

## **Mais um trabalho sobre Influenciadores? Uma revisão bibliográfica das produções sobre influência digital nos Anais do Intercom<sup>1</sup>**

Maria Larissa Dennyfher de Moura Cabral<sup>2</sup>  
Janaine Sibelle Freire Aires<sup>3</sup>  
Universidade Federal do Rio Grande do Norte (UFRN)

### **RESUMO**

Este estudo tem como questão de pesquisa: como se apresenta a produção brasileira sobre influência digital? Nos propomos a iniciar esta investigação através dos trabalhos publicados nos anais das últimas três edições do Intercom Nacional (2021-2023). Foram localizados 30 trabalhos com a temática, classificados conforme o ano, o GP apresentado e a abordagem adotada. Concluímos que a maioria dos trabalhos se concentram em estudos de caso (05), e que há a necessidade de buscar outras ramificações essenciais para discussão, tais como a regulação da profissão, as condições de trabalho e a exploração desses trabalhadores.

**PALAVRAS-CHAVE:** Influenciadores digitais; Comunicação; Estudos da mídia; Revisão bibliográfica; Trabalho.

### **INTRODUÇÃO**

Nas pesquisas mais recentes no campo da comunicação, como podemos observar no repositório de dissertações e teses da Capes, muito já se falou sobre os influenciadores digitais sob a perspectiva de suas audiências como celebridades da internet, das noções de trabalho digital do influenciador, e também da ecologia da informação, sendo o influenciador um porta voz a desempenhar um importante papel em ampliar e desviar a atenção da sua audiência para pautas socialmente relevantes.

Porém, assim como as atualizações das plataformas e conseqüentemente da dinâmica de trabalho desses trabalhadores é constante, também há muitas outras ramificações investigativas essenciais para discussão da temática, como as sugestões

---

<sup>1</sup> Trabalho apresentado no Grupo de Trabalho Comunicação Cultura e Internet, evento integrante da programação do 24º Congresso de Ciências da Comunicação na Região Nordeste, realizado de 8 a 10 de maio de 2024.

<sup>2</sup> Doutoranda do Programa de Pós-graduação em Estudos da Mídia da Universidade Federal do Rio Grande do Norte (UFRN). email: [demouralarissa@gmail.com](mailto:demouralarissa@gmail.com)

<sup>3</sup> Doutora e professora do Programa de Pós-graduação em Estudos da Mídia da Universidade Federal do Rio Grande do Norte (UFRN). email: [janaine.aires@ufrn.br](mailto:janaine.aires@ufrn.br)

apontadas por Karhawi e Prazeres (2022, p.06): a regulação da profissão de influenciadores como trabalhadores de plataformas; o olhar para as condições de trabalho desses profissionais; o perfil dos influenciadores no Brasil e os marcadores sociais que atravessam as questões de saúde mental desses trabalhadores.

Frente a essas constantes transformações, pesquisadores têm a importante missão de tentar nomear, expor e problematizar as lógicas por trás das grandes corporações, que se tornaram atores-rede fortemente entrelaçados nas dinâmicas políticas, nas engrenagens econômicas e nas atividades cotidianas da contemporaneidade, levantando questionamentos políticos e éticos. Para tanto, diferentes abordagens, conceitos e métodos vêm sendo desenvolvidos ou adaptados para melhor compreendermos objetos empíricos instáveis e opacos como o *Facebook*, a *Uber* ou o *WhatsApp* (D'Andrea, 2020, p.13).

Estudar sobre o mundo do trabalho é de extrema relevância para compreender a vida social. Sendo o trabalho ligado a diversos vínculos de sociabilidade, se ele está em crise, as pessoas também estarão Moura (apud Fígaro, 2013). Cada novo tempo que vivemos é definido não somente pelo surgimento de novos perfis profissionais, mas também por novas dinâmicas de trabalho. São encontros entre sujeito-sociedade-tecnologia que definem as necessidades e possibilidades de um tempo, especialmente aquelas ligadas ao mundo do trabalho e a emergência de novas profissões (Karhawi, 2020, pp.64-65).

Neste cenário, os campos da comunicação, do trabalho e das tecnologias tornam-se cada vez mais justapostos, constituídos por territórios físicos e simbólicos. Assim, torna-se essencial discutir questões como autonomia, como regulação da profissão, bem como seus impactos na saúde mental desses trabalhadores, cuja promessa de dinheiro fácil ligada a essa atividade ganha um território fértil em um contexto de vulnerabilidade social como o do Brasil, atraindo cada vez mais pessoas.

Tudo isso nos move a levantar diversos questionamentos como, por exemplo, o futuro do trabalho e dos direitos trabalhistas, das relações sociais entre produtores, consumidores e plataformas, a aceleração social do tempo, a reverência ao desempenho e a saúde mental dos influenciadores.

## PERCURSO METODOLÓGICO

Optamos por fazer uma revisão bibliográfica, que consiste no exame da literatura científica para levantamento e análise do que já se produziu sobre o tema escolhido, em nosso caso, os influenciadores digitais. E envolve as atividades básicas de identificação, compilação, fichamento, análise e interpretação.

Conforme Gil (2008) a vantagem da pesquisa bibliográfica reside no fato de permitir ao investigador a cobertura de uma gama de fenômenos muito mais ampla do que aquela que poderia pesquisar diretamente

A coleta de dados foi realizada em março de 2024, considerando os artigos publicados nos anais das últimas três edições do Intercom Nacional. Assim, tivemos como recorte temporal os anos de 2021, 2022 e 2023, a fim de compor uma amostragem inicial sobre a produção brasileira no campo da comunicação acerca dos influenciadores digitais.

