

Paradoxo do mundo digital: desafios para pensar a saúde mental dos influenciadores digitais

Paradox of the digital world: challenges to think about the mental health of digital influencers

DOI:10.34119/bjhrv4n2-145

Recebimento dos originais: 18/02/2021

Aceitação para publicação: 18/03/2021

Rayane Marques da Costa

Graduanda em Medicina pela Universidade Estácio de Sá

Instituição: Universidade Estácio de Sá – Campus Cittä

Endereço: Av. das Américas, 700 Barra da Tijuca - Rio de Janeiro/RJ. CEP: 22640- 100

E-mail: ray.marquescosta@gmail.com

Maria Luiza de Barba

Mestre em Saúde Coletiva pela Universidade Federal do Rio Grande do Sul

Instituição: Docente do curso de Medicina na Universidade Estácio de Sá – Campus Cittä

Endereço: Av. das Américas, 700 Barra da Tijuca - Rio de Janeiro/RJ. CEP: 22640- 100

E-mail: marialuizadebarba@hotmail.com

Luise Lira Barros Pinto

Graduanda em Medicina pela Universidade Estácio de Sá

Instituição: Universidade Estácio de Sá – Campus Cittä

Endereço: Av. das Américas, 700 Barra da Tijuca - Rio de Janeiro/RJ. CEP: 22640- 100

E-mail: liraluise1@gmail.com

Láis de Pinho Barroso Bussardes

Graduanda em Medicina pela Universidade Estácio de Sá

Instituição: Universidade Estácio de Sá – Campus Cittä

Endereço: Av. das Américas, 700 Barra da Tijuca - Rio de Janeiro/RJ. CEP: 22640- 100

E-mail: laisdepinhobarroso@gmail.com

Fernanda da Costa Negraes

Graduanda em Medicina pela Universidade Estácio de Sá

Instituição: Universidade Estácio de Sá – Campus Cittä

Endereço: Av. das Américas, 700 Barra da Tijuca - Rio de Janeiro/RJ. CEP: 22640- 100

E-mail: nandac.negraes@gmail.com

Thaís Pinto Coelho de Andrade

Graduanda em Medicina pela Universidade Estácio de Sá

Instituição: Universidade Estácio de Sá – Campus Cittä

Endereço: Av. das Américas, 700 Barra da Tijuca - Rio de Janeiro/RJ. CEP: 22640-100.

E-mail: t.andrade10@hotmail.com

Monique Silveira Oliveira

Graduanda em Medicina pela Universidade Estácio de Sá
Instituição: Universidade Estácio de Sá – Campus Città

Endereço: Av. das Américas, 700 Barra da Tijuca - Rio de Janeiro/RJ. CEP: 22640- 100

E-mail: moniqueoliveira53@gmail.com

Geovanna de Azevedo Gonçalves

Graduanda em Medicina pela Universidade Estácio de Sá
Instituição: Universidade Estácio de Sá – Campus Città

Endereço: Av. das Américas, 700 Barra da Tijuca - Rio de Janeiro/RJ. CEP: 22640- 100

E-mail: geovannaazevedo.g@hotmail.com

RESUMO

Introdução: A criação de plataformas ou ambientes virtuais de fácil acesso para desenvolvimento e compartilhamento de conteúdos culminou em uma transformação na utilização da Internet, em que os usuários passaram de passivos a ativos, tornando-se por vezes não só protagonistas, mas também produtores dos conteúdos. Com o surgimento dos Influenciadores Digitais e do Marketing de Influência, surgiu, também, a economia criativa, na qual o influenciador precisa estar sempre criando novos conteúdos e ideias para manter a sua gama de seguidores, vivendo com a insegurança de não conseguir prever o que terá ou não sucesso. Por conseguinte, estes profissionais estendem sua jornada de trabalho e aumentam o sentimento de competitividade, piorando as relações de trabalho e afetando com o passar do tempo a sua qualidade de vida. Nesse cenário, é comum o deterioramento da saúde mental, gerando doenças como ansiedade, depressão, transtorno de imagem e síndrome de Burnout. Este estudo buscou identificar os fatores que contribuem para o adoecimento em saúde mental dos Influenciadores Digitais no que concerne a sua prática profissional. Foi realizado um estudo documental exploratório, transversal, com abordagem qualitativa, a partir de dados secundários de domínio público, como reportagens e entrevistas publicadas na Internet. A pesquisa na base de dados foi realizada pelo *website Google*, nos meses de abril e maio de 2020. Os dados foram analisados por seu conteúdo e categorizados por núcleos temáticos: depressão; ansiedade; transtornos de imagem; e Síndrome de Burnout. Dentre as temáticas identificadas na amostra, a mais prevalente foi depressão (83%), seguida por ansiedade (33%). Os principais motivos apontados foram a cobrança excessiva por produtividade, as longas jornadas de trabalho, a não separação dos momentos de trabalho e lazer, a insegurança quanto a aceitação do conteúdo produzido e os comentários depreciativos. A soma da excessiva exposição sem nenhum suporte de proteção mental e financeira, leva essa classe de trabalhadores ao desenvolvimento de transtornos mentais, sendo os episódios depressivos de grande recorrência. Poucas pessoas compreendem que o trabalho de Influenciador Digital traz desafios que podem comprometer a saúde, resultando em um esgotamento que não será facilmente superado se a pessoa não estiver bem preparada. Nas redes sociais, milhares de Influenciadores Digitais retratam sua vida como um exemplo a ser seguido e desejado por quem os acompanha. A incorporação do padrão do corpo “ideal” é capaz de modificar comportamentos e atitudes pessoais, sendo influenciado principalmente pelas ideias socioculturais, mídias e redes sociais. A imagem corporal é moldada artificialmente para ser admirada, e o sentimento de incapacidade de atingir esse padrão retorna em forma de angústia e depressão. A consequente falta de descanso e lazer também resultante desse processo pode ser relacionada diretamente com o desenvolvimento da Síndrome de Burnout. Percebe-se, portanto, umnexo causal entre o trabalho e os agravos apresentados pelos Influenciadores Digitais. Dessa forma, sugere-

se que novos estudos sejam realizados, para que se possa aprofundar as discussões acerca do tema e das medidas de prevenção que possam ser implementadas.

Palavras-Chave: Influenciador Digital, Saúde Mental, Saúde do Trabalhador.

