
Síndrome de *Burnout* na *Creator Economy*: perspectivas do indivíduo na era pós-digital¹

João Henrique Viana de Sousa²
Caio Nunes Braz³
Maria Clotilde Perez Rodrigues⁴

RESUMO

Este trabalho busca compreender como a Síndrome de *Burnout* é amplificada na economia dos criadores de conteúdo na era pós-digital. Conhecida também como estafa e estresse ocupacional, a Síndrome de *Burnout* tornou-se mais evidente após a pandemia de Covid-19, devido às mudanças tecnológicas no trabalho e à precarização dos empregos para criadores de conteúdo e influenciadores. O estudo dialoga com questões contemporâneas como a “Pejotização” e a *Gig Economy*. A pesquisa inclui uma revisão bibliográfica e exploratória, complementada pela vivência pessoal de um dos autores como profissional autônomo da Comunicação.

PALAVRAS-CHAVE: *burnout*; *creator economy*; emprego na era pós digital; consumo e produção midiática.

INTRODUÇÃO

Na perspectiva de Han (2017a, p. 25), “cada época possui suas enfermidades características. A era bacteriológica terminou com os antibióticos e, graças à técnica imunológica, superamos a era viral. O início do século XXI é marcado por doenças neuronais como depressão, TDAH, TPL e Síndrome de Burnout, causadas pelo excesso de positividade, e não por algo imunologicamente diverso.”

Em seu livro “Sociedade do Cansaço” (2017a), Han tornou-se um sucesso mundial, especialmente entre a geração *millennial* (nascidos entre 1985 e 1994). Ele destaca uma época de hipereposição, individualismo e excessos de produtividade, trabalho, desempenho, velocidade e transparência. Han argumenta que vivemos uma pandemia neuronal, agravada pela Covid-19, que evidenciou a exaustão e a precarização da juventude devido ao excesso de tecnologias e à pressão para “ser ele mesmo”, vinculando felicidade e sucesso ao desempenho individual.

¹ Trabalho apresentado no GP Comunicação e Trabalho, XIX Encontro dos Grupos de Pesquisas em Comunicação, evento componente do 47º Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação.

² Mestre em Administração e Controladoria, Unifor, e-mail: joaohenrique@unifor.br

³ Especialista em Cultura Material e Consumo: Perspectivas Semiopsicanalíticas, USP, e-mail: brazcaio@gmail.com

⁴ Doutora em Comunicação e Semiótica, USP, e-mail: cloperez@terra.com.br

Este trabalho busca compreender como a Síndrome de *Burnout* impacta a *Creator Economy*, afetando a construção identitária na era pós-digital. A *Creator Economy* envolve influenciadores digitais que criam e monetizam conteúdos em plataformas digitais por meio de parcerias com empresas. Esse movimento foi intensificado pela pandemia e pela entrada da geração Z no mercado de trabalho, que prefere ser *creators* a trabalhar em empresas tradicionais.

Segundo a Exame (2024), a pandemia trouxe milhares de pessoas para a era digital na expectativa de monetizar suas paixões e viver de coisas que amam. A *Gen Z*, definida sociologicamente como a geração nascida entre a segunda metade dos anos 1990 e o início de 2010, entra no mercado de trabalho para se tornar *creators* e viver de seu conteúdo.

Para contextualizar essa oportunidade, a SignalFire (2024) estima que pelo menos 50 milhões de pessoas no mundo se consideram *creators* ou influenciadoras, com 9 milhões apenas no Instagram no Brasil. Empresas de capital de risco já investiram mais de US\$ 2 bilhões em 50 startups focadas em *creators*, com o New York Times destacando a *Creator Economy* como a próxima corrida do ouro dos investidores (Exame, 2024).

Diante do exposto, o trabalho busca compreender como a Síndrome de *Burnout* impacta a *Creator Economy* e afeta a construção identitária na era pós-digital. A escolha do tema foi motivada por vivências pessoais do autor, CaioBraz, criador de conteúdo há mais de 13 anos, enfrentando as transformações do mercado de comunicação e as dificuldades de se manter relevante em um mercado dominado por monopólios internacionais e excesso de informação.