A busca foi feita manualmente nos 33 Grupos de Pesquisa do congresso com as palavras-chave “influenciadores” e “*influencers*”. A identificação das categorias foi realizada por meio de análise de texto de título, resumo e palavras-chave, que foram as unidades de análise consideradas. E em seguida, houve a categorização desses trabalhos por edição do evento, do grupo de pesquisa apresentado e da temática abordada.

## CONSIDERAÇÕES FINAIS

Quanto à produção de artigos na edição nacional do Intercom, que tenham como temática os Influenciadores Digitais, é possível afirmar que a produção de trabalhos científicos aumentou consideravelmente no último ano, saltando de seis artigos (2021 e 2022) para 18 (2023). E ainda uma diversificação maior dos temas e Grupos de Pesquisa no qual foram apresentados: 04 GTs em 2021, 03 em 2022, e 07 em 2023, sendo o GT Tecnologias e Culturas Digitais o de maior representação.

Quanto às temáticas encontradas, ressaltamos três mais representativas: estudos de caso (05), que tratam sobre ética profissional, construção da influência, intimidade e comunicação de massa. Em seguida, discussões raciais (03), com a representatividade dos influenciadores negros em campanhas publicitárias. E corpo e gênero (03), que

tratam sobre a exploração das marcas sobre corpos ditos “gordos” sob um discurso de representatividade, e a ressignificação de esteriótipos.

Na sequência, aparecem influenciadores indígenas (02), infância e exposição (02) e influenciadores na área da saúde (02). Também outros temas foram encontrados, tais como: jogos digitais, ecologia da mídia, *marketing* de influência, influência e LGBTQIAP+, análise de conteúdo, análise do discurso, influência e telejornalismo, influência e religião, influenciador interno, padrão estético, profissionais influencers, multiterritorialidades e golpes *on-line*, totalizando 30 trabalhos nos últimos três anos do congresso.

Intercom Nacional 2021	06 artigos	Corpo e gênero (02), jogos digitais (01), discussões raciais (01), ecologia da mídia (01), marketing de influência (01)
Intercom Nacional 2022	06 artigos	Análise de conteúdo (01), análise do discurso (01), estudo de caso (01), influência e LGBTQIAP+ (01), influência e telejornalismo (01), influência e religião (01).
Intercom Nacional 2023	18 artigos	Estudos de caso (04), discussões raciais (02), influenciador digital indígena (02), influenciadores na área da saúde (02), infância e exposição (02). influenciador interno (01), corpo e gênero (01) padrão estético (01), profissionais influenciadores (01), multiterritorialidades (01), golpes <i>on-line</i> (01).

Fonte: Elaboração própria.

Concluimos que há a necessidade de buscar outras ramificações que possam ampliar a discussão sobre o tema, e que faz-se necessária ampliar a revisão bibliográfica

para outros eventos importantes da comunicação em nosso país, assim como os bancos de teses e dissertações, para chegarmos a outras questões de pesquisa. E esperamos que a produção científica sobre o tema desperte também o interesse e o senso crítico da comunidade a respeito do tema.

## REFERÊNCIAS

D'ANDRÉA, Carlos. **Pesquisando plataformas online: conceitos e métodos**. Salvador: EDUFBA, 2020.

FIGARO, Roseli; NONATO, Cláudia; GROHMANN, Rafael. **As mudanças no mundo do trabalho do jornalista**. São Paulo: Atlas, 2013.

GIL, Antonio Carlos. **Como elaborar projetos de pesquisa**. 5. ed. São Paulo: Atlas, 2008.

KARHAWI, Issaaf. PRAZERES, Michelle. **Exaustão algorítmica: influenciadores digitais, trabalho de plataforma e saúde mental**. Revista Eletrônica de Comunicação, Informação & Inovação em Saúde, Rio de Janeiro, v. 16, n. 4, p. 800-819, out.-dez. 2022. Disponível em: <https://www.reciis.icict.fiocruz.br/index.php/reciis/article/view/3378/2552> (Acesso em 28 de mar de 2024)

SIBILIA, Paula. **O show do eu: a intimidade como espetáculo**. 2. ed. Rio de Janeiro, Contraponto, 2016.

LIMA, Marília Abreu de; COSTA, Rafael Rodrigues da. **Influenciadores digitais como trabalhadores de plataformas: o caso @diegojovinooficial e @fortalezaordinaria**. In: CONGRESSO BRASILEIRO DE CIÊNCIAS DA COMUNICAÇÃO, 43., online, 1 a 10 out. 2020. Anais [...]. São Paulo: Intercom, 2020. Disponível em: <<https://www.portalintercom.org.br/anais/nacional2020/resumos/R15-1659-1.pdf>> . Acesso em: 28/03/24.

SANTOS, Clara Cruz. **Profissões e identidades profissionais**. Coimbra: Imprensa da Universidade de Coimbra, 2011. Disponível em: <[https://www.academia.edu/1920046/Profiss%C3%B5es\\_e\\_Identidades\\_Profissionais](https://www.academia.edu/1920046/Profiss%C3%B5es_e_Identidades_Profissionais)> . Acesso em: 22/09/23

ZUBOFF, Shoshana. **The Age of Surveillance Capitalism: the fight for a human future at the new frontier of power**. Nova York: Public Affairs, 2019