



Universidade Federal do Pampa
UNIVERSIDADE FEDERAL DO PAMPA
CAMPUS SANT'ANA DO LIVRAMENTO
GRADUAÇÃO EM ADMINISTRAÇÃO

ALESSANDRA SEVERO BUENO

ESPETACULARIZAÇÃO DO TRABALHO E CONSTRUÇÃO DA CARREIRA:
Entre a Autopromoção e a Precarização Profissional.

TRABALHO DE CURSO

Sant'Ana do Livramento
2025

ALESSANDRA SEVERO BUENO

**ESPETACULARIZAÇÃO DO TRABALHO E CONSTRUÇÃO DA CARREIRA:
Entre a Autopromoção e a Precarização Profissional**

Trabalho de Curso apresentado ao Curso de Administração, da Universidade Federal do Pampa (UNIPAMPA, RS) como requisito para obtenção do título de Bacharel em Administração.

Aprovado em 1 de dezembro de 2025:

Katiuscia Schiemer Vargas - UNIPAMPA
(Presidente/Orientadora)

Kathiane Benedetti Corso - UNIPAMPA
(Membro da banca)

Carolina Freddo Fleck - UFSM
(Membro da banca)

**Sant'Ana do Livramento
2025**

ESPETACULARIZAÇÃO DO TRABALHO E CONSTRUÇÃO DA CARREIRA: Entre a Autopromoção e a Precarização Profissional

RESUMO

O fenômeno da espetacularização do trabalho reflete a crescente valorização da imagem e da visibilidade profissional nas redes sociais, impulsionada pela lógica neoliberal do “empreendedor de si”. Na prática, essa dinâmica exige dos trabalhadores constante autopromoção e presença digital, transformando a exposição em requisito para o reconhecimento e o sucesso profissional. No entanto, esse processo também gera sobrecarga emocional, intensificação do trabalho e dificuldade de desconexão, o que pode afetar o equilíbrio entre vida pessoal e profissional. Nesse sentido, o objetivo geral desta pesquisa foi analisar de que forma a espetacularização do trabalho e a autopromoção digital influenciam a construção de carreira e a precarização profissional de diferentes áreas. Especificamente, buscou-se: a) investigar como profissionais de distintas áreas utilizam a autopromoção digital como estratégia de construção de carreira; b) identificar os impactos da espetacularização do trabalho na percepção de sucesso, ascensão e reconhecimento profissional; e c) avaliar as implicações da espetacularização na intensificação do trabalho e na fronteira entre vida pessoal e profissional. Para tanto, realizou-se uma pesquisa qualitativa, de caráter exploratório, com entrevistas semiestruturadas com profissionais atuantes em diferentes segmentos. Os resultados indicaram que a autopromoção digital é percebida como requisito essencial de visibilidade e legitimidade no mercado, mas também como fonte de ansiedade, autocobrança e esgotamento. Constatou-se que a espetacularização do trabalho amplia as fronteiras do fazer profissional, transformando o sujeito em produto de sua própria imagem e afetando seu bem-estar subjetivo. Conclui-se que compreender a relação entre autopromoção digital, visibilidade e subjetividade é essencial para refletir sobre as novas configurações do trabalho e seus impactos na saúde mental.

Palavras-chave: espetacularização do trabalho; autopromoção digital; intensificação do trabalho; carreira.

SPECTACULARIZATION OF WORK AND CAREER BUILDING: Between Self-Promotion and Professional Precarization

ABSTRACT

The phenomenon of the spectacularization of work reflects the growing valorization of professional image and visibility on social media, driven by the neoliberal logic of the “entrepreneur of the self.” In practice, this dynamic demands constant self-promotion and digital presence from workers, transforming exposure into a requirement for recognition and professional success. However, this process also generates emotional overload, work intensification, and difficulty disconnecting, which can affect the balance between personal and professional life. In this sense, the general objective of this research was to analyze how the spectacularization of work and digital self-promotion influence career construction and professional precarization in different areas. Specifically, it aimed to: a) investigate how professionals from different areas use digital self-promotion as a strategy for career construction; b) identify the impacts of work spectacularization on the perception of success, advancement, and professional recognition; and c) evaluate the implications of spectacularization on work intensification and the boundary between personal and professional life. To this end, a qualitative, exploratory study was conducted, using semi-structured interviews with professionals working in different sectors. The results indicated that digital self-promotion is perceived as an essential requirement for visibility and legitimacy in the market,

but also as a source of anxiety, self-demand, and exhaustion. It was found that the spectacularization of work expands the boundaries of professional activity, transforming the individual into a product of their own image and affecting their subjective well-being. It is concluded that understanding the relationship between digital self-promotion, visibility, and subjectivity is essential to reflect on the new configurations of work and their impacts on mental health.

Keywords: spectacularization of work; digital self-promotion; work intensification; career.

ESPECTACULARIZACIÓN DEL TRABAJO Y CONSTRUCCIÓN DE LA CARRERA: Entre la Autopromoción y la Precarización Profesional

RESUMEN

El fenómeno de la espectacularización del trabajo refleja la creciente valorización de la imagen profesional y la visibilidad en las redes sociales, impulsada por la lógica neoliberal del “emprendedor de sí mismo”. En la práctica, esta dinámica exige de los trabajadores una autopromoción constante y presencia digital, transformando la exposición en un requisito para el reconocimiento y el éxito profesional. Sin embargo, este proceso también genera sobrecarga emocional, intensificación del trabajo y dificultad para desconectarse, lo que puede afectar el equilibrio entre la vida personal y profesional. En este sentido, el objetivo general de esta investigación fue analizar de qué manera la espectacularización del trabajo y la autopromoción digital influyen en la construcción de la carrera y la precarización profesional en diferentes áreas. Específicamente, se buscó: a) investigar cómo los profesionales de distintas áreas utilizan la autopromoción digital como estrategia de construcción de carrera; b) identificar los impactos de la espectacularización del trabajo en la percepción de éxito, ascenso y reconocimiento profesional; y c) evaluar las implicaciones de la espectacularización en la intensificación del trabajo y en la frontera entre la vida personal y profesional. Para ello, se realizó una investigación cualitativa, de carácter exploratorio, con entrevistas semiestructuradas a profesionales que ejercen en diferentes sectores. Los resultados indicaron que la autopromoción digital es percibida como un requisito esencial de visibilidad y legitimidad en el mercado, pero también como fuente de ansiedad, autoexigencia y agotamiento. Se constató que la espectacularización del trabajo amplía los límites de la actividad profesional, transformando al sujeto en un producto de su propia imagen y afectando su bienestar subjetivo. Se concluye que comprender la relación entre autopromoción digital, visibilidad y subjetividad es esencial para reflexionar sobre las nuevas configuraciones del trabajo y sus impactos en la salud mental.

Palabras clave: espectacularización del trabajo; autopromoción digital; intensificación del trabajo; carrera.

1. INTRODUÇÃO

O que acontece quando o trabalho deixa de ser apenas uma tarefa e se transforma em um espetáculo? Em um cenário em que as redes sociais se tornaram um palco e os profissionais se tornaram performers, a linha limítrofe entre o trabalho e a vida pessoal começa a se dissolver. Nesse novo mundo, a visibilidade e a produtividade ganham outra dinâmica. O caso de Nathália Rodrigues, conhecida nas redes sociais como Nath Finanças, é um exemplo claro e impactante dessa transformação.

Nathália Rodrigues, moradora da periferia do Rio de Janeiro, é uma mulher que se formou em Administração e começou sua jornada profissional em um cenário bem distante da

fama. Enquanto trabalhava como atendente de telemarketing, ela usava um celular simples para gravar vídeos e editar sozinha. Sua proposta era oferecer dicas acessíveis de educação financeira para pessoas de baixa renda, muitas vezes com poucas opções para acessar esse tipo de conhecimento. Com uma linguagem direta e carismática, Nath cativou um público crescente, principalmente nas redes sociais, onde suas mensagens de empoderamento e superação passaram a ser compartilhadas em grande escala. Em pouco tempo, ela deixou de ser uma anônima para se tornar uma das principais influenciadoras da área, com uma carreira que inclui livros, campanhas publicitárias e o lançamento de sua própria plataforma digital focada em educação financeira.

Por trás dessa ascensão em larga escala está um cenário contemporâneo que merece reflexão: a espetacularização do trabalho. O trabalho, que antes estava restrito ao escritório ou a um horário fixo, agora se espalha pelas redes sociais, com stories, vídeos e interações contínuas. Hoje, o profissional precisa expor sua rotina, seus sentimentos e até suas conquistas, tudo em busca de mais engajamento e visibilidade. Esse processo pode abrir portas, mas também traz à tona questões sérias sobre os limites desta exposição, a pressão constante por produtividade e o desgaste emocional que vem com isso (Antonio; Mendes, 2023).

Em um mundo onde cada pessoa precisa "se vender" o tempo inteiro para se manter relevante, a linha entre vida pessoal e profissional se dissolve. Conforme Ramos (2019), no contexto do capitalismo digital, os trabalhadores acabam se emprenhando sobre si mesmos, monetizando não apenas suas habilidades técnicas, mas também sua imagem, gestos, ideias e estilos de vida. Nesse processo, a exposição contínua nas redes sociais torna-se uma estratégia central de valorização, dissolvendo as fronteiras entre o público e o privado. Assim, o trabalhador não é mais apenas um executor de tarefas, mas passa a ser também o próprio produto, exigindo de si uma performance constante e planejada, moldada para agradar um público difuso e imprevisível. Isso sustenta a lógica da espetacularização do trabalho, em que a construção de uma "marca pessoal" é tão necessária quanto o domínio técnico da profissão.