Acredita-se que identificar concretamente o problema é crucial para entender suas causas e efeitos, servindo como referência para aqueles que vivenciam os mesmos sintomas de um mundo que transforma pessoas em produtos.

O objetivo geral deste trabalho é compreender como a Síndrome de *Burnout* impacta a *Creator Economy*, afetando a construção do indivíduo na era pós-digital. Especificamente, busca-se: i) analisar como a dinâmica produtiva contemporânea está relacionada com o mal-estar e que tipos de projetos sociais, políticos ou econômicos atende; ii) ressaltar 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 para influenciadores.

PROCEDIMENTOS METODOLÓGICOS

O trabalho inicia-se com uma pesquisa teórica multidisciplinar sobre a síndrome de Burnout, trabalho digital, *Creator Economy*, geração *millennial* e construção das identidades contemporâneas, dialogando com autores como Trigo, Teng, Hallak (2007), Dejours (1992), Carlotto, Câmara (2008), Bartholo (2016), Maslach, Leiter (2008), Jenkins (2008), Sibilía (2008) e Crary (2016). Essa articulação teórica resultou em um trabalho qualitativo que utilizou métodos de pesquisa diversos para atingir os objetivos geral e específicos.

Para compreender como a Síndrome de *Burnout* é ampliada na *Creator Economy* e afeta a construção do indivíduo na era pós-digital, foi realizada uma pesquisa bibliográfica a partir de referências teóricas publicadas em livros, artigos científicos e *websites*.

A pesquisa bibliográfica é essencial para conhecer o que já foi estudado sobre o assunto e, conforme Fonseca (2002, p. 32), “algumas pesquisas científicas baseiam-se unicamente na pesquisa bibliográfica para recolher informações ou conhecimentos prévios sobre o problema a ser investigado”.

Gil (2007, p. 44) afirma que “esse tipo de pesquisa é característico de investigações sobre ideologias ou análises de diversas posições acerca de um problema”. Assim, foram revisitados trabalhos de autores renomados sobre as questões exploradas, conforme indicado nas referências bibliográficas (Lima, 2008).

SÍNDROME DE *BURNOUT*: A SOCIEDADE DO CANSAÇO

O termo *Burnout*, derivado do inglês, significa “aquilo que deixou de funcionar por absoluta falta de energia” (Trigo *et al.*, 2007, p. 225). Inclui sintomas de esgotamento físico, mental e emocional, necessariamente ligados ao trabalho, diferenciando-se de depressão, estresse rotineiro e ansiedade.

Segundo Dejours (1992), o trabalho impacta diretamente o aparelho psíquico do homem, ignorando suas histórias pessoais, causando disfunções pessoais e organizacionais. Utilizado pela primeira vez em 1953, o termo foi definido por Freudenberger em 1974 (ABCMED, 2024; Bartholo, 2016). Os primeiros estudos sobre *Burnout* focaram profissionais de saúde e educação (Carlotto; Câmara, 2008).

Na década de 1980, a investigação sobre *Burnout* intensificou-se nos EUA e expandiu-se globalmente, identificando fatores como altas expectativas e dificuldades com frustrações como desencadeadores. No século XXI, *Burnout* tornou-se associado à geração

millennial, afetada pela constante presença da tecnologia digital (Han, 2017a). Seus sintomas se manifestam em pessoas sem psicopatologias anteriores, influenciados por fatores situacionais e sociais específicos (Maslach; Leiter, 2008).

A pandemia de Covid-19 aumentou significativamente os casos de depressão (FIOCRUZ, 2024). Inicialmente, Maslach (1976) acreditava que o *Burnout* afetava apenas profissionais assistenciais, mas pesquisas mostraram que pode afetar qualquer profissão (Maslach; Leiter, 2008). Han (2017a) descreve o sujeito pós-moderno como aquele voltado para o desempenho, buscando sucesso e resultados como confirmação do ego, levando a uma depressão de sucesso (Han, 2017b).

A sociedade do desempenho, dominada pelo verbo “poder”, substitui a sociedade da disciplina, que profere proibições, misturando exploração e liberdade (Han, 2017b).

Burnout, depressão e sentimento de esvaziamento são frequentes na sociedade e entre membros da *Creator Economy*, que vivem na hiperexposição e na carga produtiva mental estafante.