ABSTRACT

Introduction: The creation of platforms or easily accessible virtual environments for content development and sharing culminated in a transformation in the use of the Internet. Users used to be passive, but now they have become active, sometimes becoming not only role models, but also content producers. With the emergence of digital Influencers and Influence Marketing, the creative economy also emerged. The influencer must always create new content and ideas to maintain his range of followers, living therefore with the insecurity of not being able to predict what will or will not succeed. Consequently, these professionals extend their working hours and increase the feeling of competitiveness, harming work relationships and affecting their quality of life over time. In this scenario, damage to mental health is common, causing diseases such as anxiety, depression, image disorder and Burnout syndrome. This study sought to identify the factors that contribute to the deterioration in the mental health of Digital Influencers regarding their professional practice. An exploratory, cross-sectional documentary study with a qualitative approach was carried out, using secondary data in the public domain, such as reports and interviews published on the Internet. The database search was carried out by the Google website, in the months of April and May 2020. The data were analyzed for their content and categorized by thematic groups: depression; anxiety; image disorders; and Burnout Syndrome. Among the themes identified in the sample, the most prevalent was depression (83%), followed by anxiety (33%). The main reasons cited were excessive demand for productivity, long working hours, non-separation of work and leisure times, insecurity regarding the acceptance of the content produced and derogatory comments. The sum of excessive exposures without any mental protection and financial support, leads this class of workers to the development of mental disorders, with a great recurrence of depressive episodes. Few people understand that the work of Digital Influencers brings challenges that can compromise health, resulting in an exhaustion that will not be easily overcome if the person is not well prepared. On social networks, thousands of Digital Influencers portray their lives as a role-model to those who follow them. The incorporation of the “ideal” body pattern can modify personal behaviors and attitudes, being influenced mainly by current popular culture, media and social networks. The body image is artificially shaped to be admired, and the feeling of not being able to reach this standard returns as anguish and depression. The consequent lack of rest and leisure, also resulting from this process, can be directly related to the development of Burnout Syndrome. Therefore, a causal link between the work and the problems present in Digital Influencers is perceived. Thus, it is suggested that further studies be carried out, in order to deepen the discussions about the theme and the preventive measures that can be implemented.

Keywords: Digital Influencer, Mental Health, Worker's Health.

1 INTRODUÇÃO

Desde a década de 1990 e o início da globalização, a Internet começou a ganhar cada vez mais espaço na sociedade.¹ De acordo com o IBGE, em 2018 mais de dois terços da população maior de 10 anos (74,7%) possuía conexão com a internet, constatando um aumento de 9,6 milhões de usuários em comparação com 2017.² Esse número, segundo a PNAD, continua crescendo progressivamente a cada ano em todo o país.² Com a expansão do seu acesso, a facilidade para usar as ferramentas virtuais e a necessidade cada vez maior de preencher esses espaços com informações, a Internet tornou-se um meio em que as pessoas começaram a empreender tanto com bens como serviços, sendo fonte de renda para muitas pessoas, além de sua participação na economia mundial.¹

A criação de plataformas ou ambientes virtuais de fácil acesso, nos quais diversos conteúdos podem ser desenvolvidos, compartilhados, comentados e alterados, “culminou em uma transformação na chamada web 2.0., em que os usuários passaram de passivos a ativos, tornando-se por vezes não só protagonistas, mas também produtores dos conteúdos”³. Essa transformação gerou uma explosão de conteúdo digital, alimentada tanto por profissionais quanto por legiões de amadores.

A partir desse espaço em ascendência, o mercado identificou uma grande oportunidade de desenvolver o marketing e, com essas pessoas consideradas normais, percebeu-se uma nova estratégia para divulgação de seus produtos³. Esses indivíduos, até então anônimos e que tornaram-se populares em determinada plataforma digital ou rede social por compartilhar seu estilo de vida, influenciando um grande número de usuários, passaram a ser chamados de Influenciadores Digitais⁴, e a estratégia cada vez mais adotada pelas empresas, a partir do poder dos mesmos, denominou-se Marketing de Influência.

Para Montelatto⁵ (2015), um influenciador é uma pessoa que consegue influenciar sua audiência, usando de sua reputação adquirida através de blogs, sites ou redes sociais, a praticar determinada ação, seja comprar, ir a um evento, ou experimentar determinado serviço. Nesse escopo, presume-se que um Influenciador Digital possui uma quantidade maior de audiência do que uma marca, por isso quando a estratégia de Marketing de Influência é executada da forma certa, o alcance da marca aumenta consideravelmente⁴.

Com o surgimento dos influenciadores e do marketing digital, surge também, nesse contexto, a economia criativa⁶. Segundo a Youpix⁷ (2018), Influenciador Digital se tornou um emprego sonhado pelas novas gerações, o que trouxe também uma competitividade no mercado. Para manter-se no mercado, se faz presente a necessidade

da economia criativa, na qual o influenciador precisa estar sempre criando novos conteúdos e novas ideias para manter a sua gama de seguidores⁶.

Ao mesmo tempo que há a necessidade de suprir as exigências do mercado, há também a insegurança de não conseguir prever o que terá ou não sucesso⁶. Por conseguinte, esses profissionais começam a estender a sua jornada de trabalho e aumentam o sentimento de competitividade, piorando as relações de trabalho e afetando com o passar do tempo a sua qualidade de vida ⁶⁻⁷.

Nesse cenário, é comum o deterioramento da saúde mental, gerando doenças como ansiedade, depressão e síndrome de Burnout, podendo ser considerado, inclusive, uma questão de saúde pública⁶. Segundo Alexander⁸ (2018), além de todas as situações descritas anteriormente, há também outras duas situações que podem levar ao desenvolvimento de doenças relacionadas à saúde mental: as interações na internet e as mudanças nos algoritmos do YouTube. A primeira está ligada ao relacionamento com os fãs, que exigem criação de novos conteúdos e com os “haters” que são críticos ao trabalho realizado ou ainda produtores de ofensas pessoais. Já a segunda é referente à dificuldade de monetização dos vídeos, passando a ser cada vez mais importante o engajamento dos fãs, o que faz que os Influenciadores Digitais trabalhem cada vez mais para produzir mais conteúdo, levando ao esgotamento físico e psicológico⁸.

Até 2018, Influenciador Digital não era considerada uma atividade profissional, e isso trazia outras inúmeras questões a serem enfrentadas pelas pessoas que se dedicavam à área, como o acesso à previdência social, seguro desemprego, Fundo de Garantia do Tempo de Serviço (FGTS), dentre outros direitos sociais comuns a uma relação de trabalho⁹. Dessa forma, muitos optavam por Previdência e Seguro de Saúde privados, enquanto outros afirmavam usar os serviços públicos de saúde. Tudo isso, corrobora com o sentimento de insegurança e incertezas, apesar de não fazer com que busquem uma outra forma de trabalho⁹.

Surgiu então, em 2018, o texto que resolveria pelo menos parte dessas preocupações: o Projeto de Lei nº10937/2018, no qual o Congresso Nacional reconhece o ofício de Digital Influencer ou Influenciador Digital profissional, definindo a nova profissão como obreiro que cria e publica conteúdo na Internet, em redes sociais, blogs e sites, na forma de vídeos, imagens ou textos, capaz de influenciar opiniões, comportamentos e manifestações de seus seguidores e afins, além de informar a população sobre temas que julga relevantes¹⁰.

