

Educação Digital como Chancela de Credibilidade: um estudo de caso do curso Creator Booster da Youpix¹

Letícia dos S. Mourão²

Anna Karollina Oliveira Silva³

Universidade Federal de Pernambuco – UFPE

RESUMO

Este artigo discute como a educação digital pode conferir credibilidade aos empreendedores de si na *creator economy*, além de legitimar a emergência dos criadores de conteúdo no mercado digital. Para isso, realiza-se uma análise de conteúdo exploratória dos comentários sobre o curso Creator Booster, oferecido gratuitamente na plataforma Hotmart. Desenvolvido pela Youpix, com patrocínio do banco Itaú e coprodução do Magazine Luiza e da própria Hotmart, o curso busca ampliar o conhecimento de aspirantes a produtores de conteúdo, promovendo acessibilidade por meio da educação digital.

PALAVRAS-CHAVE: influência digital; *creator economy*; credibilidade; empreendedorismo de si; Youpix.

INTRODUÇÃO

As representações e construções identitárias tornaram-se centrais para a interação em redes virtuais, como esclarece Recuero ao afirmar que esses ambientes servem como “espaços de interação, lugares de fala, construídos pelos atores de forma a expressar elementos de sua personalidade ou individualidade” (Recuero, 2009, p. 24-25). Dentro desse contexto, a educação digital emerge como um poderoso mecanismo para legitimar os empreendedores de si na *creator economy*, ou economia do criador de conteúdo/economia do influenciador (Pinheiro; Rocha; Santos, 2023), ao oferecer ferramentas e conhecimentos que conferem credibilidade e profissionalismo a aspirantes a produtores de conteúdo digital.

Segundo pesquisa realizada pela agência de marketing YouPix em parceria com a Nielsen, mesmo com o crescente destaque e impulsionamento da *creator economy*, ainda

¹ Trabalho apresentado no GTNE09 – Comunicação, Tecnologia e Sociedade, evento integrante da programação do 25º Congresso de Ciências da Comunicação na Região Nordeste, realizado de 26 a 28 de junho de 2025.

² Doutoranda em Comunicação pela UFPE, e-mail: leticia.mourao@ufpe.br

³ Doutoranda em Comunicação pela UFPE, e-mail: karollina.oliveira@ufpe.br

há uma carência significativa de planejamento e profissionalização entre os influenciadores, sendo justamente a organização e o profissionalismo algumas das exigências centrais do mercado digital. Para os autores do estudo, “influência é a capacidade de transformar o pensamento em ação, e para além de inspirar, causar uma mudança concreta” (YouPix; Nielsen, 2023, p. 33). Nesse cenário, observa-se o surgimento de perfis de educadoras e educadores digitais que enxergam na capacitação de novos influenciadores um modelo de negócio próspero. São esses agentes que ensinam formatos, estratégias e métodos voltados para a conquista de visibilidade, construção de autoridade e fortalecimento da presença digital.

Neste estudo, investigamos como o curso online Creator Booster, direcionado a criadores de conteúdo iniciantes, contribui para a legitimação desses profissionais na emergente economia criativa. Para isso, adotamos uma abordagem qualitativa com base em análise temática de conteúdo (Bardin, 1977; Braun; Clarke, 2006), a partir de nossa própria participação no curso e imersão na respectiva comunidade⁴. Essa vivência permitiu observar os sentidos atribuídos à formação por outros participantes, especialmente nos comentários publicados na plataforma Hotmart. Assim, buscamos compreender como a educação digital, a partir do nosso objeto, influencia a percepção de credibilidade dos criadores.

FUNDAMENTAÇÃO TEÓRICA

A *Creator Economy* emergiu como um fenômeno no cenário digital contemporâneo (Granja, 2023), impulsionado pela ascensão das redes sociais e plataformas de conteúdo, nas quais indivíduos podem criar, compartilhar e monetizar suas produções diretamente com um público global. Essa economia baseada na criação de conteúdo desafia os modelos tradicionais de produção e consumo de mídia, proporcionando novas oportunidades e desafios para criadores e marcas (Karhawi; Prazeres, 2022).

Ela se refere à economia e aos profissionais envolvidos no ciclo de produção, consumo e distribuição de informação e conhecimento nos ambientes digitais (Pinheiro e Rocha; Santos, 2023). Assim, esse modelo redefine as dinâmicas comunicacionais e

⁴ Seguindo um procedimento de viés netnográfico, as autoras deste estudo se inseriram no curso Creator Booster como alunas, assistindo aos módulos, interagindo nos fóruns e acompanhando a respectiva comunidade no Telegram.

mediáticas no ecossistema digital. Nesse novo paradigma, plataformas como YouTube, Instagram e TikTok atuam como canais de disseminação de conteúdo e tornam-se pilares fundamentais de monetização e engajamento de audiências, ampliando a diversidade de vozes e democratizando o acesso a oportunidades econômicas.