POR QUE A CREATOR ECONOMY PADECE DE BURNOUT?

A *Creator Economy* é uma indústria focada na produção de conteúdo digital e narrativas em tempo real, criadas por indivíduos anônimos ou conhecidos. Esse ecossistema envolve criadores de conteúdo, curadores e plataformas de distribuição como YouTube, Instagram e TikTok (Clube da Influência, 2024).

O surgimento do iPhone em 2007, com tecnologia avançada e câmeras de alta qualidade, revolucionou a produção de conteúdo digital, estabelecendo o smartphone como central na vida das pessoas e nas comunicações (Jenkins, 2008). A fotografia mobile tornou-se essencial na *Creator Economy*, impulsionada pela popularização dos smartphones (Bortone, 2017; Psafe, 2024).

A massificação da imagem digital e o uso das redes sociais para exibição e autopromoção criaram uma cultura de exibicionismo e ansiedade, com a palavra *selfie* sendo eleita a palavra do ano pelo Oxford Dictionary em 2013 devido ao seu uso massivo (Sibilia, 2008; Han, 2017c).

A presença constante dos smartphones e a imaterialidade das imagens digitais impactam profundamente a psique humana, criando uma sensação de perda constante e a necessidade de validação (Sibilia, 2008). A *Web 2.0* e as redes sociais transformaram o

eixo de produção de conteúdo, tornando os consumidores coautores de suas narrativas digitais (Musso, 2006; Zenha, 2018).

Plataformas como Instagram, Facebook e TikTok permitiram ao público gerar e compartilhar conteúdos, criando uma profissão e meio de vida centrados na criatividade pessoal e na busca constante pela diferença (Canaltech, 2024). No entanto, a exposição constante pode levar ao esgotamento.

O conteúdo digital, muitas vezes efêmero e substituível, exige produção constante e de alta qualidade, gerando frustração quando os resultados não são alcançados (Crary, 2016). A arquitetura das plataformas, como o algoritmo do Instagram, limita a visibilidade dos posts, aumentando a pressão sobre os criadores para manterem a relevância e o engajamento.

A busca incessante por validação e exposição nas redes sociais, combinada com a cultura do desempenho, pode resultar em esgotamento e dificuldades para equilibrar a vida pessoal e profissional. Segundo Han (2017a), a auto exploração é mais eficiente que a exploração alheia, pois caminha de mãos dadas com o sentimento de liberdade. Os criadores de conteúdo se encontram em uma roda-viva, viciados em atenção e presos a uma relação pernóstica com os gadgets e as redes sociais (El País, 2024). A *Creator Economy*, embora ofereça oportunidades financeiras e de carreira, também impõe desafios significativos à saúde mental e ao bem-estar dos indivíduos.

DESEMPREGO SISTÊMICO E A GERAÇÃO NEM-NEM

Os jovens brasileiros enfrentam um desemprego sistêmico agravado pela pandemia de Covid-19, com perspectivas de empregos dignos cada vez mais distantes. Em maio de 2021, a taxa de desemprego atingiu 14,6%, com jovens de 18 a 24 anos sendo os mais afetados, apresentando uma taxa de 29,5% (G1, 2024)⁵.

O número de trabalhadores informais cresceu quase 5 milhões em um ano, somando 35,6 milhões de pessoas, representando 40,6% da força de trabalho (G1, 2024)⁶. Cerca de 23% da população entre 15 e 29 anos, ou mais de 11 milhões de jovens, não estudam nem

⁵ G1. **Desemprego recua para 14,1% no 2º trimestre, mas ainda atinge 14,4 milhões, aponta IBGE.** Disponível em: <<https://g1.globo.com/economia/noticia/2021/08/31/desemprego-fica-em-141percent-no-2o-trimestre-diz-ibge.ghtml>> Acesso em: 19 jun. 2024.

⁶ G1. **Trabalho por conta própria atinge recorde de 24,8 milhões de pessoas.** Disponível em: <<https://g1.globo.com/economia/noticia/2021/08/31/trabalho-por-conta-propria-atinge-recorde-de-248-milhoes-de-pessoas.ghtml>> Acesso em: 19 jun. 2024.

trabalham, sendo conhecidos como Geração Nem-Nem (Agência Senado, 2024)⁷. Esse fenômeno chama a atenção de pesquisadores e formuladores de políticas públicas (Camarano *et al.*, 2006; Costa; Ulyseia, 2014). O deputado Professor Israel (PV) sugere que esses jovens deveriam ser classificados como “Sem-Sem” devido à falta de oportunidades e acesso à educação gratuita e de qualidade (Agência Senado, 2021).