Diante disso, essa realidade nos faz refletir sobre os novos desafios do mundo digital, onde a fronteira entre o trabalho e a vida pessoal desaparece. É nesse cenário que a plataformação do trabalho ganha espaço, moldando as formas como trabalhamos, nos relacionamos e nos posicionamos profissionalmente. O caso de Nath Finanças ilustra esse fenômeno, mostrando como a exposição nas redes sociais pode tanto abrir novas possibilidades quanto aumentar as pressões que o trabalhador enfrenta neste novo modelo de profissão.

A plataformação do trabalho, segundo Abílio *et al.* (2021) é entendida como um processo em que plataformas digitais se tornam o centro da organização das relações de trabalho, operando como uma combinação entre empresa, software e infraestrutura digital, ou seja, as plataformas não se limitam a ser simplesmente interfaces de aplicativos, mas funcionam como sistemas mais complexos que envolvem algoritmos, dados, governança e relações de propriedade. Nesse contexto de plataformação, o trabalho se torna cada vez mais mediado por tecnologias digitais, com a automação e os algoritmos assumindo um papel central na definição das condições, do formato e do tempo e intensidade do trabalho.

Em um mundo em que a produtividade não é apenas medida pela execução de tarefas, mas também pela capacidade de gerar engajamento e manter uma presença constante nas redes sociais, Nath Finanças se tornou um exemplo claro de como a espetacularização do trabalho se manifesta. Sua rotina não se limita somente a gravar vídeos ou escrever textos sobre finanças; ela precisa mostrar sua vida, seus sentimentos e suas conquistas, muitas vezes de forma performática, a fim de se manter relevante e aumentar o engajamento de seus seguidores. O trabalho, portanto, se transforma em uma performance constante, em que a imagem e a conexão emocional com o público são tão importantes quanto o conteúdo em si.

De acordo com Nader *et al.* (2023), a espetacularização do trabalho é um processo que transforma a experiência do trabalho em uma performance visível e atrativa, a atividade laboral é transformada em um espetáculo tendo como foco aspectos superficiais, tais como a imagem, o carisma, a aparência e a capacidade de engajamento. Esse fenômeno pode alterar, não apenas, a percepção individual do trabalho, mas também moldar as relações sociais e camuflar as formas de subordinação presentes nesse novo modelo de trabalho. Por outro lado, nota-se que se trata, praticamente, de uma imposição do trabalho digital. Fidalgo (2010) já apontava que no contexto docente, por exemplo, a lógica produtivista promove a incorporação de uma performance constante, em que o trabalhador precisa se mostrar produtivo e visível, mesmo em seus espaços privados, como em sua casa. O profissional transforma-se em um espetáculo contínuo, onde a exposição se torna parte do próprio ofício. Assim, promove-se a ideia de um trabalho autossustentável, aparentemente livre e flexível, mas que, na prática, disfarça relações de exploração e alienação. O trabalhador, muitas vezes, internaliza essa lógica e se engaja nela sem perceber seus efeitos nocivos, naturalizando a sobreposição entre vida e trabalho, entre ser e parecer profissional.

Essa lógica se conecta diretamente ao que Noronha (2024) descreve como uma das características centrais da Economia da Atenção, em que a atenção humana se transforma no recurso mais valioso e disputado pelas plataformas digitais. A autora ressalta que, nesse ambiente, os indivíduos são constantemente estimulados por uma rede de conteúdos e notificações que capturam seu foco e moldam sua forma de pensar, agir e interagir. Ao mesmo tempo em que essas tecnologias oferecem uma sensação de autonomia, elas também operam de modo invisível, monetizando a atenção e conduzindo o sujeito a uma relação alienada com a própria experiência. Assim, o trabalho espetacularizado e mediado pelas plataformas se encaixa perfeitamente nesse cenário, no qual a exposição, a performance e a constante presença digital se tornam exigências disfarçadas de liberdade.

Nesse cenário, a famosa frase “quem não é visto não é lembrado” ganha um novo significado. Mais do que um dito popular, ela expressa uma realidade cada vez mais presente na vida profissional: hoje, não basta fazer um bom trabalho – é preciso ser visto fazendo. A visibilidade se tornou um critério de valor e estar presente nas redes, de forma constante e estratégica, é quase uma obrigação para quem quer ser reconhecido, lembrado ou, simplesmente, considerado. O silêncio digital, por outro lado, pode ser interpretado como desinteresse, irrelevância ou até mesmo incompetência. Esse fenômeno é destacado por Sibilia e Simonelly (2024), que apontam que as redes sociais, ao tornarem a visibilidade digital um pilar da construção de carreiras, também impõem uma pressão constante para a produção de conteúdo e manutenção de uma imagem pública alinhada às expectativas do público e das plataformas.

Com base no estudo de Campanella (2023), as mídias sociais ampliaram a busca por reconhecimento individual, trazendo mudanças significativas na maneira como as pessoas entendem e constroem sua identidade, e fazem da visibilidade um elemento fundamental na construção das carreiras profissionais. O estudo de Cardoso (2023) destaca que a exposição constante a vídeos curtos pode criar uma percepção distorcida, ou seja, banalizar o que realmente envolve o trabalho em determinadas áreas. Além disso, a pressão por produção constante de conteúdo e a necessidade de estar sempre visível nas redes sociais podem gerar ansiedade e estresse, afetando negativamente o desenvolvimento profissional e a construção de uma carreira sólida. Essa dinâmica reflete o processo de espetacularização do trabalho, em que a imagem pública se torna tão relevante quanto a competência técnica, impactando diretamente o equilíbrio entre vida profissional e pessoal. Nesse contexto, em diversas áreas de atuação, até mesmo das que não dependem da exposição em redes sociais, acaba sendo necessário a

promoção da imagem pessoal que se torna parte integrante do exercício profissional. Como apontam Sibilía (2008) e Hertzog (2019), a lógica contemporânea do trabalho exige que o sujeito gerencie sua própria visibilidade e reputação, equilibrando a competência técnica com a manutenção de uma presença ativa nas redes sociais. Assim, para se manterem competitivos, os profissionais precisam equilibrar a prática de suas atividades com as exigências de autopromoção e atualização contínua no ambiente digital.

O estudo de Sibilía e Simonelly (2024) examina a propagação das práticas de influenciadores digitais entre profissionais da saúde no Brasil e as estratégias de autopromoção adotadas. É realizada uma análise exploratória em três perfis de médicos brasileiros nas redes *Instagram*, *TikTok* e *Youtube* e, a partir desta, problematiza-se o uso da linguagem do entretenimento na divulgação dos serviços prestados. Os resultados demonstraram que os médicos brasileiros que se promovem nas redes sociais procuram alavancar a própria imagem e ganhar prestígio com o objetivo de atrair mais pacientes ou clientes, diversificando assim os seus negócios.

Segundo Almeida (2024), os influenciadores digitais utilizam uma série de estratégias para se manterem visíveis e relevantes no meio digital, sendo a autenticidade, a gestão da imagem pessoal e o uso constante de narrativas cotidianas ferramentas fundamentais para construir conexões com o público e atrair oportunidades profissionais. Essas práticas, embora associadas a traços de espontaneidade, também revelam uma dimensão performática e estratégica da autopromoção, necessária para o crescimento e consolidação de suas carreiras. Diante do exposto, sobleva-se o seguinte problema de pesquisa: De que forma a espetacularização do trabalho impacta a construção de carreira e a precarização das relações de trabalho em diferentes contextos profissionais?

Assim, o **objetivo geral** do trabalho consiste em analisar de que forma a espetacularização do trabalho impacta a construção de carreira e a precarização das relações de trabalho em diferentes contextos profissionais. Como **objetivos específicos** definem-se: **a)** investigar como profissionais de diferentes áreas utilizam a autopromoção digital como estratégia de construção de carreira; **b)** identificar os impactos da espetacularização do trabalho na percepção de sucesso, ascensão e reconhecimento profissional; **c)** avaliar as implicações da espetacularização na intensificação do trabalho e na fronteira entre vida pessoal e profissional.

Além dos argumentos já supracitados, entende-se como justificativa para a realização deste estudo a necessidade urgente de entender as implicações da plataformização do trabalho para as relações de trabalho contemporâneas. À medida que o trabalho digital se expande, a falta de uma compreensão crítica sobre essas novas dinâmicas pode perpetuar a exploração de trabalhadores sob a ilusão de autonomia e flexibilidade. Considera-se fundamental analisar o impacto da visibilidade digital no mundo do trabalho, especialmente em um momento em que as plataformas digitais estão remodelando a natureza das profissões e as formas de interação no mercado de trabalho. Ademais, a espetacularização do trabalho, processo em que o trabalhador tem a necessidade de performar e expor-se constantemente em ambientes digitais, tem ganhado cada vez mais relevância. Segundo Antonio e Mendes (2023), o discurso capitalista atual, ao estimular a produtividade e a comparação, impõe uma lógica de autoexploração que afeta diretamente a saúde mental dos trabalhadores, destacando os desafios impostos pela visibilidade e pela pressão por resultados.