Definindo o Influenciador Digital como atividade profissional, problemas como acesso ao FGTS, Previdência Social, Seguro Saúde e Seguro Desemprego poderiam ser assegurados em caso de um contrato formal com uma empresa. Entretanto, outros problemas continuam existindo na profissão, devido à imensa competitividade, como por exemplo a falta de regulamentação sobre jornada de trabalho, permitindo que tais profissionais cheguem ao esgotamento físico e psicológico devido ao longo tempo trabalhado⁶.

Nesse cenário de avanços e desafios, as novas gerações almejam trabalhar com Marketing de Influência⁶. Segundo a pesquisa Harris Poll/LEGO®, realizada em 2019 com crianças da China, EUA e Reino Unido, há uma probabilidade três vezes maior das crianças preferirem ser um Youtuber que um Astronauta¹¹. Por outro lado, outra pesquisa realizada pela plataforma CriadoresID com 300 Youtubers, 16,9% afirmam sofrer de ansiedade, 4,3% enfrentam depressão, 28% dizem não fazer qualquer atividade física e 53,8% não possuem outra atividade profissional além de Youtuber¹². Nesse escopo, percebe-se a importância de abordar o tema da saúde mental neste grupo de trabalhadores.

2 MÉTODO

Foi realizado um estudo documental exploratório¹³, transversal, de abordagem qualitativa. Estudos transversais são utilizados em avaliações de plausibilidade na comparação de modelos ou programas de saúde. Produzem "instantâneos" da situação de saúde de uma população ou comunidade com base na avaliação individual do estado de saúde, além de determinar indicadores globais de saúde para o grupo investigado¹³.

A abordagem qualitativa possibilita a descrição de um fenômeno, realizando de forma sistemática uma síntese da situação estudada. Nessa abordagem, o processo de pesquisa inicia-se com objetivos exploratórios mais amplos que fornecem foco para o estudo sem esvaziar prematuramente aspectos da experiência que possam ser julgados importantes ou relevantes¹⁴.

Utilizou-se dados secundários de domínio público, como reportagens e entrevistas, publicados em veículos de comunicação e mídia social na Internet. A pesquisa na base de dados foi realizada pelo website Google, nos meses de abril e maio de 2020. Os descritores utilizados foram "digital influencer" ou "influenciador digital", "youtuber", "saúde mental" e "depressão". Os critérios de inclusão considerados foram reportagens em português e inglês, e data de publicação no período de 2017 a 2020.

Os dados foram analisados por seu conteúdo e categorizado de acordo com núcleos temáticos. Na análise temática, os dados são analisados tendo o tema como núcleo de sentido, por meio do qual será classificado o material, e cuja frequência ou presença tem um significado para o objeto analítico¹⁵.

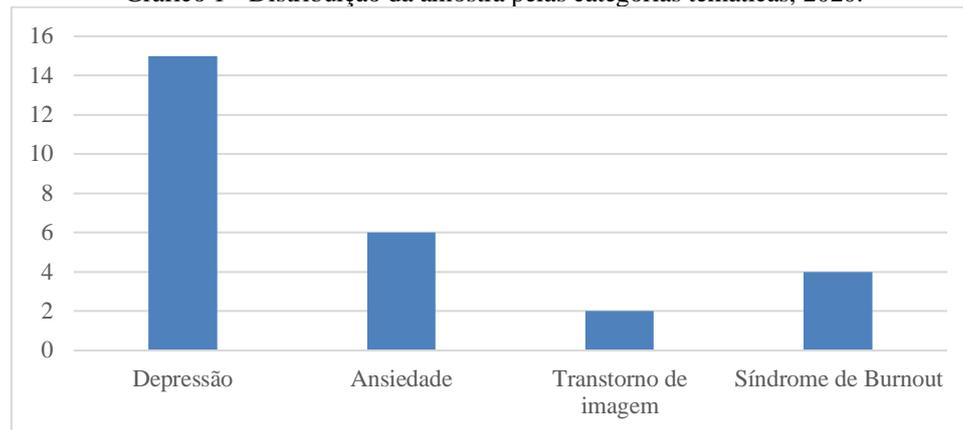
A análise de conteúdo tem sido muito utilizada na análise de comunicações nas ciências humanas e sociais. Possui elementos da abordagem quantitativa e da qualitativa, pois a contagem da manifestação dos elementos textuais que emerge do primeiro estágio da análise de conteúdo servirá apenas para a organização e sistematização dos dados, enquanto as fases analíticas posteriores permitirão que o pesquisador apreenda a visão social de mundo por parte dos sujeitos, autores do material textual em análise¹⁴⁻¹⁶.

O processo de explicitação, sistematização e expressão do conteúdo gerado pela análise de conteúdo foi organizado em três etapas, as quais foram realizadas em conformidade com três polos cronológicos diferentes, sendo elas: a) pré-análise: fase em que ocorre a escolha dos documentos a serem analisados, a retomada das hipóteses e dos objetivos iniciais da pesquisa em relação ao material coletado, e a elaboração de indicadores que orientarão a interpretação final; b) exploração do material: trata-se da fase em que os dados brutos do material são codificados para se alcançar o núcleo de compreensão do texto; c) tratamento dos resultados obtidos e interpretação: nessa fase, propõe-se as inferências e realiza-se as interpretações de acordo com o quadro teórico e os objetivos propostos, ou identifica-se novas dimensões teóricas sugeridas pela leitura do material¹⁵⁻¹⁷.

3 DISCUSSÃO

A pesquisa na base de dados resultou em 18 reportagens que compuseram a amostra. A partir da leitura e análise dos materiais (Anexo 1), foram definidas quatro categorias de análise temática, sendo elas: depressão; ansiedade; transtornos de imagem; e Síndrome de Burnout. No gráfico a seguir, apresenta-se a distribuição dos dados pelas categorias temáticas.

Gráfico 1 - Distribuição da amostra pelas categorias temáticas, 2020.



Fonte: Produzido pelos autores, 2020.

O Gráfico 1 demonstra que, dentre as temáticas relacionadas à saúde mental identificadas na amostra, a mais prevalente foi depressão (83%), seguida por ansiedade (33%). Considerando-se que as reportagens têm por finalidade relatar uma situação efetivamente vivenciada por um indivíduo, os dados chamam atenção para necessidade de discutir-se a qualidade de vida deste grupo.

Segundo a Organização Pan-Americana da Saúde¹⁸ (2017), depressão é um transtorno mental caracterizado por tristeza persistente e pela perda de interesse em atividades que normalmente são prazerosas, acompanhadas da incapacidade de realizar atividades diárias, durante pelo menos duas semanas. Tratada como a doença da sociedade moderna, a depressão é um quadro presente na vida de muitas pessoas e está associada com um alto grau de prejuízos frente a vida de quem possui esse transtorno de humor¹⁸.

