexto. A transição para uma sociedade de desempenho, segundo Han, enfatiza o autoempreendedorismo e a transformação do indivíduo em seu próprio produto. Essa mudança cultural é exemplificada na *Creator Economy*, em que a necessidade de produzir e monetizar conteúdo continuamente se sobrepõe ao bem-estar mental (Dias; Rocha, 2024). A pandemia de COVID-19 agravou este cenário, influenciando as estruturas econômicas e a saúde mental, associando-se a um aumento dos sintomas depressivos (Park et al., 2024). Influenciadores digitais foram pressionados a gerenciar demandas crescentes por conteúdo enquanto lidavam com os impactos da pandemia na estabilidade econômica e psicológica.

Torna-se necessária a investigação do tema, ancorada na observação das transformações no mercado da comunicação e dificuldades de manutenção da relevância profissional em cenário dominado por monopólios internacionais e excesso de informação. A identificação do problema é fundamental para a compreensão de suas causas e efeitos, podendo servir de referência para aqueles que vivenciam os sintomas de um contexto que transforma pessoas em produtos. Portanto, o objetivo geral deste trabalho é compreender como a Síndrome de Burnout impacta a *Creator Economy* e se manifesta nas novas gerações, afetando a construção identitária de jovens trabalhadores na era pós-digital. Especificamente, busca-se: (i) analisar como a dinâmica produtiva contemporânea se relaciona ao mal-estar e a quais tipos de projetos sociais, políticos ou econômicos ela atende; (ii) examinar a velocidade das relações contemporâneas regidas por *smartphones*, globalização, produção de conteúdo e hiperexposição; e (iii) identificar reflexões teórico-práticas sobre a cultura do cancelamento e seus efeitos sobre os influenciadores.

Metodologia

O presente estudo é fundamentado em uma revisão bibliográfica exploratória, com o objetivo de estabelecer uma perspectiva crítica e multidisciplinar sobre o *burnout* na *Creator Economy*. Esta abordagem justifica-se para o mapeamento da dinâmica do esgotamento, entendido como uma questão estrutural inerente às plataformas digitais e ao mercado de trabalho, superando a visão focada na falha individual (Caminhas, 2024). O arcabouço teórico articula *insights* da filosofia, da psicologia social, da comunicação e da cultura digital, permitindo a análise dos pilares conceituais do trabalho. Inicialmente, o esgotamento é conceituado com base na tríade de exaustão, despersonalização e diminuição da realização pessoal (Cordes & Dougherty, 1993; Perlman & Hartman, 1982). Posteriormente, a análise se aprofunda na influência do gerenciamento algorítmico, que, embora confira certa autonomia, contribui para a insegurança laboral (Hajiheydari & Delgosha, 2024; Peng et al., 2024), e nos modelos teóricos aplicáveis, como a Teoria da Autodeterminação e o Modelo *Job Demands-Resources* (Hajiheydari & Delgosha, 2024; Peng et al., 2024). Finalmente, a discussão é ancorada na realidade brasileira, examinando como a Pejotização e a *Gig Economy* reforçam a precariedade estrutural do trabalho (Caminhas, 2024). A pesquisa é de natureza teórica e dispensa a investigação empírica.

Síndrome de Burnout: a sociedade do cansaço

O termo síndrome de Burnout, proposto por Freudenberg (1974), descreve um estado de exaustão emocional, mental e física decorrente de estresse ocupacional crônico. O fenômeno é tipicamente caracterizado por três dimensões centrais: a exaustão emocional, a despersonalização (ou cinismo) e a redução da realização pessoal (Maslach; Jackson, 1981). Reconhecida como uma condição diretamente relacionada ao trabalho pela Organização Mundial da Saúde (OMS) em sua Classificação Internacional de Doenças (CID-11), a síndrome transcende a esfera da saúde individual e configura uma complexa questão social e organizacional, com impactos diretos na produtividade e na dinâmica laboral.

Diversos fatores de risco contribuem para o desenvolvimento da síndrome, incluindo altas cargas de trabalho e discrepância entre expectativas e exigências da função (Prem, 2022). Adicionalmente, o trabalho emocional exige a manutenção de uma expressão específica, o que frequentemente resulta em desgaste (Ivancevic;



Ivanovic, 2022). O ressurgimento do interesse pelo tema está, em parte, associado à geração *Millennials*, para a qual o uso problemático da internet é identificado como um fator de risco significativo (Mao et al., 2024).

A pandemia de COVID-19 intensificou a prevalência de *burnout* e depressão (Lin et al., 2021). Essa conjuntura reforça a análise de Han (2017) sobre a sociedade do desempenho, na qual a autoexploração ocorre sob o pretexto da liberdade, gerando um paradoxo em que o indivíduo é, simultaneamente, explorador e explorado. Observa-se que essa dinâmica é particularmente evidente na *Creator Economy*, onde a hiperexposição e a carga produtiva mental conduzem à exaustão. A literatura científica aponta uma forte correlação entre burnout e depressão (Veltyshev et al., 2017; Wang et al., 2025). Para combater o burnout, são fundamentais estratégias de prevenção que promovam ambientes laborais mais saudáveis e mitiguem os efeitos deletérios da sociedade do desempenho (França et al., 2014).