Além disso, a espetacularização é um fenômeno atual e pouco explorado na academia. Estudos como os de Nader *et al.* (2023) analisam o mercado de eventos, mostrando como o trabalho se transforma em espetáculo; Fidalgo (2010) discute a pressão por produtividade no trabalho docente universitário; Neves e Damasceno (2022) investigam a construção da própria imagem e a busca por visibilidade nas mídias sociais; e Ramos (2019) reflete sobre a

espetacularização da vida cotidiana e o pragmatismo da classe trabalhadora no *YouTube*, evidenciando como as subjetividades são moldadas pela lógica da *performance* e da exposição. Como destacam Rebechi e Baptistella (2023), o trabalho mediado por plataformas digitais impõe relações de comunicação assimétricas, nas quais os trabalhadores são constantemente monitorados e controlados por algoritmos e métricas, ampliando a precarização das condições de trabalho. Essa transformação exige uma análise crítica das novas formas de gestão que, em vez de promoverem a autonomia, muitas vezes intensificam a pressão sobre os indivíduos para que alcancem altos níveis de desempenho.

É de suma importância discutir sobre os impactos dessa tendência tanto para as organizações quanto para a Gestão de Pessoas. A compreensão do fenômeno da espetacularização do trabalho, suas implicações na Gestão de Pessoas e no desenvolvimento de carreiras em diferentes áreas de atuação, é essencial para promover uma reflexão mais profunda sobre as novas formas de organização do trabalho e suas consequências para o bem-estar dos trabalhadores.

Para tanto, este estudo está estruturado da seguinte maneira, primeiramente apresenta-se a introdução da pesquisa, juntamente com a problemática, objetivo geral e objetivos específicos, bem como a justificativa do trabalho. A seguir é apresentado o referencial teórico dividido em dois tópicos, sendo o primeiro tópico sobre trabalho e carreira na era digital e o segundo sobre a espetacularização do trabalho como exigência para a empregabilidade, que embasam este estudo. Logo após, é apresentado o percurso metodológico, contendo a abordagem da pesquisa, as técnicas de coleta e de análise de dados, bem como o cronograma de desenvolvimento do trabalho. Por fim, são apresentadas as referências e apêndices.

2. TRABALHO E CARREIRA NA ERA DIGITAL

A ascensão das tecnologias digitais tem provocado transformações significativas nas estruturas laborais e nas trajetórias profissionais. Dessa forma, o trabalho que antes se concentrava em espaços e horários bem delimitados, passa a se expandir para todos os âmbitos da vida, impulsionado por uma lógica de conectividade constante e visibilidade permanente. Nessa nova configuração, como analisa Hertzog (2019), as fronteiras entre o tempo livre e o tempo produtivo tornam-se cada vez mais tênues, especialmente em ocupações que se desenvolvem nas redes sociais digitais. Nesse sentido, profissões como a de influenciador digital exemplifica essa fusão entre vida pessoal e profissional, onde a *performance* cotidiana é convertida em conteúdo e capital social. A pessoa começa a se expor, a se engajar e a gerir a própria imagem como um ativo de mercado. Nesse contexto, a tecnologia não apenas media o trabalho, mas redefine seus contornos, transformando o trabalhador em produto e a carreira em um processo contínuo de autopromoção. Trata-se, portanto, de um modelo em que o sucesso profissional está vinculado à capacidade de manter-se visível, conectado e relevante em um ambiente altamente competitivo e instável. Para Hertzog (2019), essa lógica impõe uma nova racionalidade ao mundo do trabalho, marcada pela autogestão, pela espetacularização das rotinas e pela dissolução das esferas da vida privada.

Além disso, essa transformação das relações de trabalho também se insere na lógica neoliberal, que, como observa Camargo *et al.* (2024), intensifica a precarização das condições laborais na economia digital. O modelo neoliberal, ao promover a uberização e outras formas de flexibilização, cria um cenário em que os trabalhadores se veem submetidos a condições de trabalho mais vulneráveis e instáveis, ampliando as desigualdades e precarizando as relações de trabalho em um cenário digital. Assim, a economia digital não só redefine o trabalho, mas também contribui para a intensificação da precarização e da flexibilidade, características marcantes da chamada "*gig economy*". Segundo Rincón de Parra (2007), a economia digital

demanda novos fundamentos teóricos que considerem as mudanças estruturais provocadas pelas tecnologias da informação e comunicação, que impactam não apenas os processos produtivos, mas também as relações sociais e os padrões de consumo na sociedade contemporânea.

Nesse cenário, emerge a plataformização do trabalho como um desdobramento direto dessas transformações. Para Grohmann (2020), a plataformização resulta da articulação entre dataficação, financeirização e racionalidade neoliberal. Nesta lógica, as plataformas digitais passam a operar como mecanismos de gestão algorítmica, que monitoram, controlam e avaliam o desempenho dos trabalhadores com base em métricas de engajamento e produtividade, intensificando a precarização, individualizando as responsabilidades. Essa configuração fortalece a precarização ao incentivar modelos de empreendedorismo individual e autogerenciamento, frequentemente mediados por mecanismos de controle algorítmico. Na perspectiva de Carvalho e Menezes (2024) a plataformização do trabalho promove uma nova forma de subordinação, em que a gestão das atividades laborais é realizada por algoritmos, substituindo a figura tradicional do gestor; a subordinação não desaparece, mas sim, assume novas formas, menos visíveis.

No setor educacional, por exemplo, Oliveira *et al.* (2023) entendem que as condições de trabalho nas plataformas digitais refletem a precarização do trabalho, uma vez que os profissionais são remunerados apenas pelas atividades de ensino, sem considerar o tempo dedicado à preparação das aulas e outras tarefas relacionadas, o que compromete sua segurança financeira e qualidade de vida. Dessa forma, esse modelo revela como as plataformas operam com base na fragmentação das atividades laborais, desvalorizando etapas fundamentais do processo de trabalho e invisibilizando o tempo real dedicado às funções exercidas. Essa lógica, no entanto, não se restringe ao setor educacional: ela é parte de um fenômeno mais amplo vinculado à reorganização do trabalho na era digital, em que impera a ideia de flexibilidade e performance constante, se estendendo para diversas áreas de atuação no mercado de trabalho.

Felix (2023) observa que a superexploração dos trabalhadores de plataformas se articula a uma lógica de como as empresas e mercados globais operam de forma interconectada, buscando maximizar lucros e reduzir custos, onde as condições de trabalho são muitas vezes caracterizadas por instabilidade, competitividade e uma constante cobrança por resultados. Nesse mesmo sentido, Lima e Bridi (2019) analisam que as novas ocupações mediadas por tecnologias, bem como os desenvolvedores de *software*, atendentes de *call center* e trabalhadores de plataformas revelam um cenário em que a precariedade não é um acidente, mas uma característica estrutural do trabalho digital. Dessa forma, mesmo em atividades com aparente autonomia, como a criação de conteúdos digitais ou o desenvolvimento de aplicativos, os trabalhadores são submetidos a jornadas ilimitadas, ausência de direitos e instabilidade permanente, sendo empurrados para a lógica do “empreendedor de si”, em que assumem todos os riscos da atividade econômica, operando sob controle algorítmico e fora dos moldes tradicionais de subordinação. Assim, o trabalho digital mescla elementos do material e do imaterial, tornando a vida pessoal cada vez mais absorvida pelo tempo produtivo, mesmo quando este se manifesta como diversão, engajamento ou autoexpressão. De acordo com Antunes, Praun e Moraes (2021) a precarização do trabalho pode estar se tornando uma característica estrutural do modelo produtivo atual, especialmente em contextos marcados pela digitalização e pelas políticas neoliberais. Os autores indicam que essa realidade tende a afetar principalmente trabalhadores inseridos em plataformas digitais, que podem vivenciar formas de instabilidade, informalidade e desgaste emocional.

Com base nas reflexões de Carvalho (2025), fica claro que as transformações nas relações de trabalho impulsionadas pelas tecnologias digitais e pela lógica neoliberal têm

impactado profundamente a forma como as pessoas entram e permanecem no mercado de trabalho. O que, à primeira vista, pode ser visto como uma inovação ou liberdade, na verdade, se traduz em exigências sutis, como a constante necessidade de estar visível, produtivo e em promoção contínua. Como o autor aponta, esse fenômeno está intimamente ligado à informalidade e à precarização do trabalho, uma vez que a autonomia tão amplamente destacada nas plataformas digitais frequentemente oculta a realidade de um controle algorítmico rígido e de métricas invisíveis, resultando em novas formas de cobrança e vigilância (Carvalho, 2025).

A plataformização do trabalho e a valorização da autopromoção nas redes sociais transformam a atuação profissional em uma vitrine permanente, onde o trabalhador não apenas realiza suas tarefas, mas precisa também encenar sua produtividade, a fim de manter-se competitivo e visível. Essa dinâmica pode gerar uma sobrecarga emocional considerável, marcada por insegurança e pela pressão constante para se adaptar a um mercado que valoriza mais a imagem do que o conteúdo efetivo. Como destaca Calvete (2023), o tempo de trabalho nas plataformas digitais se torna um recurso constantemente intensificado, levando o trabalhador a vivenciar uma precarização ainda mais evidente, já que o tempo dedicado ao trabalho se dilui e se mistura com o tempo pessoal, gerando um ciclo contínuo de pressão e autoexploração.

Nesse contexto, a plataformização do trabalho e a gamificação do trabalho se encontram ligadas, embora a gamificação promova o engajamento e o desenvolvimento de competências quando aplicada por meio de recursos digitais, também reforça essa lógica de exposição e desempenho permanente. De acordo com Bezerra e Mozzato (2021), plataformas gamificadas tornam as tarefas mais motivadoras ao incorporar pontuações, rankings e recompensas, o que pode impulsionar a participação dos trabalhadores e fortalecer o sentimento de pertencimento. No entanto, os próprios autores alertam que a eficácia da gamificação depende de sua aplicação consciente e alinhada aos objetivos organizacionais, o que se mostra crucial diante de um cenário onde a busca por visibilidade e performance pode acentuar os efeitos da precarização digital do trabalho. Essa reflexão se aproxima do que Macedo e Kurtz (2021) identificam como “trabalho de esperança” uma prática baseada na crença de que o esforço constante e a dedicação voluntária nas plataformas digitais resultarão em reconhecimento e ascensão profissional. Contudo, essa promessa se sustenta em discursos meritocráticos e neoliberais que ignoram as desigualdades estruturais, contribuindo para a precarização do trabalho e a normalização da autoexploração como caminho legítimo ao sucesso.