As políticas públicas para educação sofreram cortes significativos desde 2021, com o orçamento das universidades federais reduzido em pelo menos R\$ 1 bilhão, afetando todas as 69 instituições (CNN Brasil, 2024). Antes da pandemia, programas importantes como o Ciência Sem Fronteiras já enfrentavam descontinuidade. Diante desse cenário, muitos jovens recorrem a subempregos em aplicativos como iFood, Rappi e Uber.

FREELANCERS E PEJOTIZAÇÃO NA GIG ECONOMY

A *Gig Economy*, ou *Freelance Economy*, refere-se a um mercado de trabalho com trabalhadores temporários e sem vínculo empregatício, contratados por empresas para serviços pontuais, sem regras sobre horas trabalhadas (Projeto Draft, 2024). Tornou-se uma tendência global na era digital, impulsionada por empresas como Uber e Amazon. Na *Gig Economy*, os contratos são independentes, sem benefícios ou direitos trabalhistas, e terminam com o fim do projeto (Projeto Draft, 2024).

Entregadores ciclistas por aplicativo, conhecidos como *bikeboys*, são comuns nas cidades brasileiras, exemplificando a uberização, caracterizada pela falta de direitos e garantias, com os trabalhadores arcando com os riscos e custos (Abílio, 2020). O trabalhador uberizado é visto como “chefe de si mesmo”, assumindo responsabilidades de gestão e controle de seu trabalho (Abílio, 2020). Ele é remunerado apenas pelo tempo em que realmente produz, com uma jornada de trabalho inconstante e variável (Oliveira, 2000; Abílio, 2014; 2017; 2020a; De Stefano, 2016).

A *Gig Economy* afeta não apenas entregadores e motoristas, mas também profissionais da economia criativa. A cultura do freelancer desestabiliza a vida financeira da geração *millennial*, que enfrenta incertezas e longas horas de trabalho. Além disso, incentiva o uso de redes sociais para marketing pessoal, aumentando a carga de trabalho e o risco de Síndrome de Burnout. Simultaneamente, a *Creator Economy* surge como uma nova possibilidade de carreira, onde indivíduos promovem sua imagem e rotina em troca de

⁷ AGÊNCIA SENADO. **Geração nem-nem já soma 11 milhões de jovens no Brasil.** Disponível em: <<https://www12.senado.leg.br/noticias/especiais/especial-cidadania/geracao-nem-nem-ja-soma-11-milhoes-de-jovens/geracao-nem-nem-ja-soma-11-milhoes-de-jovens>> Acesso em: 19 jun. 2024.

exposição e engajamento, transformando pessoas em produtos e atraindo marcas de diversos nichos.

O EU PRODUTO: EMPREENDEDORISMO, MARKETING PESSOAL E INFLUÊNCIA DIGITAL

A sociedade contemporânea, marcada pela importância das redes sociais, está imersa em um narcisismo adocicado. Segundo Freud (1914), o narcisismo protege o aparelho psíquico e integra a imagem corporal, levando o sujeito a investir libido no próprio corpo e descobrir sua identidade.

Nas redes sociais, os indivíduos constroem sua subjetividade através da exposição constante, transformando desejos em imagens e buscando reconhecimento superficial, como observado por Kallas (2016). Isso cria uma existência dividida, onde o indivíduo busca satisfazer a si mesmo e aos objetos ao seu redor para obter satisfação em troca (Freud, 1914).

O narcisismo tornou-se *status quo* nas redes sociais, capitalizável por meio da autopromoção. Fotos pessoais e narrativas personificadas atraem mais atenção do que conteúdos corporativos. A necessidade de exposição e validação constante cria problemas psicossociais para os membros da *Creator Economy*, levando ao esgotamento (Han, 2017c). Han argumenta que na sociedade expositiva, tudo se transforma em mercadoria e perde valor na superiluminação, gerando hipervisibilidade e auto exploração.