O contexto do trabalho na Era Pós-Digital: precarização e a Geração Nem-Nem

A vulnerabilidade ao desemprego e à precarização afeta desproporcionalmente as gerações *Millennials* e *Z*. Formadas em um contexto de sucessivas crises econômicas, essas coortes desenvolveram uma nova relação com o trabalho. Constata-se a priorização da autonomia e da flexibilidade em detrimento da estabilidade oferecida pelas carreiras convencionais (Antunes et al., 2022). A adesão à *Gig Economy* e, posteriormente, à *Creator Economy*, é percebida como uma resposta cultural e estratégica a um cenário de oportunidades formais escassas. Tal fenômeno é conceitualizado por Abílio (2020) como a subsunção real da viração à lógica digital.

A *Creator Economy* no Brasil encontra-se profundamente entrelaçada aos desafios socioeconômicos do país, especialmente à instabilidade econômica e às altas taxas de desemprego juvenil. Tais fatores impulsionam os jovens brasileiros para a economia de plataforma, vista como uma necessidade estratégica para a subsistência e para a busca por relevância profissional (Machado, 2001; Baltar & Krein, 2013). Este cenário é agravado pela consolidação da pejetização, conceito que classifica o trabalhador como contratado independente. Essa prática transfere os riscos e custos da atividade diretamente ao indivíduo, intensificando a precarização laboral (Baltar & Krein, 2013). A precariedade no emprego é uma marca da economia de plataforma, caracterizada pela ausência de proteções sociais, exacerbada pelas pressões constantes do gerenciamento algorítmico e pela demanda por autopromoção (Alauddin et al., 2024; Caminhas, 2024). Consequentemente, o esgotamento é uma ocorrência comum. A necessidade de produzir conteúdo continuamente para manter a visibilidade e a renda, em um ambiente que tipicamente recompensa apenas uma minoria de alto desempenho, exacerba a autoexploração e o *burnout*. Esta condição evidencia que o esgotamento transcende a falha individual, revelando-se um sintoma da precarização estrutural do mercado (Caminhas, 2024; Scott & Woods, 2024; Verwiebe et al., 2025).

A *Gig Economy* é um mercado de trabalho caracterizado por profissionais temporários sem vínculo empregatício (Crary, 2016; Abílio, 2019). Essa estrutura foi intensificada no Brasil pela pandemia de COVID-19, que acentuou o desemprego juvenil, o que levou à expansão do trabalho informal (Costa, 2020; Nazzari; Silva, 2023). No contexto nacional, o modelo se manifesta pela pejetização, uma contratação independente que, embora ofereça autonomia, impõe alta volatilidade econômica. A precarização se consolida com a transferência de riscos e custos ao indivíduo, expondo os trabalhadores à instabilidade laboral (Abílio, 2019; Abílio, 2020; Auguste et al., 2023).

O impacto desse modelo sobre os jovens é notável, afetando o bem-estar financeiro e o psicológico. No plano psicológico, a insegurança laboral, a pressão por desempenho e o isolamento social podem gerar sofrimento (Glavin; Schieman, 2021). Essa dissolução de fronteiras é sintoma do capitalismo 24/7, um regime em que a atividade humana é incessantemente capturada pela lógica produtiva (Crary, 2016). Para os profissionais da economia criativa, o modelo expõe à concorrência global e à fadiga emocional decorrente da necessidade de inovação e de *marketing* contínuos (Ravenelle et al., 2022; Scott; Woods, 2024). A *Creator Economy* emerge, assim, como uma possibilidade de carreira que, embora ofereça oportunidades de monetização, intensifica a carga de trabalho e a pressão por uma presença *online* constante, estabelecendo uma conexão direta entre a precarização da *Gig Economy* e o esgotamento experimentado pelos criadores de conteúdo (Rauber et al., 2021; Scott; Woods, 2024).

A *Creator Economy* como epicentro: dinâmicas de trabalho e desempenho

A *Creator Economy* emergiu como uma força significativa no cenário digital, transformando a produção, a distribuição e a monetização de conteúdo. Este ecossistema está atualmente avaliado em mais de 104 bilhões de dólares (Dahm; Heydenreich, 2023). Plataformas como YouTube, Instagram e TikTok foram fundamentais para que os criadores monetizassem suas produções (Ma et al., 2023).

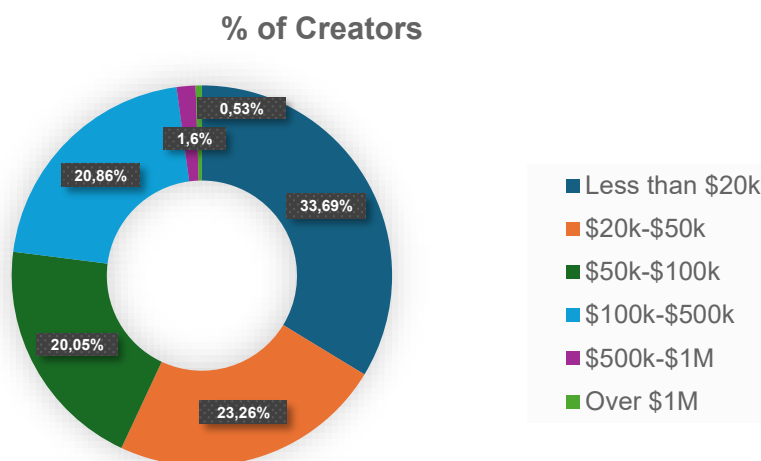


Essa conjuntura deu origem ao conceito de empreendedores criativos, cujo sucesso é mediado pela dinâmica das plataformas digitais, que empregam algoritmos e estruturas de governança que influenciam a visibilidade e as oportunidades de monetização (Edeling; Wies, 2024; Eisenbeis; Rinsdorf, 2024). Em resposta, os criadores adotam estratégias multiplataforma (Ma et al., 2023), reflexo da cultura da convergência e da participação (Jenkins, 2008). A demanda por engajamento constante, advinda do público ativo, intensifica a pressão produtiva, resultando no borramento das fronteiras entre quem produz e quem consome.