De acordo com Kanan e Arruda (2025), a organização do trabalho na era digital é analisada a partir de uma revisão crítica, considerando os impactos das novas tecnologias e o excesso de informações no contexto contemporâneo. As autoras discutem como o trabalho se caracteriza por aspectos antagônicos e complementares, sendo simultaneamente marcado por condições de liberdade e subordinação. A transição do trabalho manual para o intelectual é destacada como uma das transformações centrais, onde o trabalhador se vê desafiado a se organizar e a reinventar seu próprio trabalho. A era digital, com suas novas tecnologias, exige também uma atitude de abertura para aprendizagem contínua e promove uma ampliação da cognição humana. Nesse sentido, as mudanças na organização do trabalho têm implicações profundas não apenas para os processos de trabalho, mas também para a vida dos trabalhadores, exigindo uma reformulação paradigmática que promova maior liberdade e emancipação, ao mesmo tempo que impõe complexidade e sacrifícios (Kanan; Arruda, 2025).

No estudo de Araújo (2020), a autora observa a relação entre o uso excessivo da tecnologia e as doenças ocupacionais psicossociais, destacando como a exposição constante ao ambiente digital no trabalho pode gerar uma pressão por engajamento e produtividade, resultando em sérios impactos à saúde mental dos trabalhadores. A pressão por atualização e

visibilidade, comuns nas plataformas digitais, são fatores que intensificam essa sobrecarga emocional, o que corrobora com as observações de Kanan e Arruda (2025) sobre as complexidades e desafios impostos pela era digital no trabalho. O artigo de César (2024) reforça essa análise ao abordar como a pressão por engajamento e visibilidade afeta a saúde mental dos influenciadores digitais. A autora destaca que, por trás da aparente liberdade e glamour da fama digital, existem uma série de desafios emocionais e jurídicos que afetam diretamente o bem-estar dos trabalhadores. Essa pressão por visibilidade, produtividade e engajamento, além de criar um ambiente de autoexploração, também revela as desigualdades estruturais na sociedade digital, onde a performance e a imagem são as principais métricas de sucesso, enquanto as condições reais de trabalho muitas vezes são negligenciadas.

Com isso, nota-se que o trabalho na era digital, embora apresentado como mais moderno e flexível, tende a reforçar desigualdades e ampliar as vulnerabilidades. A experiência dos influenciadores digitais, conforme discutida por César (2024), ilustra de forma concreta essa realidade, na qual os trabalhadores digitais enfrentam um cenário de cobrança contínua, invisibilização do esforço e precarização emocional. Nesse contexto, não é apenas uma mudança tecnológica, mas uma transformação estrutural nas formas de organização do trabalho. Por isso, é fundamental manter um olhar crítico e sensível sobre os impactos sociais, subjetivos e econômicos dessas novas dinâmicas de trabalho, que moldam não só o modo de trabalhar, mas também a maneira como os indivíduos vivem e se relacionam com o próprio trabalho.

3. ESPETACULARIZAÇÃO DO TRABALHO E SUCESSO PROFISSIONAL

A relação entre trabalho e imagem tem se transformado consideravelmente nas últimas décadas, especialmente com a ascensão das redes sociais e a lógica de valorização da performance individual. Nesse contexto, observa-se um fenômeno crescente de espetacularização do trabalho, em que a exposição da rotina produtiva, das conquistas profissionais e até das dificuldades enfrentadas tornam-se conteúdo midiático, compartilhado e consumido em plataformas digitais. Cenário este que foi antecipado por Guy Debord, no livro *A Sociedade do Espetáculo* (1967). Para o autor, vivemos em uma sociedade em que tudo se transforma em imagem, em aparência; o que importa não é tanto o que você vive de verdade, mas como você aparece para os outros.

Segundo Debord (1967), o espetáculo não é só um monte de imagens, mas uma forma de se relacionar com o mundo e com as outras pessoas através da mediação de representações. É como se estivéssemos todos atuando o tempo todo, tentando “parecer” algo para conseguir aceitação, reconhecimento e oportunidades. Isso ajuda a entender por que tanta gente se sente pressionada a publicar seus projetos, suas rotinas e até suas dificuldades de forma estratégica, tentando se destacar nesse grande palco digital. Além disso, Debord (1967) também alertava naquela época que o espetáculo cria uma espécie de distância entre a vida real e o que mostramos dela. As redes sociais, por exemplo, estão cheias de recortes bonitos e bem editados da vida profissional, mas pouca gente mostra o cansaço, a insegurança ou o fracasso.

Essas reflexões de Debord (1967) dialogam com Sibilia (2008), que analisa como a intimidade se converteu em espetáculo e passou a ser exibida publicamente como estratégia de afirmação de identidade. Para a autora, o crescimento das tecnologias digitais e das redes sociais promoveu um deslocamento do privado para o público, em que a exposição da vida pessoal e, também, da profissional, tornou-se uma forma de buscar reconhecimento e pertencimento. Assim, a construção da imagem nas redes não se limita ao entretenimento ou à socialização, mas assume um papel central na consolidação da carreira e no posicionamento de mercado de profissionais das mais diversas áreas.

Há uma valorização crescente da visibilidade, em que ser visto equivale a existir social e profissionalmente Sibília (2008). Essa lógica transforma a intimidade em capital simbólico, dissolvendo as fronteiras entre o público e o privado, o pessoal e o profissional. Além disso, a autora observa que a constante necessidade de exposição e construção de narrativas de si pode gerar um conflito interno, pois os sujeitos se veem impelidos a manter performances contínuas de competência, beleza e sucesso, mesmo quando essas representações não condizem com a realidade.

O estudo de Aguiar Filho *et al.* (2021) destaca que a transformação digital exige dos trabalhadores a capacidade de aprender rapidamente e promover mudanças dentro das organizações. Essa necessidade de adaptação constante pode ser associada à autopromoção, prática em que os indivíduos buscam destacar suas habilidades e competências para se manterem relevantes no mercado de trabalho digital. De acordo com Peres-Neto e Magri (2021), esse contexto pode ser denominado de Reputação 4.0, cenário em que os trabalhadores passam a integrar o processo de autopromoção como parte da dinâmica organizacional, sendo incentivados a expor aspectos de sua vida pessoal e profissional em ambientes digitais para fortalecer sua imagem perante a empresa e o mercado de trabalho.

Para Muniz *et al.* (2023), a autopromoção nas mídias sociais, incentivada pela lógica da visibilidade digital, contribui para a precarização do trabalho. Ao buscar constantemente o reconhecimento e o sucesso pessoal a partir da validação externa, os trabalhadores acabam intensificando a pressão por desempenho e exposição, o que pode resultar em sobrecarga e maior competitividade. Uma dinâmica que valoriza a aparência em detrimento da qualidade de vida e da estabilidade profissional, caracteriza a precarização das condições de trabalho na era digital.

A visibilidade nas redes sociais impulsiona os trabalhadores a exporem constantemente suas rotinas, resultados e imagem pessoal, transformando-se em marcas vivas e produtos em circulação (Muniz *et al.*, 2023). Tal exposição, embora muitas vezes vista como estratégia de crescimento ou afirmação profissional, pode levar a um desgaste contínuo, à perda de privacidade e à intensificação do trabalho para além dos limites formais, somando uma carga horária abusiva. Contudo, Campanella (2023) observa que as práticas de autopromoção, embora diferentes das de outras épocas, refletem a continuidade de expectativas sociais relacionadas à visibilidade e à valorização pública.

A visibilidade e a autopromoção nas plataformas online tornaram-se exigências essenciais para a empregabilidade e para o sucesso profissional, uma vez que o profissional, ao se expor constantemente, se transforma em uma marca a ser promovida e avaliada por seu público. As redes sociais, em particular, desempenham um papel fundamental na construção e afirmação da identidade profissional, sendo essenciais para garantir a competitividade no mercado de trabalho.

Ocorre que o desejo por reconhecimento e sucesso digital acaba por reforçar a lógica meritocrática e competitiva que sustenta a precarização contemporânea, em que o trabalhador, ao mesmo tempo que se promove, se explora. A pressão pela autopromoção nas plataformas digitais e a competição exacerbada geram um ambiente de exploração constante, onde a autonomia é enfraquecida pela lógica algorítmica. O controle algorítmico transforma a organização do trabalho, gerando efeitos como a precarização e a limitação da autonomia dos trabalhadores, que passam a ser geridos por métricas invisíveis e rígidas, conforme analisado por Silva e Saltorato (2023).