A busca por validação nas redes sociais provoca um ciclo vicioso de autopromoção, afetando a saúde mental. Tolentino (2020) compara essa necessidade de validação a uma distorção da realidade, onde a experiência genuína é substituída pela necessidade de comunicar essa experiência. Han (2017c) e Crary (2016) afirmam que o capitalismo acentua a exposição constante, transformando o indivíduo em uma mercadoria. A *Creator Economy* impõe a criação de uma marca pessoal e a participação em discussões virais para manter relevância, o que impede o descanso e a regeneração, essenciais para a saúde mental.

As redes sociais criam um panóptico digital, onde todos são vigilantes e vigiados, promovendo conformidade e linchamentos digitais (Han, 2017c). Esse ambiente homogeneiza as relações sociais, reforçando a vigilância mútua e a pressão para a transparência. Costa e Noyama (2018) destacam que a lógica da transparência substitui a

sedução, caracterizando o cidadão contemporâneo tanto na esfera desejante quanto na atuação política.

CONSIDERAÇÕES FINAIS

Este trabalho explora a Síndrome de *Burnout* como uma enfermidade do capitalismo tecno neoliberal digital, agravada pela hiper conectividade e aceleração dos tempos atuais. A identidade pessoal está intimamente ligada ao trabalho, especialmente na *Creator Economy*, que atrai muitos brasileiros pelo status elevado e remuneração atrativa, em contraste com o desemprego sistêmico e a falta de direitos trabalhistas na *Freelance Economy*, resultando em sérios desafios psicológicos para os jovens.

Discutimos as problemáticas psicossociais que afetam os membros da *Creator Economy*, como a polarização digital, a cultura do cancelamento e a necessidade de se transformar em ferramentas de marketing pessoal. A pressão para manter uma imagem impecável em um ambiente digital volátil pode levar à Síndrome de Burnout, especialmente em um país onde a cultura do ódio é incentivada pelo próprio Poder Executivo. O estudo visa compreender como a Síndrome de *Burnout* impacta a *Creator Economy* e afeta a construção identitária na era pós-digital.

Concluimos que fatores como alta competitividade, políticas distributivas nebulosas das plataformas, regras morais contemporâneas, instabilidade política global, dependência do capitalismo publicitário, autoimagem narcisista, desemprego sistêmico e precarização do trabalho colaboram para a disseminação do *Burnout* e a deterioração da saúde mental dos jovens brasileiros nesse segmento.

Os objetivos da pesquisa foram alcançados ao analisar a dinâmica produtiva e as questões contemporâneas relacionadas ao mal-estar, ressaltando a velocidade das relações regidas por smartphones e globalização, e identificando os efeitos da cultura do cancelamento no cotidiano dos influenciadores. Este tema é crucial na contemporaneidade, destacando a importância das redes sociais na economia global. Espero que este trabalho, com suas limitações metodológicas, incentive um aprofundamento no tema, refletindo as experiências autobiográficas de um criador de conteúdo profissional pioneiro.

REFERÊNCIAS

ABCMED. **O que saber sobre a Síndrome de Burnout?** Disponível em:
<<http://www.abc.med.br/p/psicologia..47.psiquiatria/556277/o-que-saber-sobre-a-sindrome->

deburnout.htm>. Acesso em 14 out. 2021.

ABÍLIO, L. C. **Sem maquiagem**: o trabalho de um milhão de revendedoras de cosméticos. São Paulo: Boitempo, 2014.

ABÍLIO, L. C. Uberização e juventude periférica: desigualdades, autogerenciamento e novas formas de controle do trabalho. **Novos estudos CEBRAP [online]**. 2020, v. 39, n. 3, pp. 579-597.

ABÍLIO, L. C. Uberização: A era do trabalhador just-in-time? **Revista de Estudos Avançados**, v. 34, n. 98, 2020a, pp. 111-26.

ABÍLIO, L. C. Uberização: subsunção real da viração. passapalavra/ Blog da Boitempo, fev. 2017. Disponível em:
<<https://blogdaboitempo.com.br/2017/02/22/uberizacao-do-trabalho-subsuncao-real-da-viracao>>. Acesso em 14 jun. 2024.