Apesar do volume de mercado, a dinâmica interna deste ecossistema revela desafios. A distribuição de renda é notavelmente desigual (conforme o Gráfico 1), e o poder de mercado concentra-se em poucas plataformas (conforme o Gráfico 2). Tais informações reforçam a precariedade econômica e a necessidade de adaptação contínua (Rieder et al., 2023). A fusão entre as identidades pessoais e profissionais suscita preocupações com a mercantilização da individualidade e com o risco de esgotamento, conectando a pujança deste mercado ao tema central do *burnout* (Massaro, 2022).

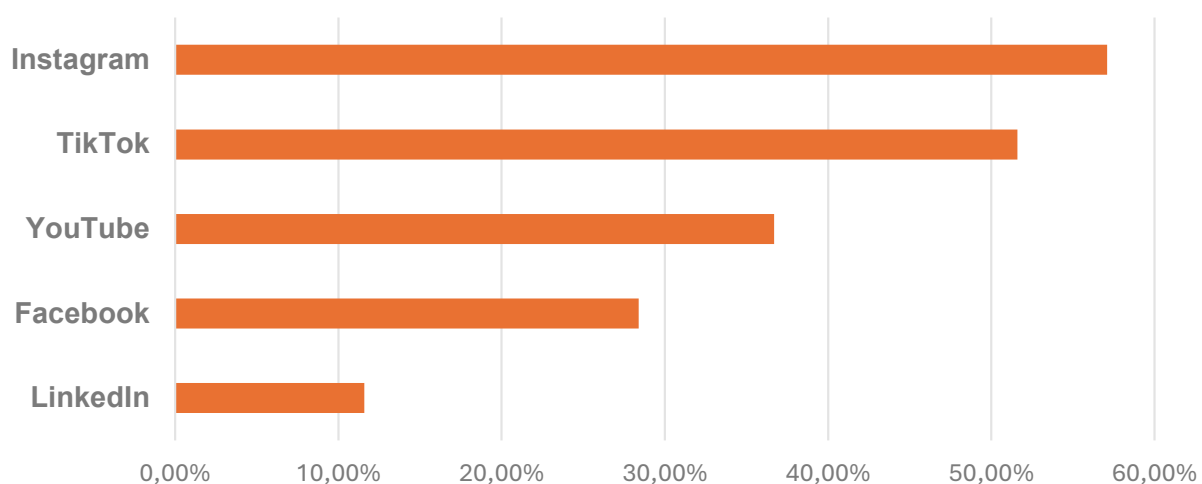
A *Creator Economy* concentra poder em monopólios internacionais. Para o profissional de Comunicação, o desafio central é manter a relevância em um ambiente supersaturado regido pela economia da atenção (Franck, 2019; Krieken, 2019). Essa luta incessante pela atenção é mediada pelo gerenciamento algorítmico opaco das plataformas. Os algoritmos não apenas ditam a distribuição do conteúdo, mas também impõem disciplina à subjetividade e à frequência de produção (Duffy & Meisner, 2022; Verwiebe et al., 2024). Consequentemente, o valor do conteúdo

Gráfico 1 - Distribuição de renda



Fonte: Influencer Marketing Hub (2024)

Gráfico 2 - Plataforma principal dos *Creators*



Fonte: Influencer Marketing Hub (2025)

é determinado por mecanismos não transparentes, levando os criadores a uma percepção de controle imprevisível (Verwiebe et al., 2024). O custo psicológico desta subordinação manifesta-se como exaustão algorítmica e *burnout* (Duffy & Meisner, 2022). Esta condição reflete o conflito entre a necessidade de visibilidade inerente à Comunicação e a opacidade da regulação algorítmica, representando, em última análise, a falência da capacidade do indivíduo de sustentar a relevância em um sistema de controle desigual (Duffy & Meisner, 2022; Omid, 2025).

A gestão algorítmica, que determina a visibilidade e o sucesso, constitui uma fonte significativa de estresse. Tal mecanismo conduz os criadores a um ciclo contínuo de análise e adaptação para manter a relevância (Thorne, 2023). Essa dinâmica gera ansiedade ao tentar decifrar mecanismos opacos (Albiez, 2022). O conceito de exaustão algorítmica descreve o custo psicológico desse engajamento, que conduz a insatisfação e ao esgotamento (Karhawi; Prazeres, 2022). A falta de transparência sustenta um diferencial de poder, contribuindo para sentimentos de exploração e insegurança (Frankovics, 2022; Choi et al., 2023).

A intensidade e a precarização do trabalho são outros fatores determinantes. A *Creator Economy* exige alta produtividade, com jornadas intensas e prazos rigorosos que, aliados à instabilidade, contribuem para o esgotamento (Deuze, 2023; Gregersen; Ormen, 2023). Estudos indicam que a pressão para produzir continuamente novos conteúdos agrava o problema, e alguns criadores aumentaram a produtividade em mais de 800% ao longo de uma década (Gregersen; Ormen, 2023). O processo criativo é frequentemente marcado pelo trabalho involuto, no qual os criadores se engajam em práticas de produção complexas e iterativas para obter reconhecimento, o que leva à fadiga emocional e física (Scott; Woods, 2024).