Por outro lado, segundo Souza *et al.* (2023), o uso da rede social Instagram se apresenta como uma alternativa para mitigar desafios enfrentados, por exemplo, por mulheres empreendedoras, visto que o trabalho por meio desta plataforma lhes oportuniza flexibilidade

da jornada de trabalho e acesso ao capital, e, desta forma, permite que essas mulheres construam uma imagem profissional sólida e se destaquem no mercado de trabalho. Nessa linha, o estudo de Mendes (2018) demonstra como as influenciadoras digitais de moda na região nordeste do país transformam sua visibilidade em capital econômico, utilizando, de forma estratégica, os recursos do *Instagram*, *YouTube* e *blogs* pessoais. Essas profissionais constroem relações de afinidade com seu público, fortalecendo sua credibilidade e aumentando seu valor para marcas interessadas em parcerias. A constância na produção de conteúdo, a autenticidade nas recomendações e a construção de uma identidade próxima à audiência são fatores centrais na consolidação de suas carreiras digitais.

O fenômeno da espetacularização do trabalho e da autopromoção digital não se restringe aos influenciadores profissionais, mas têm se estendido também a profissões tradicionalmente marcadas por saberes técnicos e prestígio social, inclusive naquelas tradicionalmente associadas a certa formalidade, como, por exemplo, nas áreas do Direito, Medicina, Odontologia, Nutrição e na docência em âmbito acadêmico.

O estudo de Almeida *et al.* (2021), aborda que a visibilidade digital nas redes sociais é essencial para advogados se destacarem em um mercado competitivo, mas deve ser balanceada com os princípios éticos da OAB, que proíbem a autopromoção excessiva e a mercantilização da profissão. A pesquisa conclui que a construção da imagem profissional no meio digital precisa estar alinhada ao compromisso social da advocacia, exigindo dos profissionais um posicionamento que valorize a credibilidade, o respeito às normas institucionais e a preservação da integridade da atividade jurídica.

Por sua vez, Sibilia e Simonelly (2024) evidenciam em sua pesquisa como médicos brasileiros têm adotado estratégias de autopromoção nas redes sociais, especialmente no *Instagram*, *TikTok* e *YouTube*, utilizando a linguagem do entretenimento para divulgar seus serviços e construir uma imagem atrativa. Essa exposição visa, principalmente, alavancar prestígio e atrair pacientes, funcionando como uma forma de diversificação dos negócios e reforço de autoridade profissional.

No campo da Odontologia, Sodré *et al.* (2025) destacam que o cirurgião-dentista precisa desenvolver competências que vão além do atendimento clínico tradicional, incorporando habilidades de gestão, comunicação e estratégias de marketing digital para engajar e atrair pacientes. Essa demanda implica que o profissional não só exerça sua função técnica, mas também se autopromova nas redes sociais, construindo uma imagem que fortaleça sua credibilidade e amplie o alcance dos seus serviços. Assim, de acordo com os autores, a atuação digital consciente e ética, respeitando as normas do Conselho Federal de Odontologia, pode contribuir para o sucesso e a evolução da carreira odontológica, alinhando técnica, visibilidade e relacionamento com o público.

O estudo de Rôa (2025) apresenta um panorama semelhante em outra profissão tradicional. A autora destaca que, para nutricionistas de consultório, a necessidade de autopromoção nas redes sociais desloca os critérios de reconhecimento profissional do âmbito técnico para o social, fazendo com que esses profissionais busquem validação por meio da visibilidade digital. Essa exposição pública constante ultrapassa o espaço estritamente profissional, alcançando também o nível pessoal, reforçando a lógica do espetáculo e exigindo uma performance contínua.

De modo semelhante, Fidalgo (2010) já apontava no contexto docente como a lógica produtivista impulsiona a necessidade de performance constante. O professor transforma-se em um espetáculo contínuo, necessitando demonstrar produtividade e visibilidade a todo momento, muitas vezes naturalizando a sobreposição entre vida e trabalho. A casa, o escritório e até o tempo livre passam a ser apropriados para a manutenção da imagem profissional, em um

processo de internalização da lógica do parecer profissional como sinônimo de ser um bom profissional.

Dessa forma, os estudos de Almeida *et al.* (2021), Sibilia e Simonelly (2024), Sodré *et al.* (2025), Rôa (2025) e Fidalgo (2010), analisam como diferentes profissões tradicionalmente associadas a saberes técnicos e atendimentos clínicos vêm incorporando a visibilidade digital e a autopromoção como elementos centrais para o engajamento, o reconhecimento e a manutenção da carreira na contemporaneidade.

A exposição e a busca por visibilidade dialogam com o que Sibilia (2008) descreve como a transformação da intimidade em espetáculo, onde a exibição da vida pessoal e profissional se torna estratégia de afirmação identitária. Nessa lógica, ser visto passa a significar existir social e profissionalmente. Debord (1967), por sua vez, já alertava para a ascensão de uma sociedade em que tudo se transforma em espetáculo, incluindo o trabalho. A pressão por manter uma presença digital constante, performática e atrativa pode, portanto, não apenas impulsionar carreiras, mas também gerar tensões subjetivas, especialmente quando essa exposição se distancia da realidade vivida pelas pessoas.

Diante disso, a espetacularização do trabalho pode transformar a vida profissional em uma espécie de performance contínua, em que o que vale é o impacto da imagem, e não necessariamente a qualidade ou o valor do trabalho em si. A privacidade tende a ceder espaço para a visibilidade e o trabalho acaba extrapolando seus limites tradicionais, ocupando também os espaços pessoais. Nesse contexto, a linha que separa o público do privado parece se dissolver, criando uma espécie de performance ininterrupta que pode funcionar como uma forma sutil de controle, marcada por uma constante busca por reconhecimento e pertencimento. Assim, no contexto digital, as relações de trabalho e carreira parecem se desenhar dentro dessa lógica do espetáculo, revelando desafios ligados à saúde mental, à precarização e à construção da identidade.

4. PERCURSO METODOLÓGICO

Para o desenvolvimento da presente pesquisa, realizou-se um estudo de abordagem qualitativa e caráter exploratório, tendo em vista a complexidade e a contemporaneidade do tema.

A pesquisa qualitativa tem como foco entender os significados e as experiências humanas em contextos sociais complexos, possibilitando uma compreensão aprofundada dos processos e das relações envolvidas (Flick, 2012). Nesse sentido, esse tipo de abordagem valoriza a perspectiva dos participantes, permitindo captar as nuances e as dinâmicas sociais que não podem ser quantificadas, o que se mostra essencial para o presente estudo, que busca investigar as múltiplas dimensões da espetacularização do trabalho e seus impactos nas trajetórias profissionais (Flick, 2012).

Por sua vez, a pesquisa exploratória, segundo Gil (2008), busca proporcionar uma visão geral, de tipo aproximativo sobre determinado fenômeno, sendo especialmente útil quando o objeto de estudo é/foi pouco investigado ou apresenta dificuldades na formulação de hipóteses precisas. Esse tipo de pesquisa permite o desenvolvimento, esclarecimento e modificação de conceitos e ideias, com vistas à formulação de problemas mais bem delimitados. Por sua natureza flexível, a pesquisa exploratória se mostra adequada para compreender fenômenos emergentes como a espetacularização do trabalho no ambiente digital (Gil, 2008).

Considerando o objetivo da pesquisa, o método narrativo foi selecionado como estratégia metodológica por sua possibilidade de acesso a construções simbólicas e sentidos atribuídos pelos indivíduos às suas experiências de trabalho. De acordo com Bauer e Gaskell (2002), as narrativas vêm sendo utilizadas nas Ciências Sociais por permitirem a articulação

entre vivências individuais e dinâmicas sociais mais amplas. Ao relatarem suas histórias, os participantes podem expressar não apenas acontecimentos pessoais, mas também elementos do contexto social, cultural e profissional em que estão inseridos. Dessa forma, entende-se que o método narrativo pode contribuir para identificar como os sujeitos elaboram e ressignificam suas trajetórias diante de fenômenos contemporâneos, como a espetacularização do trabalho, oferecendo subsídios para a análise das implicações desse processo na construção de carreira e nas relações de trabalho (Bauer; Gaskell, 2002).

A coleta dos dados foi realizada por meio de entrevistas semiestruturadas, centradas na história de vida dos participantes, especialmente em relação à trajetória profissional e à experiência com a produção de conteúdo nas redes sociais. Conforme Gil (2008), a entrevista semiestruturada é uma técnica que combina a utilização de um roteiro com perguntas previamente definidas e a flexibilidade necessária para adaptar a conversa conforme o andamento do diálogo.

Para tanto, foram tomados como sujeitos da pesquisa profissionais que utilizam a produção de conteúdo nas redes sociais para divulgar seu trabalho, sejam eles autônomos ou empregados formais. A seleção dos sujeitos foi intencional, a partir de uma busca ativa e de uma pré-análise em redes sociais abertas de profissionais. Buscaram-se profissionais de diferentes contextos laborais e áreas de atuação, a fim de abarcar diferentes pontos de vista e vivências. Como critério de encerramento da coleta de dados, adotou-se o princípio da “saturação” ou “redundância”, isto é, quando as informações coletadas passam a se repetir, sem acrescentar novos elementos relevantes (Glaser; Strauss, 1967). O Quadro 1 apresenta o perfil sociodemográfico das dez participantes da pesquisa.

Quadro 1 – Perfil sociodemográfico das entrevistadas.

Entrevistada	Sexo	Idade	Estado Civil	Filhos	Atuação Profissional	Localidade
E1	F	30	Casada	Sim	Influenciadora	Paraná
E2	F	34	Solteira	Não	Nutricionista	Rio Grande do Sul
E3	F	29	Solteira	Não	<i>Lash Designer</i>	São Paulo
E4	F	32	Casada	Não	Médica Ginecologista	Rio Grande do Sul
E5	F	25	Casada	Sim	Nutricionista	Rio Grande do Sul
E6	F	29	Casada	Não	Dentista	Rio Grande do Sul
E7	F	29	Casada	Sim	Esteticista	Rio Grande do Sul
E8	F	29	Solteira	Não	Educadora Física	Rio Grande do Sul
E9	F	35	Solteira	Sim	Advogada	Rio Grande do Sul
E10	F	32	Solteira	Não	Empreendedora	Rio Grande do Sul

Fonte: elaborado pela autora (2025).