Dentre as reportagens que abordaram a temática da depressão, pôde-se notar que os motivos causadores da doença se repetem, sendo eles: comentários depreciativos, cobrança excessiva, o tabu de falar sobre a doença, a não separação dos momentos de trabalho e lazer e a tentativa de chegar à perfeição. Baseado nos relatos apresentados, é possível notar que o alcance do conteúdo é algo muito importante na Internet, isso porque, quanto mais pessoas visualizam e comentam, mais este criador é requisitado por marcas para trabalhar.

O problema do aumento de alcance é que ele é acompanhado tanto por aumento do número de fãs, quanto por aumento do número de pessoas que não gostam desse conteúdo ou do próprio Influencer, os chamados “haters”, que são os maiores responsáveis por comentários depreciativos. Além disso, o maior alcance, conseqüentemente, gera mais cobrança para que os conteúdos tenham maior constância

de postagem e também maior qualidade. Essa cobrança é levada ao extremo e, por muitas vezes, esses trabalhadores pensam em suicídio e alguns até o cometem. Ademais, por causa do tabu existente na sociedade para se falar sobre saúde mental, muitos relatam sentirem-se culpados de abordar tal assunto, uma vez que demonstram ter uma vida perfeita.

Em um estudo realizado pelo Instituto Nacional do Seguro Social (INSS), quase 3 mil pessoas receberam auxílio-doença ou aposentadoria por invalidez em decorrência de transtornos mentais e comportamentais, sendo desses os episódios depressivos os mais relevantes¹⁹. O trabalhador formal tem a previdência social garantida pela empresa contratante e, portanto, pode se afastar do seu emprego frente a uma doença, como a depressão, ou acidente. Todavia, o trabalhador informal muitas das vezes não dispõe dessa possibilidade, visto que muitos não sabem o que de fato é o INSS, nem como podem ser um segurado-contribuinte, ou os direitos trabalhistas que possuem¹⁹.

Dentre os trabalhos informais, atualmente, tem ganhado destaque a atuação dos Influenciadores Digitais, nomeada, por muitos, como a “profissão do futuro”. Diferente das mídias tradicionais, na internet o consumidor passa a ser produtor do seu próprio conteúdo, e é nessa perspectiva que as marcas encontraram nos Influenciadores Digitais, a oportunidade de divulgar seus produtos de consumidor para consumidor⁴. Essa forma de divulgação exige dos influenciadores uma persistência de número de postagens, o que muitas vezes pode levar a uma exposição da vida pessoal; manter uma inovação frente aos conteúdos; e, na grande maioria dos casos, levar o trabalhador a um estresse financeiro, por não possuir estabilidade econômica⁴.

Além disso, os Influenciadores Digitais estão expostos ao cyberbullying, pois o anonimato dos internautas e a falta de privacidade e segurança contribuem para a disseminação da violência para com os mesmos, o que piora a saúde mental dessas pessoas²⁰. Por conseguinte, este cenário favorece o aparecimento de doenças mentais como ansiedade, depressão e angústia, levando a deterioração do funcionamento psíquico geral dessa classe de trabalhadores²⁰.

De acordo com a definição apresentada pelo Ministério da Saúde, a ansiedade se relaciona com aflição, angústia, perturbação do espírito causada pela incerteza e medo de aceitação. Por vezes, estimula o indivíduo a entrar em ação, porém, quando em excesso, faz exatamente o contrário, impedindo reações e paralisando o indivíduo²¹. Os transtornos de ansiedade são doenças relacionadas ao funcionamento do corpo e às experiências de vida.

Nesse sentido, pode-se evidenciar nos relatos que a causa de ansiedade mais citada está relacionada com a pressão de estar sempre produzindo conteúdo e desse trabalho se aproximar, em termos de estresse e responsabilidades, da função de grandes empresários. Além disso, a cobrança tanto do lado dos espectadores, quanto do lado das plataformas de exposição de conteúdo e das empresas que utilizam esses profissionais para fazer a publicidade de suas marcas, geram um elevado grau de ansiedade para os Influenciadores Digitais.

Segundo Parkin²² (2018), muitos Influenciadores Digitais relataram que “começou sendo o trabalho mais divertido que se possa imaginar se transformou em algo profundamente sombrio e solitário”. Conforme apresentado por Honorato²³ (2019), poucas pessoas compreendem que o trabalho de Influenciador traz desafios que podem comprometer a saúde mental dos indivíduos, resultando em um esgotamento que não será facilmente superado se a pessoa não estiver bem preparada.

A imagem corporal é a percepção que uma pessoa tem do seu próprio corpo e os pensamentos e sentimentos que resultam desta percepção²⁴. Essa imagem pode ser atingida por causa do distúrbio de insatisfação corporal, como, por exemplo, mulheres que buscam um corpo magro e possuem receio de rejeição. Essa percepção se apresentar como um problema de saúde mental²⁵. Ao abordar a temática do transtorno de imagem, destacaram-se como motivos a necessidade de aprovação, a constante comparação, e os padrões estéticos impostos pela sociedade atual. O Instagram foi a plataforma citada em ambas as reportagens, bem como os fatores atrelados às fotos postadas como luminosidade, ângulo e edição, expando uma beleza utópica e inalcançável.

Conforme Da Silva et al²⁵ (2019), a opinião pública é construída a partir do julgamento dos meios de comunicação. Os grandes veículos de comunicação deixaram de informar para definir o que vai ser divulgado. Nesse contexto, sendo analisado o que é explorado pela mídia, há uma demanda pela perfeição. Nas redes sociais, milhares de Influenciadores Digitais retratam sua vida como um exemplo a ser seguido e desejado por quem os acompanha. Ademais, é observável o quanto esses meios influenciam no cotidiano das pessoas, graças às proporções alarmantes que tomam.

De acordo com Lira et al²⁶ (2017), a incorporação do padrão do corpo “ideal” é capaz de modificar comportamentos e atitudes pessoais, sendo influenciado principalmente pelas ideias socioculturais, mídias, redes sociais, pais e amigos. Há uma generalização da insatisfação corporal entre as mulheres, principalmente na adolescência,

onde os questionamentos e o não enquadramento nos padrões pré-estabelecidos surgem, trazendo descontentamento e sofrimento.

Além disso, o upload de fotos, bem como a visualização e comentários sobre os perfis de colegas, são atividades que podem ser problemáticas nas redes sociais, pois favoreceram a comparação social baseada na aparência, reforçando sua relação com a insatisfação corporal e a busca pela magreza. O autor LIRA²⁶ et al (2017) aponta ainda que, meninas com sobrepeso e obesidade sofrem mais a pressão de se encaixarem em modelos e padrões de beleza, onde apenas uma pequena parcela da população faz parte. Logo, a falta de diversidade de corpos como referencial de beleza gera a dificuldade de lidar com o diferente, pois há somente um modelo do que é belo.