Este cenário laboral insere-se em um contexto cultural de massificação da imagem digital. O surgimento das redes sociais transformou a produção de conteúdo ao permitir que os usuários se tornassem coautores de suas próprias narrativas (Autenrieth, 2018). O fenômeno da *selfie*, como forma complexa de interação social (Santos, 2015; Cipolletta, 2019), ilustra a cultura da autoexposição, que promove uma busca incessante por validação, podendo exacerbar a ansiedade e a sensação de inadequação (Reichert, 2023). A confluência desses fatores impõe desafios à saúde mental. A busca por métricas, como visualizações e curtidas, pode levar a uma fixação prejudicial (Frankovics, 2022). As questões sistêmicas de pressão algorítmica e de intensidade laboral permanecem desafios centrais para a sustentabilidade das carreiras (Lukan; Zajc, 2024).

O indivíduo como produto: narcisismo, vigilantismo e a Sociedade da Transparência

O conceito de Eu Produto na sociedade contemporânea está intrinsecamente ligado à ascensão das mídias sociais, que se consolidaram como plataformas essenciais para o *marketing* pessoal e a influência digital. O fenômeno caracteriza-se pela transformação da identidade individual em um produto comercializável, impulsionada pela necessidade de autopromoção e de validação em um cenário digital hipervisível (Groys, 2016). A cultura do narcisismo é evidenciada pela forma como os indivíduos investem em sua imagem pública em busca de reconhecimento (Buffardi; Campbell, 2008; Cenizo, 2021; Brailovskaia; Bierhoff, 2019). Essa dinâmica estabelece uma complexa interação entre o empreendedorismo, a marca pessoal e as implicações psicológicas da autoexposição constante.

As plataformas de mídia social tornaram-se ferramentas cruciais para a marca pessoal, diluindo as fronteiras entre o criador e o produto (Groys, 2016). O fenômeno dos influenciadores exemplifica essa tendência de normalizar a autopromoção e a autoexploração como parte do trabalho (Gómez; Pascual, 2023). A busca incessante por validação pode criar um ciclo vicioso que afeta significativamente a saúde mental (Brailovskaia, 2024). A constante comparação social pode levar à diminuição da autoestima, ao aumento da ansiedade e da depressão (Arigo et al., 2024). Nesse sentido, a sociedade expositiva, conforme descrita por Han, mercantiliza a identidade pessoal, o que resulta em hipervisibilidade, autoexploração e, consequentemente, esgotamento (Han, 2017).

As plataformas, impulsionadas por lógicas capitalistas, transformam indivíduos em mercadorias ao incentivá-los a criar marcas pessoais (Németh, 2024). Embora o Eu Produto ofereça oportunidades de empreendedorismo, a ênfase na autopromoção pode levar a uma concepção de identidade fragmentada e a uma compreensão superficial do eu. Tal processo evidencia os riscos associados à mercantilização da subjetividade (Milivojević, 2014; Castaño, 2017).

O imperativo da *Creator Economy* exige que o jovem trabalhador adote a lógica do Eu Produto, o que resulta em uma construção identitária mercantilizada, intrinsecamente vinculada ao sucesso de sua marca. A identidade, consequentemente, converte-se em uma performance contínua e em um ativo de capital, distanciando-se de um processo interno de autoconhecimento. Essa transformação é impulsionada por normas neoliberais que convertem a autenticidade em uma estratégia comercializável, processo denominado “autenticação” (Plesa, 2023). Tal dinâmica tende a comprometer a autocompreensão e a liberdade do indivíduo, o que afeta a saúde mental.

A fusão entre o eu autêntico e a persona-marca constitui a gênese da vulnerabilidade. O trabalho de promoção nas mídias sociais requer a construção de uma marca específica para cada plataforma, o que exige que o criador equilibre a autenticidade pessoal com as exigências das economias digitais (Scolere et al., 2018). Isso torna o desempenho identitário estratégico, mas inerentemente vulnerável.

Nesse contexto, as plataformas impõem habilidades específicas e recorrem a algoritmos e métricas como mecanismos de controle (Omid, 2025). Esses mecanismos influenciam diretamente a construção da identidade, remodelando o trabalho criativo. A hiperexposição e a necessidade incessante de validação externa, mensuradas por métricas voláteis, fragilizam a subjetividade (Mears & Beauvais, 2025). Portanto, quando a performance da marca falha, o colapso é percebido não apenas na dimensão da carreira, mas também na própria existência identitária (Scolere et al., 2018). O *burnout*, nesse quadro, manifesta-se como sintoma do fracasso em sustentar o eu performático idealizado exigido pelo capitalismo de plataforma (Omid, 2025; Sujon & Ntalla, 2025). Essa condição reflete a tensão entre a criatividade e a mercantilização arquitetada pela plataforma.

A consequência direta é a hipervisibilidade, caracterizada pela necessidade constante de ser visto e validado *online*, o que pode levar a formas superficiais de autoexploração (Abreu, 2016). As redes sociais exacerbam tendências narcisistas, atuando como plataformas para a autopromoção e a busca por validação por meio de métricas de engajamento (Buffardi; Campbell, 2008; Gnambs; Appel, 2018).

A constante exposição transforma o ambiente digital em um panóptico, no qual os usuários são observadores e observados, criando um sistema de vigilância mútua (Allmer et al., 2013). Essa dinâmica não apenas reforça comportamentos conformistas, mas também cria as condições para linchamentos digitais, manifestação da cultura de vigilância. A sociedade da transparência, conforme descrita por Han, acelera o fluxo de informações e mercantiliza todos os aspectos da vida, levando à perda da alteridade (Capella; Wenz, 2023). O compartilhamento voluntário de informações pessoais torna os indivíduos vulneráveis à análise de *big data*, que consolida a mercantilização das experiências (Allmer et al., 2013). Para Han, a pausa reflexiva (contemplação e silêncio) é o contraponto para combater a autoexploração que leva ao *burnout* (Capella; Wenz, 2023).