Observa-se que todas as entrevistadas são do sexo feminino, com idades variando entre 25 e 35 anos, isto é, um grupo composto por mulheres, jovens adultas em fase de consolidação profissional. Em relação ao estado civil, há um equilíbrio entre mulheres casadas (cinco) e solteiras (cinco), o que permite compreender diferentes contextos de vida pessoal e possíveis implicações na organização da rotina e nas demandas do trabalho. No que diz respeito à maternidade, quatro entrevistadas possuem filhos, enquanto seis não têm, revelando diferentes condições de conciliação entre vida profissional e responsabilidades familiares. Quanto à atuação profissional, nota-se a predominância de áreas ligadas ao cuidado, à estética e à saúde

como nutrição, odontologia, medicina, estética e educação física, além da presença de uma influenciadora digital, uma empreendedora e uma advogada.

As entrevistas foram realizadas de forma remota por meio da plataforma *Google Meet*, garantindo a participação dos profissionais independentemente de sua localização geográfica. Antes de iniciar, foi solicitada a assinatura do Termo de Consentimento Livre e Esclarecido (TCLE - Apêndice A), bem como a autorização para a gravação do áudio, o qual foi transcrito integralmente para posterior análise.

Como instrumento de coleta utilizou-se um roteiro semiestruturado (Apêndice B) elaborado a partir dos objetivos da pesquisa e do referencial teórico, fundamentado em autores como Debord (1967), Sibilia (2008), Hertzog (2019), Camargo *et al.* (2024), Grohmann (2020) e Carvalho (2025), que discutem a espetacularização do trabalho, a autopromoção digital e os impactos da platformização e da precarização nas relações laborais. O roteiro contemplou 5 (cinco) blocos temáticos flexíveis, permitindo que os participantes organizassem suas respostas de maneira espontânea: 1) Perfil dos entrevistados; 2) Trajetória profissional; 3) Visibilidade digital e estratégias de autopromoção; 4) Percepção de sucesso, ascensão e reconhecimento profissional; 5) Impactos da exposição nas redes sociais.

Para a análise dos dados, utilizou-se a técnica de análise de conteúdo, conforme proposta por Bardin (2016). Essa técnica permite identificar, categorizar e interpretar os elementos significativos presentes nas narrativas dos participantes, possibilitando a compreensão das implicações da espetacularização do trabalho nas suas trajetórias profissionais. Segundo Bardin (2016), a análise de conteúdo acontece em três etapas que se complementam. Primeiramente na pré-análise, o pesquisador organiza o material e define as hipóteses e os objetivos da pesquisa, além de fazer uma leitura inicial para ter conhecimento dos dados. Logo, vem a exploração do material, que é quando os dados são codificados e organizados em categorias, que são grupos de significado que ajudam a identificar os padrões e os temas mais importantes. A codificação seguiu os princípios da análise de conteúdo, conforme Bardin (2011), que consiste na identificação sistemática de unidades de registro, classificação em categorias e interpretação dos significados presentes nos discursos. O quadro com a codificação detalhada das respostas encontra-se no Apêndice C. Por fim, na etapa de tratamento dos resultados, os dados são interpretados à luz da teoria escolhida, permitindo que o pesquisador construa um entendimento mais profundo do que está sendo estudado.

5. ANÁLISE E DISCUSSÃO DOS RESULTADOS

No presente tópico, serão apresentados e discutidos os resultados obtidos a partir das entrevistas realizadas com profissionais de diferentes áreas que utilizam as redes sociais digitais como meio de autopromoção e construção de carreira. Para tanto, está dividido em três subtópicos: (1) autopromoção digital como estratégia de construção de carreira; (2) espetacularização do trabalho e sucesso profissional; (3) espetacularização do trabalho e as fronteiras entre vida pessoal e profissional.

5.1 Autopromoção digital como estratégia de construção de carreira

A autopromoção é percebida pelos profissionais como uma condição de permanência e sucesso no mercado, atrelada à necessidade imposta de manter-se visível, conectado e relevante (Hertzog, 2019). Nesse sentido, este tópico tem como objetivo investigar como profissionais de diferentes áreas utilizam a autopromoção digital como estratégia de construção de carreira (objetivo específico a).

No *início da carreira*, a maioria das entrevistadas começou sua trajetória em contextos tradicionais de trabalho, geralmente vinculados ao regime CLT, antes de migrarem para o

trabalho autônomo. Entre as entrevistadas, apenas E5 e E7 não mencionaram vínculos formais anteriores, tendo ingressado diretamente em atividades autônomas ou empreendedoras.

Quanto ao *cotidiano de trabalho*, a maioria das entrevistadas relatou trabalhar conciliando diariamente a produção de conteúdo, rotina, atendimentos e interações nas redes sociais (E2, E3, E4, E5, E6, E8).

E5: Eu consegui, assim, colocar na minha rotina que eu preciso toda semana gravar. Antes eu ficava gravando em intervalos. Ah, entre um paciente e outro, eu gravava. Só que aí, acaba que entre um paciente e outro, tu nunca consegue, porque é hora de tu tomar uma água, fazer alguma coisa. Então eu ficava postergando e sempre atrasava vídeo. Ficava juntando muita coisa junto, então virava um caos. Então, desde que eu consegui estabelecer uma rotina, ficou melhor.

E6: Eu chego no meu consultório às 10 da manhã até meio-dia e começo às 2 da tarde e termino dependendo do dia, às vezes às 7, às vezes às 8, às vezes às 9, depende do dia. Mas, por exemplo, stories que eu posto antes e depois, que eu explico, que nem o vídeo que eu fiz hoje. Eu postei um vídeo hoje ao meio-dia, meio-dia é pouco, ele foi gravado quando eu cheguei no meu consultório, que a minha secretária gravou, eu acho que era umas nove e meia da manhã, aí de meio-dia, depois que eu saí do consultório, eu cheguei em casa e eu comecei a editar. Então, por exemplo, em momentos que eu tô livre, eu faço também.

Verifica-se que algumas entrevistadas demonstram possuir uma rotina bem estruturada e previamente planejada, com horários definidos para a produção e publicação de conteúdo. Por sua vez, as entrevistadas E1, E7 e E10 ajustam a rotina conforme disponibilidade ou compromissos externos.

E1: Então, agora, né, sendo mãe em conjunto, fica tudo meio bagunçado, né, não tenho exatamente horário de editar, horário de postar, horário de responder. Eu vou fazendo meio que tudo ao mesmo tempo. Enquanto eu tô com meu filho, eu vou respondendo, vou fazendo, mas assim, eu tento manter uma rotina de, pelo menos, no TikTok, um post a cada três, quatro dias, pelo menos, mas eu gosto quando eu consigo postar diariamente. E no Instagram eu tento postar stories diariamente, quanto mais eu consigo, melhor. Tudo depende de se as coisas estão bem aqui do outro lado, né, então se tá tudo bem, tá tudo encaixado, eu posto bastante, mostro bastante. Mas se, às vezes, eu tô com algum problema familiar, alguma coisa acontecendo, acaba baixando ali a minha quantidade e frequência de posts. E aí, a minha rotina, basicamente, é mostrar o meu lifestyle. Então, eu vou vivendo e postando, mas com essa intenção, né. A intenção é que nunca fique quatro dias sem um post, pelo menos.

Ademais, observou-se na fala das entrevistadas que a maioria faz *uso estratégico das redes sociais*, mantendo uma frequência regular de postagens a fim de engajar o seu público (exceto E9). E1, E5, E7 e E10, por exemplo, destacam a importância de mostrar a rotina, valores e estilo de vida como parte da comunicação profissional, o que transforma o cotidiano em um recurso simbólico de marketing pessoal.

E1: Eu tento não passar uma determinada quantidade de dias sem postar nada, porque tem muito disso também. O conteúdo ali, a minha intenção é que seja sempre, todo dia, postando um conteúdo no TikTok, mas acaba que, tipo assim, quando eu vejo que já está três, quatro dias sem nada, daí eu posto. É basicamente isso, é não deixar muito tempo sem postar.

E7: Tem épocas quando eu quero vender mais cursos, né? Eu falo um pouco mais sobre a liberdade das pessoas que trabalham com nanopigmentação. Aí, eu abordo a questão da minha didática. Então, depende do que eu quero naquele

momento, eu mudo a estratégia. No dia a dia, basicamente, a estratégia é sempre mostrar a minha parte humana como uma pessoa muito determinada. Então, gerando admiração o tempo inteiro. Por quê? Porque muitas pessoas compram também por isso. Porque elas admiram, porque elas veem, por exemplo, quem eu sou, como eu me dedico. E isso traz muita cliente, eu já me dei conta disso. Então, a que nunca muda é essa, sabe? Mostrar a determinação, a admiração, gerar a admiração. Mostrar o teu dia a dia também, tu acredita que seja uma estratégia? É uma estratégia sempre.