Para Caron²⁷ (2006), os meios de comunicação difundem, atualmente, um padrão inalcançável de beleza feminino, pois constrói estereótipos de mulheres que são inatingíveis para a maioria. A valorização das imagens traz consigo uma construção da autoimagem que afeta drasticamente a saúde emocional dos indivíduos. O culto ao corpo magro está gerando uma psicose coletiva que destrói a autoimagem e autoestima individual, e inclui não só mulheres, mas crianças e homens. A imagem corporal é moldada artificialmente para ser admirada, e o sentimento de incapacidade de atingir esse padrão retorna em forma de angústia e depressão.

Mas todos desejam ser iguais, como um pré-requisito para ser aceito, por isso existe uma enorme comparação, que ocorre principalmente através das redes sociais Facebook e Instagram²⁵⁻²⁶. Segundo uma pesquisa realizada no Reino Unido, divulgada pela BBC News em 2017, o Instagram é a rede social mais nociva à saúde mental de jovens. Além disso, a frequência do acesso às mídias sociais apresentou relação com a chance de as adolescentes serem insatisfeitas com seus corpos²⁶, e o compartilhamento de fotos impactar negativamente a autoimagem e aumentar as dúvidas acerca de modos de vida²⁵.

Da Silva et al²⁵ (2019), cita que a busca pela imagem perfeita leva os indivíduos a terem uma distorção da própria vida e de si mesmos. Logo, o Instagram, é caracterizado como um aplicativo nocivo, pois cultiva uma vida em imagens e propicia uma realidade utópica. É demonstrado um mundo fictício, que mexe com a saúde mental dos usuários, propiciando um tempo ausente no mundo real, e horas conectado.

De acordo com Nicolaci-da-Costa³ (2011), a criatividade evidencia-se como a “força motriz da economia”, se tornando, portanto, a matéria prima e, também, o produto das atuais indústrias criativas. A autora também destaca a necessidade da divulgação

colaborativa da produção individual para alcançar o reconhecimento e popularidade. A consequente falta de descanso e lazer resultante desse processo pode ser relacionada com outros cenários de trabalho, como, por exemplo, dos profissionais de saúde que têm alta demanda psicológica e uma relação direta com o desenvolvimento da Síndrome de Burnout²⁵.

A Síndrome de Burnout é considerada uma doença relacionada ao trabalho que produz a incapacidade de relaxar, falta de atenção, alterações de memória, lentidão, isolamento, onipotência e perda de interesse pelo trabalho ou lazer²⁸. Ao observar as cobranças por novos conteúdos e aceitação, e o maior destaque da plataforma aos indivíduos que mais interagem, é possível dizer que os resultados da economia criativa colaboram diretamente para o desenvolvimento da síndrome de esgotamento profissional²⁵⁻²⁸.

Devido as longas jornadas de trabalho e a exposição ao cyberbullying, os Influenciadores tornam-se mais suscetível ao desenvolvimento de transtornos mentais. Ademais, as condições de trabalho estressantes aumentam o risco de efeitos adversos à saúde e contribuem para a adoção de mudanças de comportamento, como tabagismo e consumo de álcool²⁹. Percebe-se, portanto, umnexo causal entre o trabalho e os agravos apresentados pelos mesmos. É importante salientar que o trabalho com mídias digitais é classificado como informal, não dispondo de direitos trabalhistas como, por exemplo, auxílio-doença, aposentadoria, previdência social, entre outros.

Dessa forma, medidas como acompanhamento com psicólogo, implementação de atividade física e a divisão melhor do tempo entre trabalho e descanso podem ajudar a melhorar ou proteger a saúde mental do Influenciadores Digitais. Além disso, um melhor esclarecimento sobre seus direitos trabalhistas, ou até mesmo a falta deles, pode ajudar o trabalhador a traçar uma melhor estratégia a fim de assegurá-lo quando necessário.

4 CONSIDERAÇÕES FINAIS

A Internet tem feito parte da vida de um número cada vez maior de pessoas. Com o acesso facilitado e a criação de novas plataformas, abriu-se espaço para o profissional Influenciador Digital, que por sua vez instiga o Marketing de Influência por parte das marcas, percebendo a capacidade dos criadores de conteúdos em influenciar e atingir um grande número de pessoas.

Este trabalho traz consigo, além das cobranças feitas pelos fãs por conteúdos novos e atualizações constantes, o sofrimento por inúmeras críticas, a falta de separação

do tempo entre trabalho e vida pessoal, e auto cobrança resultante da enorme competitividade do meio para se ter um grande público e estar sempre em “alta”. As exigências intrínsecas ao desenvolvimento das atividades de Influenciador Digital, somado a insegurança advinda da informalidade do vínculo empregatício, resultam, muitas vezes, em agravos à saúde mental, principalmente a depressão, a ansiedade, o transtorno de imagem e a Síndrome de Burnout.

Dessa forma, este estudo evidenciou os fatores que contribuem para o adoecimento dos Influenciadores Digitais, apresentando o nexos causal entre os resultados da economia criativa e os agravos de saúde mental apresentados pelos profissionais. Sugere-se, portanto, que novos estudos sejam realizados, para que se possa aprofundar as discussões acerca do tema e das medidas de prevenção que possam ser implementadas.