Considerações Finais

O objetivo geral deste trabalho foi compreender como a Síndrome de Burnout impacta a *Creator Economy* e se manifesta nas novas gerações, afetando a construção identitária de jovens trabalhadores na era pós-digital. A análise demonstrou que o *burnout*, neste contexto, não se apresenta como fenômeno isolado, mas como enfermidade sintomática do capitalismo tecno-neoliberal digital, agravada pela hiperconectividade e pela aceleração contemporânea.

A argumentação demonstrou que a precarização do trabalho, o desemprego sistêmico e a consolidação da *Gig Economy* criaram as condições para a ascensão da *Creator Economy*. O estudo aprofundou-se nas dinâmicas deste ecossistema, revelando como a pressão algorítmica e a exigência de alta produtividade o convertem em epicentro do esgotamento. Em seguida, a análise voltou-se às consequências psicossociais, discutindo a transformação do indivíduo em um *Eu Produto*. Verificou-se que a necessidade de autopromoção contínua, inserida em uma cultura de narcisismo e vigilantismo, fragiliza a saúde mental dos criadores. Tais dinâmicas, que incluem o medo da desinformação e as consequências do cancelamento, geram uma crise de confiança e intensificam o esgotamento do indivíduo no ecossistema digital.

Deste modo, os objetivos da pesquisa foram alcançados ao demonstrar que fatores como a alta competitividade, a dependência do capitalismo publicitário, a autoimagem narcisista e a precarização estrutural do trabalho colaboram para a deterioração da saúde mental dos jovens na *Creator Economy*. A principal contribuição teórica deste trabalho reside na articulação do pensamento de Byung-Chul Han com as dinâmicas materiais deste novo mercado, argumentando que o *burnout* transcende a falha individual e revela-se como sintoma político da sociedade do desempenho.

Como limitação, destaca-se o caráter exclusivamente teórico-bibliográfico desta pesquisa. Sugere-se, para futuros trabalhos, investigação empírica com criadores de conteúdo, a fim de aprofundar a compreensão de suas experiências subjetivas. Ainda assim, espera-se que esta análise sirva de alerta crítico sobre a urgência de repensar modelos de trabalho e de subjetivação que moldam o futuro na era pós-digital.

Referências

ABÍLIO, L. C. Uberización: De la iniciativa empresarial a la autogestión subordinada. **Psicoperspectivas**, v. 18, n. 3, p. 41–51, 2019. DOI: <https://doi.org/10.5027/PSICOPERSPECTIVAS-VOL18-ISSUE3-FULLTEXT-1674>.



- ABÍLIO, L. C. Uberização e juventude periférica: desigualdades, autogerenciamento e novas formas de controle do trabalho. **Novos estudos CEBRAP**, v. 39, n. 3, p. 579-597, 2020.
- ABREU, C. L. Hipervisibilidade e self-disclosure: novas texturas da experiência social nas redes digitais. **Revista Vis**, v. 13, n. 2, p. 194-219, 2016. DOI: <https://doi.org/10.5216/VIS.V13I2.34196>.
- ALAUDDIN, F. D. A. et al. The Influence of Digital Platforms on Gig Workers: A Systematic Literature Review. **Heliyon**, v. 11, n. 1, e41491, 2024. DOI: [10.1016/j.heliyon.2024.e41491](https://doi.org/10.1016/j.heliyon.2024.e41491).
- ALBIEZ, M. Der Algorithmus, meine Arbeit und Ich – Einfluss von Algorithmen auf Content Creator:innen der Video Plattform YouTube. **Gruppe. Interaktion. Organisation. Zeitschrift Für Angewandte Organisationspsychologie (Gio)**, v. 53, p. 63-71, 2022. DOI: <https://doi.org/10.1007/s11612-021-00616-3>.
- ALLMER, T. et al. **Social Networking Sites in the Surveillance Society: Critical Perspectives and Empirical Findings**. Bern: Peter Lang, 2014. DOI: <https://doi.org/10.3726/978-1-4539-1166-2>.
- ANTUNES, I.; MARTINEZ, L. M. The effectiveness of sales promotion techniques on the millennial consumers' buying behavior. **ReMark - Revista Brasileira de Marketing**, v. 21, n. 3, p. 784-836, 2022. DOI: <https://doi.org/10.5585/remark.v21i3.19997>.
- ARIGO, D. et al. Social Comparison and Mental Health. **Current Treatment Options in Psychiatry**, v. 11, p. 17-33, 2024. DOI: <https://doi.org/10.1007/s40501-024-00313-0>.
- AUGUSTE, D.; ROLL, S.; DESPARD, M. R. Democratizing the Economy or Introducing Economic Risk? Gig Work During the COVID-19 Pandemic. **Work And Occupations**, 2023. DOI: <https://doi.org/10.1177/07308884231202032>.
- AUTENRIETH, U. Bilder in medial vermittelter Alltagskommunikation. In: **Handbuch Soziale Interaktion**. Wiesbaden: Springer VS, 2019. p. 249-268. DOI: https://doi.org/10.1007/978-3-658-06508-9_16.
- AYTAC, H. M.; PEHLIVAN, S. Viral Pandemics as Possible Psycho-immunological Causes of Psychiatric Symptoms: From Past to Present. **Journal of Academic Research in Health Sciences**, v. 3, n. 1, p. 92-98, 2020. DOI: <https://doi.org/10.26650/JARHS2020-S1-0012>.
- BALTAR, P.; KREIN, J. D. A retomada do desenvolvimento e a regulação do mercado do trabalho no Brasil. **Caderno Crh**, Salvador, v. 26, n. 68, p. 273-292, 2013. DOI: [10.1590/S0103-49792013000200005](https://doi.org/10.1590/S0103-49792013000200005).
- BRAILOVSKAIA, J. The “Vicious Circle of addictive Social Media Use and Mental Health” Model. **Acta Psychologica**, v. 247, p. 104306, 2024. DOI: <https://doi.org/10.1016/j.actpsy.2024.104306>.
- BRAILOVSKAIA, J.; BIERHOFF, H.-W. Generation Me: Soziale Medien und Narzissmus. **Pid - Psychotherapie Im Dialog**, v. 20, n. 03, p. 26-30, 2019. DOI: <https://doi.org/10.1055/A-0771-7047>.
- BUFFARDI, L. E.; CAMPBELL, W. K. Narcissism and Social Networking Web Sites. **Personality and Social Psychology Bulletin**, v. 34, n. 10, p. 1303-1314, 2008. DOI: <https://doi.org/10.1177/0146167208320061>.
- CAMINHAS, L. R. P. Precarity revisited: Exploring camming work in Brazil and experiences of precarity in platform-based (erotic) content production. **International Journal of Cultural Studies**. [S. l.], 2024. DOI: [10.1177/13678779241244410](https://doi.org/10.1177/13678779241244410).
- CAPELLA, V. B.; WENZ, L. R. Byung-Chul Han: la sociedad transparente digital o el infierno de lo igual. **Scio**, n. 23, p. 151-184, 2023. DOI: https://doi.org/10.46583/scio_2022.23.1102.
- CASTAÑO, L. C. Las redes sociales y la cultura de la autopromoción: apuntes para una teoría de la identidad mosaico. **Doxa Comunicación**, n. 24, p. 13-36, 2017. DOI: <https://doi.org/10.31921/DOXACOM.N24A1>.
- CENIZO, C. El narcisismo en la sociedad de consumo: el caso de los influencers españoles. **REDMARKA. Revista de Marketing Aplicado**, v. 25, n. 1, p. 21-39, 2021. DOI: <https://doi.org/10.17979/REDMA.2021.25.1.8080>.
- CHOI, Y. O. et al. Creator-friendly Algorithms: Behaviors, Challenges, and Design Opportunities in Algorithmic Platforms. In: INTERNATIONAL CONFERENCE ON HUMAN FACTORS IN COMPUTING SYSTEMS, 2023. **Anais [...]**. 2023. DOI: <https://doi.org/10.1145/3544548.3581386>.