Em geral, as entrevistadas adotam um estilo orgânico de autopromoção, em que o conteúdo é produzido de forma aparentemente espontânea e pessoal, mesclando aspectos da vida cotidiana com o trabalho. Essa mescla atua como um mecanismo de autenticidade e aproximação, reforçando a credibilidade e a identificação com o público. Em contrapartida, as entrevistadas E4, E5, E6 e E9 demonstram uma profissionalização mais sistematizada dessa prática, fazendo uso de roteiros e planejamento. Ainda que o conteúdo mantenha uma aparência de naturalidade, ele é muitas vezes guiado por estratégias de engajamento e posicionamento de marca pessoal, planejadas com auxílio de profissionais de marketing ou produção audiovisual. Esse equilíbrio entre espontaneidade e técnica é o que sustenta a “organicidade planejada” uma estética de naturalidade que é, na verdade, cuidadosamente construída.

E9: Hoje eu tenho uma comunicação muito parecida com a comunicação que eu tenho com os meus clientes, então eu consegui trazer uma linguagem confortável para a rede social que é uma autoridade que eu tenho em relação aos meus clientes empresários, então eu consegui traçar a persona com quem eu falo, então isso para mim foi muito importante para eu saber com quem eu estava falando, o empresário eu já sei falar com ele porque eu falo com ele todos os dias então a naturalidade do meu posicionamento no Instagram [...], hoje a minha imagem no Instagram e nas redes sociais de vídeos curtos principalmente, é o que eu trago no escritório, o que eu falaria no escritório para o meu cliente, eu trago para a rede social.

E6: Então, eu uma vez ao mês, uma vez a cada dois meses, a menina que trabalha comigo no marketing, ela vem aqui no consultório e daí eu faço todos os vídeos de uma vez só. E aí ela vai postando um vídeo por semana, um vídeo a cada 15 dias e nesse meio tempo a gente vai subindo fotos de antes e depois. Já o que eu divulgo nos meus stories é o que eu percebo que as pessoas gostariam de ver ou que eu acho que é necessário, quando a minha visualização tá muito baixa, aí eu tento postar algo da minha vida pessoal, que é o cachorro, que é uma coisa assim, porque daí aumenta o engajamento, a visibilidade, daí depois eu posto coisa do trabalho.

Além disso, foi mencionado pelas entrevistadas E2, E4, E5, E8, a utilização de tráfego pago em algum momento como uma estratégia para promover seu trabalho nas redes sociais.

E5: Estratégia? Eu acho que não tem nem... Eu já investi em tráfego pago, mas eu confesso que eu não gostei muito, tá? Não gostei da minha área. Tem mais gente curiosa de saber valores do que realmente quem vai ter como tratar. Eu vejo que quem mais trata mesmo é por indicação ou que já me acompanha e tem aquele desejo. No tráfego pago é muita coisa que a pessoa passa. Ah, isso que legal. Queria saber o valor. Não gostei.

Já a E4, diz que embora utilize do tráfego pago, estar presente nas redes sociais e gerar conteúdo é sua principal estratégia: E4: “Eventualmente eu tenho algumas coisas rodando no tráfego pago, mas muito é relacionado à produção de conteúdo, de estar presente...”. Todavia, a E8 relata que antes utilizou o tráfego pago, mas atualmente suas estratégias são criadas a partir de cursos que realizou sobre posicionamento e para entender seu público alvo.

Essas práticas evidenciam que a autopromoção digital envolve planejamento, gestão da própria imagem, funcionando como ferramenta estratégica de construção de carreira. Como apontam Hertzog (2019) e Carvalho (2025), a visibilidade constante e o engajamento contínuo nas redes sociais configuram uma forma de “espetacularização do trabalho”, na qual a *performance* cotidiana se transforma em capital social, sendo central para o reconhecimento e sucesso profissional.

Em relação a *presença digital e o crescimento profissional*, todas as entrevistadas destacaram a importância das redes sociais para ampliar visibilidade, consolidar autoridade e facilitar o alcance de clientes ou público-alvo. As entrevistas indicam que a presença digital é fundamental para o crescimento profissional.

E4: *Olha, eu acredito que sim. Principalmente nessa questão inicial. Eu terminei a residência em 2021. [...] E eu noto que eu tive um crescimento muito rápido, de não precisar fazer os plantões. Enfim, porque como o digital me trazia pacientes e com a possibilidade de atender teleconsulta também. E a internet te distribuir para qualquer lugar do Brasil. Facilitou bastante isso. E eu noto também muito no reconhecimento. Então, outros profissionais até de outras áreas por me verem ali, verem a forma como eu me posiciono. Também com pacientes. Ou a paciente acaba indicando para outra e daí ela vem. Primeiro me acompanha no Instagram e daí sim indica.*

A E1 destacou que o retorno do público é quase imediato, por meio de comentários, elogios e mensagens diretas: E1: *A retribuição é direta, né? Então, as pessoas deixam comentários, as pessoas elogiam, as pessoas enviam mensagens diretamente. Então, você sente essa troca, esse reconhecimento de forma praticamente instantânea, assim.* Isso mostra que as redes sociais funcionam como uma interface de interação instantânea, fortalecendo o vínculo com o público e permitindo mensurar rapidamente o impacto do trabalho.

Já E2 e E3 mencionaram que a descoberta inicial pelos clientes ocorre muitas vezes via redes sociais, e que essa visibilidade *online* possibilitou oportunidades em outros locais, evidenciando que o digital atua como multiplicador de alcance geográfico e profissional. Por sua vez, E6 e E7 ressaltaram que a presença digital precisa estar aliada à competência profissional: a visibilidade online amplifica a qualidade do trabalho, mas não a substitui.

A E8 demonstrou que o uso de conteúdos visuais e comunitários nas redes sociais transforma seguidores em participantes ativos e promotores espontâneos, fortalecendo o marketing orgânico. Por outro lado, a E10 menciona que se mantém ativa nas redes sociais mesmo que não seja para mostrar seu negócio: *Às vezes tu não precisa necessariamente estar divulgando o teu negócio. Tem dias que eu não boto nada, né, com relação ao meu negócio, mas eu tô ali presente, a pessoa lembra que eu existo.* Já a E9 destaca que, embora a presença digital seja essencial para captar clientes e gerar prestígio, a validação presencial continua sendo percebida como mais autêntica, funcionando como complemento da reputação *online*.

E9: *Eu diria que 50%, tá? Hoje, as redes sociais me trazem essa visibilidade e eu tenho algum prestígio ali. Mas eu te digo que 50% é ainda no pessoal. Eu entregar resultados talvez um pouco mais até no pessoal do que na rede social. Talvez uns 60%, 40%. Na rede social, aquilo ali talvez não me valide tanto, porque eu sei que é algo planejado, que é um vídeo roteirizado, que eu sei aquilo que eu estou falando, mas é algo muito menos orgânico do que uma pessoa sentar na minha frente, me trazer um problema real e eu resolver. Então, isso para mim ainda valida muito mais do que o prestígio que a rede social traz, mas não tenha dúvidas que quando as pessoas te reconhecem pela rede social, hoje eu já tenho um número de seguidores legal ali, que o pessoal sabe o que eu faço.*

Esses relatos evidenciam que a presença digital funciona como instrumento de construção de carreira, ampliando a visibilidade, consolidando autoridade e facilitando o alcance do público-alvo. Como apontam Kanan e Arruda (2025), na era digital, os trabalhadores precisam reorganizar e gerir seu próprio trabalho continuamente, assumindo a responsabilidade por sua visibilidade e engajamento, o que transforma a autopromoção em uma estratégia central para reconhecimento e ascensão profissional.

Diante do exposto, percebe-se que a autopromoção digital atua como estratégia central na construção de carreira das profissionais entrevistadas, funcionando não apenas como meio de visibilidade e engajamento, mas também como instrumento de consolidação de autoridade e fortalecimento da reputação no mercado. A gestão contínua da própria imagem, aliada à produção estratégica de conteúdo, evidencia a complexidade do trabalho digital, no qual a *performance* cotidiana se converte em capital social. Nesse sentido, a presença nas redes sociais configura-se como ferramenta essencial para o alcance de clientes e público-alvo, sendo um recurso estratégico na trajetória profissional.

5.2 Espetacularização do trabalho e sucesso profissional

As reflexões de Debord (1967) e Sibilia (2008) assinalam como o ambiente digital transformou-se em um espaço de *performance* constante, no qual o trabalho e a própria identidade profissional passam a ser exibidos como parte de um espetáculo. Para tanto, busca-se identificar os impactos da espetacularização do trabalho na percepção de sucesso, ascensão e reconhecimento profissional (objetivo específico b).

A partir das entrevistas, verificou-se que as profissionais veem a exposição *online* como algo muito importante. Segundo elas, a *visibilidade digital* abre portas para mais trabalho e fortalece a imagem delas como pessoas de sucesso para quem acompanha e para o mercado.

E5: *Quando tu tá ali, a tua imagem vende muito. Então ela vende mais do que realmente o produto, do que realmente é a tua consulta. Então a tua imagem, o teu posicionamento, o jeito que tu tá vestida, isso conta bastante. Então como tu se comporta conta bastante, [...] A tua pessoa, o teu externo, a tua primeira impressão conta bastante também.*

De modo geral, as falas evidenciam que a presença digital se tornou um instrumento de mediação das oportunidades profissionais, redefinindo as formas de reconhecimento e acesso ao trabalho. E8 reforça essa percepção, revelando o papel central da atuação *online* na ampliação da visibilidade e na consolidação de trajetórias no mercado contemporâneo: “A internet abriu portas que eu não tinha antes”.