REFERÊNCIAS

- [1] SILVEIRA, MDP. Efeitos da globalização e da sociedade em rede via Internet na formação de identidades contemporâneas. *Psicol. cienc. prof.* [online]. 2004, vol.24, n.4 [cited 2020-05-21], pp.42-51. Available from: <http://www.scielo.br/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1414-98932004000400006&lng=en&nrm=iso>. ISSN 1414-9893. <http://dx.doi.org/10.1590/S1414-98932004000400006>.
- [2] Pesquisa Nacional por Amostra de Domicílios (PNAD). BRASIL. Instituto Brasileiro De Geografia e Estatística - IBGE. 2018a. [acesso em: 2020 Mai 13]. Disponível em: https://agenciadenoticias.ibge.gov.br/media/com_mediaibge/arquivos/10d5c0576ff8d726467f1d4571dd8e62.pdf.
- [3] Nicolaci-da-Costa, AM. O talento jovem, a internet e o mercado de trabalho da “economia criativa”. *Psicologia & Sociedade*. 2001. 23(3), 554-563.
- [4] SANTOS SMM., SILVA, PPP, SANTOS JF. Gabriela Pugliesi: uma análise sobre o marketing de influência na rede social Instagram. In: XVIII Congresso de Ciências da Comunicação na Região Nordeste. 2016; Caruaru – PE. Intercom – Sociedade Brasileira de Estudos Interdisciplinares da Comunicação; 2016. [acesso em: 2020 Mai 18]. Disponível em: <https://www.portalintercom.org.br/anais/nordeste2016/resumos/R52-0157-1.pdf>.
- [5] MONTELATTO L. Você sabe quem são os influenciadores digitais? *Administradores.com: Eber Freitas*. 2015. [acesso em: 2020 Abr 15] Disponível em: <http://www.administradores.com.br/artigos/marketing/voce-sabe-quemsao-osinfluenciadores-digitais/89940/>.
- [6] RIBEIRO IF. Análise do Trabalho das Influenciadoras Digitais da Região Sul Fluminense. [Trabalho de Conclusão de Curso] [internet]. Volta Redonda: Universidade Federal Fluminense, Instituto de Ciências Humanas e Sociais - Curso de Psicologia. 2018. [acesso em 2020 Abri 20]. Disponível em: <file:///C:/Users/ryan/Downloads/322-Texto%20do%20artigo-1084-1-10-20190829.pdf>.
- [7] YOUPIX. Creators, precisamos falar sobre burnout. Série Saúde Mental e Criatividade. *Meio&Mensagem*. [youtube]; [acesso em 2018 Dez 12]. Disponível em: <https://www.meioemensagem.com.br/home/videos/2018/08/06/creators-precisamos-falar-sobre-burnout.html>.
- [8] ALEXANDER J. YouTube’s top creators are burning out and breaking down en masse. 2018 Jun 6 [acesso 2020 Mai 9]. In: Polygon [internet]. Voxmedia: Christopher PlanteManaging. [2012 Out 24]. Disponível em: <https://www.polygon.com/2018/6/1/17413542/burnout-mental-health-awareness-youtube-elle-mills-el-rubius-bobby-burns-pewdiepie>.
- [9] MAIA NBR. Que Geração é Essa? Novas Ocupações Que Surgem Com a Ascensão da Internet [internet]. 2017 Jul. [acesso em 2020 Abr 20]; 31(2). Disponível em: <https://seer.cesjf.br/index.php/cesRevista/article/view/1272>.

- [10] BRASIL. Projeto de Lei nº10937/2018. Dispõe sobre a regulamentação do ofício de Influenciador Digital Profissional, Brasília, DF. 31 de out. de 2018b.
- [11] HARRIS PL. Group kicks off global program to inspire the next generation of space explorers as nasa celebrates 50 years of moon landing. [internet]. Billund, Dinamarca: Lego Group. 2019 [acesso em 2020 Abr 20]. Disponível em: <https://finance.yahoo.com/news/lego-group-kicks-off-global-133200548.html>.
- [12] CRIADORES ID. Pesquisa do Criadores iD revela as 10 marcas que mais trabalham com youtubers. [internet]. 2015 Abr. [acesso em: 2020 Mai 11]. Disponível em: <https://criadoresid.com/pesquisa-com-youtubers-brasil/>.
- [13] GIL AC. Como elaborar projetos de pesquisa. 4 ed. [internet]. 2002. [acesso em 2020 Mai 28]; 176 p. São Paulo: Atlas. Disponível em: http://www.uece.br/nucleodelinguasitaperi/dmdocuments/gil_como_elaborar_projeto_d_e_pesquisa.pdf.
- [14] BERG BL. Qualitative research methods for the social sciences. Boston, MA: Allyn e Bacon. 1998 Out 17 3. Ed. 21-46.
- [15] MINAYO MCS. O desafio do conhecimento: pesquisa qualitativa em saúde. Revista semestral do programa de pós-graduação em ciências sociais. 2014 Jun 14 [acesso 2020 Abr 3] 11. ed. Disponível em: <file:///C:/Users/ryan/Downloads/4873-Texto%20do%20artigo-12932-1-10-20140505.pdf>.
- [16] SARANTAKOS, S. Social research. South Melbourne: Macmillan Australia. 1993 [acesso em 2020 Mai 6] p. 471- 488 p. 2nd ed. Disponível em: <https://www.macmillanihe.com/page/detail/Social-Research/?K=9780230295322>.
- [17] BARDIN L. Análise de conteúdo. Lisboa: Edições 70, p.229, 1979. Persona; 2008.
- [18] OPAS. Depressão: o que você precisa saber. Online. Organização Pan-Americana da Saúde 2016/2017. [acesso 2020 Abr 22]. Disponível em: https://www.paho.org/bra/index.php?option=com_content&view=article&id=5372:depressao-o-que-voce-precisa-saber&Itemid=822.
- [19] Fernandes MA, Santos JDM, Moraes LMV, Lima JSR, Feitosa CDA, Sousa LFC. Transtornos mentais e comportamentais em trabalhadores: estudo sobre os afastamentos laborais. Rev. esc. enferm. USP [Internet]. 2018 [acesso em 2020 Mai 21]; 52: e03396. Disponível em: http://www.scielo.br/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S0080-62342018000100473&lng=en.
- [20] ABJAUDE SAR, PEREIRA LB, ZANETTI MOB, PEREIRA LRL. ¿Cómo influyen las redes sociales en la salud mental?. SMAD, Rev. Eletrônica Saúde Mental Álcool Drog. (Ed. port.) [online]. 2020, vol.16, n.1 [acesso em 2020 Mar 30], pp. 1-3 . Disponível em: http://pepsic.bvsalud.org/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1806-69762020000100001&lng=pt&nrm=iso.

[21] BRASIL. Biblioteca Virtual em Saúde. Ansiedade. Ministério da Saúde Online. Inc.; c2015 [acesso em Mai 14]. Disponível em: <https://bvsmms.saude.gov.br/dicas-em-saude/470-ansiedade>.

[22] PARKIN S. The YouTube stars heading for burnout: 'The most fun job imaginable became deeply bleak'. The Guardian. Online. 2018 [acesoo em 2020 Mai 2]. Disponível em: <https://www.theguardian.com/technology/2018/sep/08/youtube-stars-burnout-fun-bleak-stressed>.

[23] HONORATO L. Saúde mental é tema de guia desenvolvido por influenciadores digitais. O Estado de S. Paulo. Online. 2019 [acesso em 2020 Abr 20]. Disponível em: <https://emails.estadao.com.br/noticias/comportamento,saude-mental-e-tema-de-guia-desenvolvido-por-influenciadores-digitais,70003132738>.

[24] SECCHI K, CAMARGO BV.; BERTOLDO RB. Percepção da imagem corporal e representações sociais do corpo. *Psic.: Teor. e Pesq* pp.229-236, vol.25 [online]. 2009 [acesso em 2020 Mai 20]. Disponível em: http://www.scielo.br/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S0102-37722009000200011&lng=en&nrm=iso.