Um relatório da Business Insider Intelligence (2021) estimava que o mercado global de influenciadores movimentaria até 15 bilhões de dólares em 2022. Em 2023, essa cifra foi estimada em 34 bilhões de dólares, revelando um crescimento exponencial. Em 2024, o setor alcançou a marca de 250 bilhões de dólares, segundo relatório do Goldman Sachs, com projeção de atingir 500 bilhões de dólares até 2027, impulsionado pela monetização das plataformas TikTok e Instagram Reels. E, apesar dessa expansão, a saturação do mercado e o aumento de criadores disputando espaço e atenção digital têm colocado em xeque a credibilidade dos conteúdos e de seus produtores.

A autoridade, antes atribuída exclusivamente ao professor especializado, foi deslocada para um novo modelo de negócio no ambiente digital, no qual, muitas vezes, indivíduos compartilham saberes sem necessariamente possuir uma formação acadêmica. Como consequência, multiplicam-se fórmulas e metodologias que prometem sucesso pessoal e profissional, muitas vezes difundidas por sujeitos que se apresentam como especialistas, mas carecem de formação sólida ou compromisso ético com a educação. Esses “pseudo-professores” emergem com promessas de autoconhecimento, ascensão profissional e aumento de renda. Embora Han (2015) não trate diretamente da educação, sua crítica ao “empreendedorismo de si” é útil para compreender como o neoliberalismo transforma todas as esferas da vida em mercadorias, inclusive o saber.

Essa lógica se materializa em plataformas digitais que vendem cursos com apelos de autoridade e sucesso, muitas vezes descomprometidos com processos formativos consistentes, alimentando um mercado que valoriza mais o número de seguidores do que a qualidade do conteúdo. Assim, o que poderia ser uma ampliação do saber se converte em sobrecarga informacional e consumo superficial de conteúdos, afetando diretamente os modos de subjetivação e formação na contemporaneidade.

Podemos compreender, então, que a constituição desses sujeitos educadores digitais enquanto empresários de si se estabelecem a partir de uma captura de atenção dos seguidores que querem também o sucesso demonstrado nas imagens, ou seja, “é uma forma desenvolvida pelo capital para se apoderar das mentes dos trabalhadores” (Dardot;

Laval, 2016, p. 357), trata-se de uma estratégia que molda comportamentos e orienta expectativas em um contexto de intensas transformações no mundo do trabalho. Nesse contexto, a YouPix se apresenta como uma consultoria que atua no ecossistema da influência oferecendo programas de aceleração, cursos e eventos para criadores de conteúdo e marcas, como o curso Creator Booster, lançado em parceria com o Itaú, gratuito e hospedado na plataforma Hotmart, em que juntas promovem um curso de aceleração de criadores.

Esse curso funciona a partir da inscrição dos criadores interessados no site do programa, e após um período de espera, que aparentemente depende da demanda de inscritos para haver liberação da matrícula, fica disponível posteriormente. A proposta é ensinar criadores a transformarem sua produção em um negócio rentável, por meio de oito módulos que abordam desde o posicionamento de nicho até estratégias de monetização.

Dessa forma, a educação é ressignificada nesse ecossistema digital: torna-se simultaneamente produto e estratégia. Mais do que promover o desenvolvimento crítico ou coletivo do saber, passa a operar sob lógicas de mercado que reposicionam o conhecimento como um ativo individualizável e monetizável, contribuindo para a conformação de subjetividades afinadas com a racionalidade neoliberal.

PROCEDIMENTOS METODOLÓGICOS E RESULTADOS

A partir de uma análise de conteúdo (Bardin, 1977; Braun; Clarke, 2006) dos comentários, é possível notar uma busca intensa por validação e por direções concretas. Frases como “essa aula me fez pensar” ou “agora sei que preciso tirar o projeto do papel” não apenas evidenciam um engajamento genuíno, mas revelam o desejo latente de transformar o aprendizado em reconhecimento social e profissional. A construção de autoridade nas redes, mencionada por alguns participantes, não é apenas uma estratégia técnica, mas aparece como uma promessa emocional de pertencimento a um espaço simbólico de sucesso.