- CIPOLLETTA, G. Ubiquitous Self: From Self-Portrait to Selfie. In: **Handbook of Research on the Investigation of Digital Humanism and Its Evolving Perspectives*****. Hershey: IGI Global, 2020. p. 93–115. DOI: <https://doi.org/10.4018/978-1-7998-1796-3.CH006>.
- CORDES, C. L.; DOUGHERTY, T. W. A Review and an Integration of Research on Job Burnout. **Academy of Management Review**, v. 18, n. 4, p. 621-656, 1993. DOI: 10.5465/AMR.1993.9402210153.
- COSTA, S. S. Pandemia e desemprego no brasil. **Revista De Administração Pública**, v. 54, n. 4, p. 969-978, 2020. DOI: <https://doi.org/10.1590/0034-761220200170>.
- CRARY, J. **24/7: capitalismo tardio e os fins do sono**. São Paulo: Ubu editora, 2016.
- DAHM, M. H.; HEYDENREICH, J. Einleitung. In: DAHM, M. H.; HEYDENREICH, J. (ed.). **Handbuch Creator Economy**. Wiesbaden: Springer Nature, 2024. p. 1–2. DOI: https://doi.org/10.1007/978-3-658-44657-4_1.
- DEUZE, M. Considering mental health and well-being in media work. **The Australian Journalism Review**, v. 45, n. 1, p. 15–26, 2023. DOI: https://doi.org/10.1386/ajr_00115_7.
- DIAS, K. S.; ROCHA, C. M. F. Neoliberalismo, capitalismo de plataforma, trabalho imaterial e a emergência dos influenciadores digitais e criadores de conteúdo. **Convergências**, v. 1, n. 4, p. 62–82, 2024. DOI: <https://doi.org/10.59616/cehd.v1i4.936>.
- DUFFY, B. E.; MEISNER, C. Platform governance at the margins: Social media creators' experiences with algorithmic (in)visibility. **Media, Culture & Society**, v. 45, n. 2, p. 285–304, 2022. DOI: 10.1177/01634437221111923.
- EDELING, A.; WIES, S. Embracing entrepreneurship in the creator economy: The rise of creatrepreneurs. **International Journal of Research in Marketing**, 2024. DOI: <https://doi.org/10.1016/j.ijresmar.2024.07.003>.
- EISENBEIS, U.; MEZGER, M.; RINS DORF, L. **Kreativwirtschaft und Creator Economy: Ein Überblick**. GESIS - Leibniz-Institut für Sozialwissenschaften, 2024. DOI: <https://doi.org/10.21241/ssar.95669>.
- FLYVERBOM, M. **The Digital Prism: Transparency and Managed Visibilities in a Datafied World**. Cambridge: Cambridge University Press, 2019.
- FRANÇA, T. L. B. et al. Burnout syndrome: characteristics, diagnosis, risk factors and prevention. **Journal of Nursing UFPE on line**, v. 8, n. 10, p. 3539–3546, 2014. DOI: <https://doi.org/10.5205/6347>.
- FRANCK, G. The economy of attention. **Journal of Sociology**, v. 55, n. 1, p. 8–19, 2019. DOI: <https://doi.org/10.1177/1440783318811778>.
- FRANKOVICS, C. How Content Creators Respond to the Metric-Based Control of Platforms Over Their Career. In: ACADEMY OF MANAGEMENT, 2022. **Proceedings** [...]. v. 2022, n. 1, 2022. DOI: <https://doi.org/10.5465/ambpp.2022.18025abstract>.
- FREUDENBERGER, Herbert J. Staff burnout. **Journal of Social Issues**, v. 30, n. 1, p. 159-165, 1974.
- GLAVIN, P.; SCHIEMAN, S. Dependency and Hardship in the Gig Economy: The Mental Health Consequences of Platform Work. **Socius**, v. 8, 2022. DOI: <https://doi.org/10.1177/23780231221082414>.
- GNAMBS, T.; APPEL, M. Narcissism and Social Networking Behavior: A Meta-Analysis. **Journal of Personality**, v. 86, n. 2, p. 200–212, 2018. DOI: <https://doi.org/10.1111/JOPY.12305>.
- GÓMEZ, E. B.; PASCUAL, A. S. Cuando lo que está en juego es la venta de uno mismo: el caso del influencer emprendedor. **Bajo Palabra**, 2023. DOI: <https://doi.org/10.15366/bp2023.33.006>.
- GREGERSEN, A.; ORMEN, J. The Output Imperative: Productivity and Precarity on YouTube. **New Media & Society**, v. 25, n. 8, p. 1871-1891, 2021. DOI: <https://doi.org/10.1080/1369118x.2021.2006745>.
- GROYS, B. Autodiseño, o narcisismo produtivo. **Arq (Santiago)**, n. 95, p. 140–145, 2017. DOI: <https://doi.org/10.4067/S0717-69962017000100140>.
- HAIHEYDARI, N.; DELGOSHA, M. S. Investigating engagement and burnout of gig-workers in the age of algorithms: an empirical study in digital labor platforms. **Information Technology & People**, 2024. DOI: 10.1108/itp-11-2022-0873.