[25] SILVA AV. et al. A Influência do Instagram no cotidiano: Possíveis Impactos do Aplicativo em seus usuários. In: XXI Congresso de Ciências da Comunicação na Região Nordeste, 2019, São Luís - MA. IJ 5 - Comunicação Multimídia. São Luiz: Intercom – Sociedade Brasileira de Estudos Interdisciplinares da Comunicação, 2019. p. 1-14. [acesso em 2020 Abr 12]. Disponível em: <https://portalintercom.org.br/anais/nordeste2019/resumos/R67-0490-1.pdf>.

[26] Lira AGG Aline P, LAS, Alvarenga MS. Uso de redes sociais, influência da mídia e insatisfação com a imagem corporal de adolescentes brasileiras. *J. bras. psiquiatr.* [Internet]. 2017 Sep [acesso em 2020 Abr 22]; 66(3): 164-171. Disponível em: http://www.scielo.br/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S0047-20852017000300164&lng=en.

[27] CARON CF. A influência da moda na ditadura da beleza feminina. In: 2º Colóquio Nacional de Moda, Salvador - BA. 2006 [acesso em 2020 Abr 20] Anais. Disponível em: http://www.coloquiomoda.com.br/anais/anais/2-Coloquio-de-Moda_2006/artigos/27.pdf.

[28] SOUZA MBCA, HELAL DH., PAIVA KCM. Análise descritiva das dimensões do burnout: um estudo com jovens trabalhadores. *Cad. Bras. Ter. Ocup.* 817-827. [Internet]. 2019 Dec. [acesso em 2020 Abr 22]. Disponível em: http://www.scielo.br/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S2526-89102019000400817&lng=en.

[29] CARVALHO LOR, PORTO RDM, DE SOUSA MNA. Sofrimento psíquico, fatores precipitantes e dificuldades no enfrentamento da síndrome de Burnout em policiais militares. *Brazilian Journal of Health Review*, Curitiba, v. 3, n. 5, sep./oct. 2020.

ANEXOS

Anexo 1 - Quadro sinóptico das reportagens que compuseram a amostra do estudo

Reportagem	Ano de publicação	Avaliação qualitativa
“Foi a internet que fez tudo comigo”, revela Windersson Nunes sobre depressão	2019	O ator, dono de uma rede social com mais de 35 milhões de seguidores, revelou, no programa Altas Horas, que a internet, da mesma forma que lhe proporcionou muitas coisas boas, também foi responsável por lhe causar depressão. Ele afirma que os comentários depreciativos em suas redes o deixaram doente e afirma que precisou buscar ajuda profissional para lidar com esses problemas.
Bruna Unzueta chora ao falar sobre depressão no Instagram	2019	Bruna relatou sofrer com comentários, na sua rede social - Instagram - com mais de 1,5 milhões de seguidores, sobre seu corpo e o padrão estético imposto pela mídia. A influencer revelou que sofreu com depressão devido às diversas pressões sofridas tanto pelo público quanto pelo meio profissional para ter um corpo perfeito.
Youtuber campo-grandense, Carlos Santana desabafa sobre depressão e pensamentos suicidas	2019	O Youtuber revela já ter vivido uma experiência depressiva quando mais jovem e como esse sentimento voltou recentemente mais forte. Ele ainda revela que pensou em suicídio e que sua melhor ajuda foi conversar com alguém próximo e desabafar sobre seus problemas.
Justin Bieber faz desabafo sobre depressão, relações abusivas e uso de drogas	2019	O cantor fala como ter entrado para o mundo da fama tão o jovem o fez desenvolver problemas psicológicos, como a depressão. Ele revela como foi difícil ser um jovem de 13 anos que era aclamado por milhares de pessoas no mundo inteiro, com diversas responsabilidades de um adulto, ao mesmo tempo que se sentia incompleto e infeliz com tudo que havia conquistado. Justin revelou que todos esses sentimentos o levaram a abusar de drogas pesadas aos 19 anos e mudar totalmente seu comportamento para uma forma agressiva e depreciativa. Ao final da reportagem ele diz como é importante continuar acreditando e buscar ajuda para superar todos os obstáculos.
Influenciadora comete suicídio um dia após casar consigo mesma	2019	Alinne Araújo era uma influenciadora digital que sofria com transtorno depressivo há alguns anos. A influenciadora estava de casamento marcado quando, na véspera da festa, recebeu uma mensagem do noivo, pelo celular, dizendo que não se casaria mais com ela. Após contar o ocorrido nas suas redes sociais, Alinne anunciou que manteria a festa e se casaria com ela mesma para celebrar um momento de renascimento. No dia seguinte à festa a digital influencer cometeu suicídio devido às críticas recebidas pela internet e pela dor causada pelo fato de ser abandonada na véspera de seu casamento.
Saúde mental é tema de guia desenvolvido por influenciadores digitais	2019	Dez influenciadores digitais se juntaram para criar o coletivo “Como crescer” que dá dicas de como crescer como influenciador nas redes sem se esquecer da própria saúde mental. Essa iniciativa é importante porque, segundo um estudo da plataforma Criadores ID que conversou com mais

		de 300 Youtubers, 16.9% afirmam sofrer de ansiedade. Outros 4,3% enfrentam depressão e mais de 28% diz não fazer qualquer atividade física.
Setembro Amarelo: suicídio deixa de ser tabu entre Youtubers	2018	Depois de muito tempo sendo considerado um tema tabu, o suicídio se tornou pauta entre youtubers e influenciadores digitais. Principalmente no mês de setembro, vários vídeos foram produzidos por influenciadores diferentes para falar sobre depressão, suicídio e setembro amarelo.
Depressão entre influenciadores: precisamos falar sobre isso	2017	A criadora do canal “Eu teste!”, Stella Dauer, faz um paralelo entre Youtubers e empreendedores após ler a matéria “The psychological price of entrepreneurship”. Ela afirma que youtubers são todos empreendedores e passam pelos mesmos problemas de empresários como depressão, ansiedade e medo de errar. Além disso, relata a pressão que influenciadores sofrem para sempre estar no topo e as cobranças diárias por parte do público sobre o conteúdo apresentado: tanto qualidade quanto quantidade.
Instagram e saúde mental: como a rede pode ser tóxica para os usuários	2019	O Instagram é tratado como uma rede social com grande capacidade de gerar desconforto sobre a própria vida e corpo, principalmente porque as fotos postadas são utilizadas para comparação. Diversos especialistas alertam para o uso racional da plataforma e avisam que a rede social pode ser pior para os que já sofrem com ansiedade ou depressão. A matéria conta com relatos de pessoas que já desenvolveram doenças como ortorexia e depressão por causa da rede social e também alerta sobre o vício que ela pode desenvolver. Além disso, relata as modificações desenvolvidas como ocultar o número de likes e o uso da inteligência artificial para identificar comentários agressivos.
A padronização da imagem na era das redes sociais	2017	Com o processo de globalização e cada vez mais o uso de smartphones e aplicativos às digital influencers, que se traduzem como blogueiras, youtubers e instagramers, vem ditando um padrão de beleza onde as pessoas vem seguindo/desejando para si como por exemplo nariz modelado, boca preenchida, rosto harmônico, corpo e pele perfeitos. Por esse motivo aumentando cada vez mais a procura por profissionais afim de realizar procedimentos de cirurgia plástica fazendo com que atualmente o Brasil seja o segundo colocado mundialmente em números de cirurgias plásticas. Vale salientar que esse tipo de procedimento tem como principal rejuvenescimento/acentuação de traços/características preexistentes, assim fornecendo uma beleza natural, ou seja, cirurgia plástica não é a mesma coisa que Photoshop e a anatomia de cada pessoa tem que ser respeitada.
Um em cada cinco youtubers sofre de transtorno de ansiedade	2020	A Dia Estúdio, empresa que há cinco anos vem trabalhando com agenciamento de influenciadores e produção de conteúdo, fez um estudo onde 450 profissionais de internet responderam um questionário no qual haviam questões relativas desde prática de atividades físicas e orientação sexual, passando por vícios, restrições alimentares, doenças crônicas, valoração nas redes sociais e mesmo arrependimentos em relação a ações de publicidade que tenham feito. Os resultados mostram que 81% dos youtubers