A análise qualitativa dos comentários permitiu observar também uma tensão entre autenticidade e performance. Uma das participantes afirma: “não gosto mais de *post* tipo *canva*”, sinalizando uma inquietação estética que também é uma tentativa de se diferenciar e se posicionar. Ao mesmo tempo, o comentário “nos moldamos pelo que

outras pessoas entendem por sucesso” explicita o mal-estar diante das normativas que organizam a economia da visibilidade, mesmo quando o curso propõe “criar com leveza”.

Portanto, os comentários reforçam o desejo de ascensão e reconhecimento nas redes, e denunciam as inseguranças e contradições de quem busca profissionalizar-se em um ambiente onde as regras de sucesso são difusas, mutáveis e, muitas vezes, inalcançáveis.

A proposta formativa da YouPix revela um entendimento estratégico das dinâmicas atuais do trabalho digital, ancorando-se em um discurso que reconhece o desejo crescente de profissionalização, autonomia e reconhecimento por parte de sujeitos que atuam nas redes. Ao se posicionar como gratuito, o curso se apresenta como acessível e democrático; no entanto, mantém uma lógica mercadológica clara, ao funcionar como porta de entrada para um ecossistema mais amplo de *infoprodutos* e experiências pagas promovidas pela própria plataforma.

CONSIDERAÇÕES FINAIS

A educação digital representa uma oportunidade significativa para democratizar o acesso ao conhecimento e promover a aprendizagem ao longo da vida. No entanto, é fundamental refletir sobre os impactos dessa transformação na forma como nos relacionamos com o saber. A comercialização do conhecimento e a valorização do empreendedorismo de si podem trazer benefícios, mas também desafios relevantes. A gratuidade e o suporte oferecido pela YouPix, em colaboração com marcas como Itaú, Magazine Luiza e Hotmart, posicionam o curso como uma porta de entrada para quem deseja profissionalizar sua atuação nas redes sociais. Ainda assim, não podemos ignorar o caráter mercadológico.

A partir da análise dos comentários disponíveis na plataforma, é possível percebermos que a motivação dos participantes vai além da técnica: os relatos evidenciam sentimentos como entusiasmo, identificação e, principalmente, esperança. A esperança surge como um sentimento mobilizador, que impulsiona esses sujeitos a acreditarem na possibilidade de transformação de suas trajetórias pessoais e profissionais por meio da criação de conteúdo. Essa dimensão afetiva, muitas vezes invisibilizada, é um dos motores que sustentam o engajamento nesse tipo de formação. Embora gratuito, ele funciona como um vetor de captação para outros produtos pagos oferecidos pela própria

YouPix. Portanto, embora o Creator Booster ofereça um caminho introdutório à formação de criadores de conteúdo, é necessário um olhar mais atento sobre como equilibrar inovação e profundidade, estratégia e pensamento crítico.

REFERÊNCIAS

AGÊNCIA YUPIX. *Vem aí, na Creator Economy 2024: o P.O.V. da YouPix para a Creator Economy.* [S. l.]: YouPix, 2024. Disponível em: <https://www.youpix.com.br/creatorsboost>. Acesso em: 29 jun. 2024.

DARDOT, Pierre; LAVAL, Christian. *A nova razão do mundo: ensaio sobre a sociedade neoliberal.* São Paulo: Boitempo, 2016.

GRANJA, Bia. *YouPix Summit 2017 – Relatório.* São Paulo: YouPix, 2017. Disponível em: <https://youpixsummit.com.br/>. Acesso em: 7 nov. 2023.

HAN, Byung-Chul. *Sociedade do cansaço.* Petrópolis: Vozes, 2015.

KARHAWI, Iara; PRAZERES, Marcelo. Exaustão algorítmica: influenciadores digitais, trabalho de plataforma e saúde mental. *Revista Eletrônica de Comunicação, Informação & Inovação em Saúde*, v. 16, n. 4, p. 800–819, 2022. Disponível em: <https://bit.ly/45xcapo>. Acesso em: 18 ago. 2023.

PINHEIRO, Bruno Souza Monteiro; ROCHA, Luan Pereira; SANTOS, Elane. *O impacto socioeconômico dos negócios digitais da Creator Economy no Brasil.* Rio de Janeiro: FGV ECMI, 2023. Disponível em: <https://bit.ly/3RGuVBJ>. Acesso em: 30 abr. 2025.

RECUERO, Raquel. *Redes sociais na internet.* Porto Alegre: Sulina, 2009.

YUPIX. *Creators Boost.* [S. l.]: YouPix, [2024?]. Disponível em: <https://www.youpix.com.br/creatorsboost>. Acesso em: 27 jul. 2024