HAN, B.C. **Sociedade do cansaço**. 2. ed. Petrópolis: Editora Vozes, 2017.

HEEMSBERGEN, L. From radical transparency to radical disclosure: reconfiguring (in)voluntary transparency through the management of visibilities. **International Journal of Communication**, v. 10, p. 14, 2016.

IVANCEVIC, S.; IVANOVIC, T. Burnout Syndrome. In: BRYSON, J. R.; DANIELS, P. W. (ed.). **Elgar Encyclopedia of Services**. Cheltenham: Edward Elgar Publishing, 2022. p. 385–387. DOI: <https://doi.org/10.4337/9781800377486.burnout.syndrome>.

JENKINS, H. **Cultura da convergência**. São Paulo: Aleph, 2008.

KARHAWI, I.; PRAZERES, M. Exaustão algorítmica: influenciadores digitais, trabalho de plataforma e saúde mental. **Reciis**, v. 16, n. 4, p. 800–819, 2022. DOI: <https://doi.org/10.29397/reciis.v16i4.3378>.

KRIEKEN, R. Georg Franck's 'The Economy of Attention': Mental capitalism and the struggle for attention. **Journal of Sociology**, v. 55, n. 1, p. 3–7, 2019. DOI: [10.1177/1440783318812111](https://doi.org/10.1177/1440783318812111).

LIN, Y. S. et al. COVID-19 Pandemic Is Associated with an Adverse Impact on Burnout and Mood Disorder in Healthcare Professionals. **International Journal of Environmental Research and Public Health**, v. 18, n. 7, p. 3654, 2021. DOI: <https://doi.org/10.3390/IJERPH18073654>.

LUKAN, T.; ČEHOVIN ZAJC, J. Platform lethargy: Relational work perspective on influencer precarity. **International Journal of Cultural Studies**, 2024. DOI: <https://doi.org/10.1177/13678779241268208>.

MA, R.; GUI, X.; KOU, Y. Multi-Platform Content Creation: The Configuration of Creator Ecology through Platform Prioritization, Content Synchronization, and Audience Management. In: INTERNATIONAL CONFERENCE ON HUMAN FACTORS IN COMPUTING SYSTEMS, 2023. **Anais [...]**. 2023. DOI: <https://doi.org/10.1145/3544548.3581106>.

MACHADO, L. A. DA INFORMALIDADE À EMPREGABILIDADE (reorganizando a dominação no mundo do trabalho). **Caderno Crh**, Salvador, v. 15, n. 37, 2002. DOI: [10.9771/CCRH.V15I37.18603](https://doi.org/10.9771/CCRH.V15I37.18603).

MAO, P.; CAI, Z.; CHEN, B.; SUN, X. The association between problematic internet use and burnout: A three-level Meta-analysis. **Journal of Affective Disorders**, v. 352, p. 321–332, 2024. DOI: <https://doi.org/10.1016/j.jad.2024.01.240>.

MASLACH, Christina; JACKSON, Susan E. The measurement of experienced burnout. **Journal of Organizational Behavior**, v. 2, n. 2, p. 99–113, 1981. DOI: <https://doi.org/10.1002/job.4030020205>.

MASSARO, G. **The Influencer Industry**. Princeton: Princeton University Press, 2022. DOI: <https://doi.org/10.1515/9780691234076>.

MEARS, A.; BEAUVAIS, T. Learning to Like the Likes and the Hate: The Labor of Internet Fame in the New Attention Economy. **Social Problems**, 2025. DOI: [10.1093/socpro/spaf028](https://doi.org/10.1093/socpro/spaf028).