		<p>brasileiros se sentem pressionados a pensar em novos conteúdos para manter seus índices de audiência e isso leva um em cada cinco deles a sofrer de modo patológico essa ansiedade, com o desenvolvimento de transtornos de ansiedade. Se comparado com os resultados obtidos em uma mesma pesquisa feita em 2017 tem-se um aumento de 3,3% no número de pessoas que sofrem de transtorno de ansiedade. Observa-se também um crescimento de 2,1% dos sintomas de depressão.</p>
<p>Ortorexia: entenda o transtorno alimentar que cresce na era digital</p>	<p>2019</p>	<p>A propagação da ideia de vida saudável via redes sociais, com toques de radicalismo, tem produzido resultados desastrosos para a saúde física e mental de cada vez mais gente. É nesse limite entre ser são e doente que se estabelece a ortorexia, um tipo de distúrbio alimentar definido como a obsessão por comer de maneira saudável.</p> <p>Na verdade, a ortorexia não é oficialmente classificada como um transtorno alimentar porque não possui critérios de diagnóstico estabelecidos pela Organização Mundial da Saúde (OMS) e pelo Manual Diagnóstico e Estatístico de Transtornos Mentais, da Associação Americana de Psiquiatria, como ocorre com anorexia e bulimia. É considerada uma desordem alimentar, às vezes enquadrada como comer transtornadamente ou transtorno alimentar não especificado, que incluem restrições severas, práticas purgativas (tomar laxante ou diurético) e outros métodos para perder peso.</p>
<p>Cresce o debate sobre saúde mental dos criadores de conteúdo</p>	<p>2019</p>	<p>Em abril, o Criadores iD publicou uma pesquisa realizada com 301 criadores de conteúdo do Brasil, onde 16,9% dizem sofrer com ansiedade e 4,3% alegam ter depressão, evidenciando que pode haver grande pressão emocional neste meio. Porém, muitos criadores de conteúdo ainda têm dificuldade em expor os pontos negativos da profissão.</p> <p>Recentemente, Ellora Haonne publicou em seu canal um vídeo comentando uma reportagem do portal norte-americano Polygon, que destaca os problemas enfrentados pelos principais criadores dos EUA.</p> <p>A matéria aponta dois principais motivos para o desenvolvimento de ansiedade, depressão e burnout entre os criadores de conteúdo.</p> <p>O primeiro está nas próprias interações na internet. Os fãs cobram dos criadores novos conteúdos para YouTube, além de atualizações no Instagram. Enquanto isso, os haters fazem críticas pesadas e ofensas pessoais aos criadores.</p> <p>Já o segundo é causado pelas mudanças de algoritmos do YouTube, que tornaram a monetização de vídeos mais difícil. Como precisam ter boas métricas de engajamento para conseguirem viver de seu conteúdo, muitos criadores passaram a produzir mais vídeos e trabalhar por horas.</p> <p>O mercado de criadores de conteúdo digital cresce a cada dia e já se tornou o emprego dos sonhos das novas gerações. Porém, ao mesmo tempo que se dedicam para o trabalho, é importante que todos os envolvidos neste meio atentem às questões envolvendo saúde mental.</p>
<p>Gabriela Pugliesi tem contratos suspensos</p>	<p>2020</p>	<p>A digital influencer, Gabriela Pugliesi, realizou uma festa em sua casa durante o período de quarentena. Gabriela foi uma</p>

após fazer festa durante quarentena		das primeiras pessoas a contraírem a COVID-19 no estado de São Paulo, e apesar disso reuniu amigos em sua casa para uma comemoração. A atitude gerou grande reação nas redes sociais e o rompimento do contrato de várias marcas com a influenciadora.
YouTube's top creators are burning out and breaking down en masse	2018	Os youtubers mais famosos, bem-sucedidos, relatam sofrer de problemas como burnout, ansiedade e depressão, principalmente, por serem constantemente cobrados tanto por seus seguidores quanto pela plataforma que impulsiona apenas os criadores que postam com maior frequência. Além disso, por retratarem sua vida pessoal, eles têm dificuldade em separar o horário de trabalho e o horário de descanso.
Gabriela Pugliesi e o marido desativam o Instagram após polêmica de festa na quarentena	2020	Oito marcas suspenderam o contrato com a influencer depois dela e o marido darem uma festa na casa deles em SP durante a quarentena. Devido às repercussões e críticas dos internautas, Pugliesi desativou sua conta no instagram.
Creators, precisamos falar sobre burnout [VIDEO] SÉRIE SAÚDE MENTAL & CRIATIVIDADE	2018	O vídeo fala sobre a constante cobrança sobre criadores de conteúdo que precisam estar sempre por dentro de todas as tendências, pensando em criar, e não consegue diferenciar os momentos de lazer dos de trabalho. Além disso, trata sobre o paralelo de ter mais alcance e mais comentários de ódio, na mesma proporção. Por fim, joga luz sobre o tema burnout, ansiedade e depressão demonstrando a importância do assunto ser discutido, principalmente entre esse segmento de trabalhadores.
Ansiedade, depressão e burnout: a realidade nada "cool" por trás da fama de youtubers	2020	Youtubers relatam como é difícil manter o sucesso na plataforma de vídeo. Da mesma que a ascensão é extremamente rápida, o algoritmo do youtube pode fazer com que o influencer perca milhares de visualizações também de forma bem rápida. Sendo assim, para manter a audiência e as visualizações, os produtores de conteúdos precisam trabalhar sem descanso, e o que antes era um trabalho "divertido", com o tempo se torna desgastante, fazendo com que muitos youtubers desenvolvam burnout.