AGÊNCIA SENADO. **Especial Cidadania - Geração nem-nem já soma 11 milhões de jovens**. Disponível em: <<https://www12.senado.leg.br/jovemsenador/home/noticias-1/externas/2018/10/geracao-nem-nem-ja-soma-11-milhoes-de-jovens>> Acesso em: 19 jun. 2024.

AGÊNCIA SENADO. **Geração nem-nem já soma 11 milhões de jovens no Brasil**. Disponível em: <<https://www12.senado.leg.br/noticias/especiais/especial-cidadania/geracao-nem-nem-ja-soma-11-milhoes-de-jovens/geracao-nem-nem-ja-soma-11-milhoes-de-jovens>> Acesso em: 19 jun. 2024.

BARTHOLO, W. R. Estresse pós-traumático. **Revista de Psicologia, Saúde Mental e Segurança Pública**, Minas Gerais, v. 1, n. 4, 2007.

BORTONE, M. G. R. **Da fotografia à mobgrafia**: um recorte sobre como as novas mídias transformaram o modo de produção, compartilhamento e consumo de cultura. Trabalho de conclusão de curso apresentado como requisito parcial para obtenção do título de Especialista em Mídia, Informação e Cultura, do Centro de Estudos Latino-Americanos de Cultura e Comunicação (CELACC) da Universidade de São Paulo (USP). São Paulo, 2017.

CAMARANO, A. A.; KANSO, S.; MELLO, J. L.; ANDRADE, A. Estão fazendo a transição os jovens que não estudam, não trabalham e não procuram trabalho? In: Ana Amélia Camarano. (Org.). **Transição para a vida adulta ou vida adulta em transição?** 1ed. Rio de Janeiro: IPEA, 2006, v. 1, p. 259-290.

CANALTECH. **Nomofobia**: vício em dispositivos móveis pode levar à depressão. Disponível em: <<https://canaltech.com.br/saude/nomofobia-vicio-em-dispositivos-moveis-pode-levar-a-depressao-135043/>>. Acesso em 15 jun. 2024.

CARLOTTO, M. S.; CÂMARA, S. G. Análise da produção científica sobre a Síndrome de *Burnout* no Brasil. **Revista PSICO**, v.39, n.2, p. 152-158, abr/jun. Porto Alegre, 2008.

CLUBE DA INFLUÊNCIA. **Creator economy: saiba tudo sobre a economia dos criadores.** Disponível em: <<https://clubedainfluencia.com.br/blog/creator-economy-saiba-tudo-sobre-a-economia-dos-criadores>>. Acesso em 15 jun. 2024.

CNN BRASIL. **Universidades Federais terão corte de pelo menos R\$ 1 bilhão no orçamento.** Disponível em: <<https://www.cnnbrasil.com.br/nacional/universidades-federais-terao-corte-de-pelo-menos-r-1-bilhao-no-orcamento/>>. Acesso em 20 jun. 2024.

COSTA, J. S. M.; ULYSSEA, G. O fenômeno dos jovens nem-nem. In: Corseuil, C. H. e Botelho, R. U. (Orgs.). **Desafios à trajetória profissional dos jovens brasileiros.** 1ed. Rio de Janeiro: Ipea, 2014, v. 1, p. 115-140.

COSTA, P. B.; NOYAMA, S. Sociedade da transparência de Byung-Chul Han: a pornografia enquanto conceito filosófico. **Revista Ensino & Pesquisa**, União da Vitória, v.16, n.2, supl., 148-152, abr./jun, 2018.

CRARY, J. **24/7: capitalismo tardio e os fins do sono.** São Paulo: Ubu editora, 2016.

DE STEFANO, V. “The Rise of the ‘Just-in-Time Workforce’: On-Demand Work, Crowdwork and Labour Protection in the “Gig-Economy””. **Conditions of Work and Employment Series**, n. 71, Genebra: oit, 2016.

DEJOURS, C. **A loucura do trabalho.** Cortez-Oboré, São Paulo, 1992.

EL PAÍS. **Nós somos o ‘Big Brother’:** o que Byung-Chul Han escreve sobre as redes sociais. Disponível em: <https://brasil.elpais.com/brasil/2018/02/09/cultura/1518186464_156425.html> Acesso em: 15 jun. 2024.