MILIVOJEVIĆ, T. Selfie or Virtual Mirror to New Narcissus. **Informatologia**, v. 20, n. 2, p. 293–312, 2014.

MONTES, J. L. Q. El “habitar web”: arraigo, enajenación y transparencia en la época técnica moderna. **Logos**, v. 48, n. 134, p. 27–42, 2020. DOI: <https://doi.org/10.26457/LRF.V0I134.2526>.

NAZZARI, R. K.; SILVA, M. R. R. mercado de trabalho dos jovens no Brasil. **Revista Debates**, v. 17, n. 2, p. 175–199, 2023. DOI: <https://doi.org/10.22456/1982-5269.132298>.

NÉMETH, E. A közösségi média a fogyasztó társadalom terméke. Lélektani okok és következmények. **SYMBOLON**, 2024. DOI: <https://doi.org/10.46522/s.2024.02.3>.

OMIDI, A. Rethinking work in the creator economy: Insights from labor process theory. **Media, Culture & Society**, 2025. DOI: [10.1177/01634437251363828](https://doi.org/10.1177/01634437251363828).

ORGANIZAÇÃO MUNDIAL DA SAÚDE (OMS). **Classificação estatística internacional de doenças e problemas relacionados com a saúde: 11ª Revisão (CID-11)**. Genebra: OMS, 2019. Disponível em: https://icd.who.int/ct/icd11_mms/en/release. Acesso em: 16 dez. 2025.

PARK, E.; SHIN, C. Y.; JEON, S. J.; HAM, B. Is There such a Thing as Post-Viral Depression?: Implications for Precision Medicine. **Biomolecules & Therapeutics**, 2024. DOI: <https://doi.org/10.4062/biomolther.2024.170>.

- PENG, J. et al. Every coin has two sides: a self-determination perspective on the relationship between algorithmic management and gig workers' job burnout. **Journal of Managerial Psychology**, 2024. DOI: 10.1108/jmp-12-2023-0737.
- PERLMAN, B.; HARTMAN, E. A. Burnout: Summary and Future Research. **Human Relations**, v. 35, n. 4, p. 283-305, 1982. DOI: 10.1177/001872678203500402.
- PLESA, P. Authenticization: Consuming commodified authenticity to become "authentic" subjects. **Theory & Psychology**, 2023. DOI: 10.1177/09593543231174030.
- PREM, S. Burnout Syndrome. **RGUHS Journal of Medical Sciences**, v. 13, n. 3, 2023. DOI: https://doi.org/10.26463/rjms.13_3_10.
- RAVENELLE, Alexandra; KOWALSKI, Ken Cai. Working at the Nexus of Global Markets and Gig Work. In: JONAS, Andrew E. G.; DANIELS, Mike B.; RICE, Jennifer L. (org.). **Geographies of Disruption: Place-Making in the Twenty-First Century**. Londres: Routledge, 2022. p. 151-163. DOI: <https://doi.org/10.4324/9781003191049-12>.
- REICHERT, R. **Selfies**: Selbstthematisierung in der digitalen Bildkultur. Bielefeld: Transcript Verlag, 2023. DOI: <https://doi.org/10.14361/9783839436653>.
- RIEDER, B. et al. Making a Living in the Creator Economy: A Large-Scale Study of Linking on YouTube. **Social Media and Society**, v. 9, n. 2, 2023. DOI: <https://doi.org/10.1177/20563051231180628>.
- SANTOS, F. C. THE FACES OF SELFIE: Revelations of social photography. **Revista Brasileira de Ciências Sociais**, v. 31, n. 92, 2015. DOI: <https://doi.org/10.17666/319202/2016>.
- SCOLERE, L.; PRUCHNIEWSKA, U.; DUFFY, B. E. Constructing the Platform-Specific Self-Brand: The Labor of Social Media Promotion. **Social Media and Society**, v. 4, n. 3, 2018. DOI: 10.1177/2056305118784768.
- SCOTT, M.; WOODS, C. W. 'Burnt out by all the exploitation': Involved labour in creative fields. **Journal of Sociology**, 2024. DOI: <https://doi.org/10.1177/14407833241282096>.
- SUJON, Z.; NTALLA, I. Special issue introduction: reflecting on TikTok creators and digital economies. **Continuum: Journal of Media & Cultural Studies**, p. 1-19, 2025. DOI: 10.1080/10304312.2025.2549003.
- THORNE, S. L. #Emotional: Exploitation & Burnout in Creator Culture. **CLCWeb: Comparative Literature and Culture**, v. 24, n. 4, 2023. DOI: <https://doi.org/10.7771/1481-4374.4088>.
- VELTYSHCHEV, D. Y.; KOVALEVSKAYA, O. B.; SERAVINA, O. F. The connection between professional burnout and depression: a review of foreign research. **Psikhicheskoe zdorov'e**, n. 74, p. 62-68, 2017. DOI: <https://doi.org/10.30629/2618-6667-2017-74-62-68>.
- VERWIEBE, R. et al. Working on an algorithm-controlled platform as a content creator: What explains unequal earnings on YouTube? **European Societies**, p. 1-23, 2025. DOI: <https://doi.org/10.1162/euso.a.42>
- WANG, S. et al. Unraveling the interconnectedness between physician burnout and symptoms of depression, anxiety, and stress: a network analysis among Chinese psychiatrists. **Frontiers in Public Health**, v. 12, 2025. DOI: <https://doi.org/10.3389/fpubh.2024.1493424>.