EXAME. **Bia Granja: Já ouviu falar em Creator Economy? Você precisa entrar nessa.** Disponível em: <<https://exame.com/bussola/bia-granja-ja-ouviu-falar-em-creator-economy-voce-precisa-entrar-nessa/>> Acesso em: 14 out. 2021.

FIOCRUZ. **Depressão, ansiedade e estresse aumentam durante a pandemia.** Disponível em: <<https://www.fiocruzbrasil.fiocruz.br/depressao-ansiedade-e-estresse-aumentam-durante-a-pandemia/>> Acesso em: 15 jun. 2024.

FREUD, S. **Obras psicológicas completas de Sigmund Freud:** edição standard brasileira. Um caso de histeria, três ensaios sobre sexualidade e outros trabalhos. Vol. VII. Rio de Janeiro: Imago, 1914 (1916).

G1. **Desemprego recua para 14,1% no 2º trimestre, mas ainda atinge 14,4 milhões, aponta IBGE.** Disponível em: <<https://g1.globo.com/economia/noticia/2021/08/31/desemprego-fica-em-141percent-no-2o-trimestre-diz-ibge.ghtml>> Acesso em: 19 jun. 2024.

G1. **Trabalho por conta própria atinge recorde de 24,8 milhões de pessoas.** Disponível em: <<https://g1.globo.com/economia/noticia/2021/08/31/trabalho-por-counta-propria-atinge-recorde-de-248-milhoes-de-pessoas.ghtml>> Acesso em: 19 jun. 2024.

-
- HAN, B. C. **Sociedade do cansaço**. 2. ed. Editora Vozes: Petrópolis, 2017a.
- HAN, B. C. **Agonia de Eros**. Editora Vozes: Petrópolis, 2017b.
- HAN, B. C. **Sociedade da transparência**. Editora Vozes: Petrópolis, 2017c.
- JENKINS, H. **Cultura da convergência**. São Paulo: Aleph, 2008.
- KALLAS, M. B. L. M. O sujeito contemporâneo, o mundo virtual e a psicanálise. **Reverso**, Belo Horizonte, 38 (71), 55-64, 2016.
- MASLACH, C. Burn-Out: the loss of human caring. **Human Behavior**, v. 5, p.16-22, 1976.
- MASLACH, C.; LEITER, M. P. Early predictors of job burnout and engagement. **Journal of Applied Psychology**, n.93, p.498-512, 2008.
- MUSSO, P. Ciberespaço, figura reticular da utopia tecnológica. In: MORAES, D. **Sociedade midiaticizada**. Rio de Janeiro: Mauad, 2006.
- OLIVEIRA, F. Passagem na neblina. In: STEDILE, J. P.; GENOÍNO, J. (orgs.) **Classes sociais em mudança e a luta pelo socialismo**. São Paulo: Fundação Perseu Abramo, 2000.
- PROJETO DRAFT. **Verbete Draft: o que é gig economy?** Disponível em: <<https://www.projetedraft.com/verbete-draft-o-que-e-gig-economy/>>. Acesso em 20 jun. 2024.
- PSAFE. **A evolução da câmera dos smartphones**. Disponível em: <<https://www.psafe.com/blog/a-evolucao-da-camera-smartphones/>>. Acesso em 20 jun. 2024.
- SIBILIA, P. **O show do eu: a intimidade como espetáculo**. Rio de Janeiro: Nova Fronteira, 2008.
- SIGNALFIRE. **SignalFire's creator economy market map**. Disponível em: <<https://signalfire.com/blog/creator-economy/>> Acesso em 19 jun. 2024.
- TOLENTINO, J. **Falso espelho: reflexões sobre a autoilusão**. São Paulo: Editora Todavia, 2020.
- TRIGO, T. R.; TENG, C. T.; HALLAK, J. E. C. Síndrome de Burnout ou estafa profissional e os transtornos psiquiátricos. **Revista Psiquiatria Clínica** 34 v (5) 223-233, 2007. v. 34, n. 98, 2020a, pp. 111-26.
- ZENHA, L. Redes sociais online: o que são as redes sociais e como se organizam? In: **Caderno de Educação**, ano 20 - n. 49, v.1, p. 19-42, 2018.