Entretanto, se por um lado a visibilidade digital potencializa o alcance e o reconhecimento profissional, por outro, ela também introduz novas formas de avaliação e hierarquização entre os trabalhadores. Nessa lógica, como aponta Debord (1967), vivemos em uma sociedade em que “tudo o que era vivido diretamente tornou-se uma representação”, isto é, os sujeitos passam a existir socialmente na medida em que se mostram. Desse modo, em relação ao *reconhecimento nas redes versus competência profissional* E2, E3, E5, E4, E8 e E9 pontuaram que não acreditam que o reconhecimento nas redes sociais reflete a competência profissional. E1 e E10 não manifestaram suas opiniões sobre o reconhecimento nas redes *versus* competência profissional das entrevistadas

E2: *Às vezes aquela pessoa, ela pode ser muito boa nas redes sociais, ela pode se expressar muito bem, ela pode saber muito bem e quando senta na cadeira ali para atender, às vezes não tem todo o conhecimento que transparece na rede social, então eu acredito que não, eu acredito que às vezes é mais da pessoa*

saber se desenvolver, ter aquela desenvoltura diante da câmera, mas não necessariamente diante ali do paciente quando está sem câmera.

E8: Nem sempre, mas eu acho que o reconhecimento nas redes sociais ele ajuda muito, porque eu acho que quem se comunica se destaca só que às vezes a pessoa se comunica muito bem, mas ela não tem tanto conteúdo ela é mais uma pessoa mais que às vezes se comunica bem, mas de uma forma mais descontraída e não pra oferecer conteúdo. Então acho que quem se comunica se destaca e eu acho que tem muita gente que tem muito conteúdo que também não se comunica que acaba ficando meio de lado a gente perde essa oportunidade de falar pra tanta gente, de mostrar o nosso conhecimento, porque é uma voz ampliada pra muita gente, as vezes nos stories.

Por outro lado, E3 pontua que embora o número de seguidores e o engajamento não sejam critérios diretos de competência, acabam influenciando o modo como os profissionais são avaliados no ambiente digital. Ela reconhece que a reputação nas redes se tornou um elemento quase inevitável no processo de legitimação profissional.

E3: Seria hipocrisia da minha parte dizer que isso não afeta o reconhecimento deles. Afeta, porque por às vezes você está procurando ali um profissional, quando você entra num perfil, se você vê que é um perfil, não tem muito comentário, tem pouco seguidor, isso pesa na decisão. Então, eu diria que não mede a competência, mas a forma como ela é julgada no momento de escolha, sim.

Na lógica digital contemporânea, o sucesso profissional ultrapassa a competência técnica e se inscreve na esfera da visibilidade e do reconhecimento público (Debord, 1967; Sibilia, 2008). Dessa forma, o ambiente *online* transforma o trabalho em uma vitrine, onde o prestígio depende tanto do desempenho quanto da capacidade de projetar uma imagem admirável. Assim, o sucesso torna-se uma *performance* social, validada pelo olhar do outro. As falas das entrevistadas, embora diversas, convergem na ideia de que o *sucesso profissional* envolve reconhecimento, realização e legitimidade.

Para E2, por exemplo, o sucesso se manifesta nas respostas concretas dos pacientes, ou seja, na validação prática de seu trabalho: “*Eles me mandam, eu amei a dieta (...), eu consegui emagrecer uns 5 quilos nesse mês*”. Nessa perspectiva, o reconhecimento é construído no resultado direto da prática profissional, uma visão mais tradicional de sucesso vinculada à eficácia do trabalho realizado. A E3 amplia essa reflexão ao associar o sucesso à manutenção da ética e da credibilidade em um ambiente altamente exposto: “Hoje no digital é muito fácil alguém ser descredibilizado.” Ela destaca a importância de preservar a confiança e a integridade como marcas de autoridade moral no espaço digital, mostrando que o sucesso não se resume à visibilidade, mas também à capacidade de sustentar uma imagem legítima diante da audiência. Na mesma linha, a E4 associa sucesso à autonomia e propósito, destacando o desejo de trabalhar por satisfação e não apenas por necessidade: “*Atender porque eu gosto [...], sem precisar ter esse excesso de atendimentos.*” A busca por liberdade e controle sobre o próprio tempo reflete o ideal de “sucesso flexível” característico da cultura neoliberal, como aponta Hertzog (2019).

As falas de E5, E6 e E7 aproximam sucesso da realização pessoal e da coerência com valores próprios.

E6: Sucesso profissional é deitar a cabeça na travesseira e dormir em paz, porque eu sei que eu tô fazendo tudo certo. Isso para mim é sucesso, esse sucesso de fazer tudo certo com os meus pacientes vai muito além de uma recompensa financeira, porque eu não sei se tu tem observado, mas na minha área tem muitas pessoas que não tem qualificação fazendo, que não podem fazer, fazendo, com muita oferta, muita procura. [...] Então, para mim sucesso é saber que eu

tô fazendo o melhor, que eu posso dormir com consciência tranquila e usando coisas de qualidade e também sempre estar estudando, para aí oferecer para o meu paciente e consequentemente ter minha remuneração, né?

Já a E7 interpreta o sucesso como “*poder ganhar o pão fazendo o que gosta*”, deslocando o foco da recompensa material para a autenticidade e o prazer no trabalho, ainda que reconheça o papel da remuneração como elemento importante. A E8 reforça a dimensão simbólica do reconhecimento: “*Ser uma referência naquilo que tu se propõe a fazer*”. O prestígio social e o sentimento de ser admirada por pares e alunos aparecem como indicadores de êxito, uma forma de capital simbólico que, segundo Hertzog (2019), se consolida pela visibilidade e pela legitimação pública da competência. Por sua vez, a E9 adota uma perspectiva mais pragmática, definindo o sucesso como a capacidade de cumprir metas e manter crescimento constante, sem comprometer a qualidade do trabalho: “*Sucesso profissional pra mim é tu entregar o que tu promete [...], alcançar as metas que tu traça em conformidade com a tua realidade*”. Por fim, E10 ressignifica o sucesso como processo de crescimento e transformação pessoal, e não como um ponto fixo de chegada.

E10: Eu acho que o sucesso, ele não é o lugar que tu chega. Eu acho que ele é o processo. Eu acho que ele é o processo de crescimento. Porque se não... Cara, é assim, cada recorde que tu rompe, tu quer o próximo, entendeu? Então, tá colocando o sucesso num lugar onde tu vai chegar. Primeiro que eu acho que a pessoa vai ficando meio infeliz, assim, porque a gente nunca tá satisfeito. Essa é a verdade. A gente nunca tá... Sempre quer mais. Sempre quer mais. Sempre quer... Quando tu chega num, não sei, num patamar lá, um poder seja de faturamento, seja alguma conquista que tu quis, tu vê que tem algo a mais, tu vê que tem a próxima. E acredito que o sucesso é esse processo de crescimento, sabe? É tu olhar, assim, pra três meses atrás, pra seis meses atrás, pra um ano atrás, e tu vê que tu é uma pessoa completamente diferente da pessoa que tu era. Então, o resultado do nosso sucesso, pra mim, ele é fruto do nosso desenvolvimento pessoal.

A partir das análises, percebe-se que a espetacularização do trabalho no ambiente digital redefine a maneira como o sucesso profissional é construído e percebido. Não se trata apenas da execução técnica das atividades, mas da capacidade de projetar uma imagem coerente, admirável e reconhecível, capaz de gerar prestígio e oportunidades. O trabalho torna-se, assim, uma *performance* social contínua, mediada pela visibilidade, pelo engajamento e pelo olhar coletivo, evidenciando como a construção da carreira contemporânea está intrinsecamente ligada à exposição e à gestão da própria imagem. Nesse contexto, a lógica do “empreendedor de si”, descrita por Hertzog (2019), mostra que o sujeito precisa administrar sua carreira como um projeto pessoal, enquanto Debord (1967) e Sibilia (2008) mostram que, em uma cultura marcada pela espetacularização da vida cotidiana, a visibilidade e a exposição da intimidade tornam-se elementos fundamentais para o reconhecimento e a legitimação social, uma dinâmica que se intensifica no espaço digital.

5.3 Espetacularização do trabalho e as fronteiras da vida pessoal e profissional

Na sociedade atual, o trabalho ultrapassa os limites do espaço físico, estendendo-se continuamente às atividades cotidianas e promovendo a sobreposição entre vida pessoal e profissional. Nesse cenário, a visibilidade e a exposição características da sociedade midiática transformam a experiência cotidiana em espetáculo (Sibilia, 2008) e os desafios dessa sobreposição, revelam a dificuldade de conciliar tempos e espaços do trabalho e da vida pessoal. Sob esse viés, este tópico tem como objetivo avaliar as implicações da espetacularização na

intensificação do trabalho e na fronteira entre vida pessoal e profissional (objetivo específico c).

No que se refere, a *jornada de trabalho* observa-se que as demandas digitais e a extensão contínua das atividades profissionais impactam diretamente o tempo dedicado às tarefas laborais e ao descanso. Para melhor compreensão, apresenta-se o quadro 2, que sintetiza os principais aspectos da jornada de trabalho no contexto digital:

Quadro 2 - Jornada de trabalho e desafios de desconexão no contexto digital

Entrevistada	Atuação profissional	Horas médias/dia	Principais tarefas	Dificuldade de desconexão
E1	Influenciadora	4–8 horas (picos maiores)	Edição de vídeos, <i>posts</i> , respostas nas redes	Alta; férias e descanso incompletos devido à obrigação de criar conteúdo
E2	Nutricionista	6–8 horas (antes), agora 4 horas	Consultas <i>online</i> , produção e postagem de conteúdo	Moderada; sente culpa se não postar diariamente
E3	Palestrante/ <i>Lash</i>	6–7 horas	Reuniões <i>Zoom</i> , mentorias, produção de conteúdo	Alta; trabalho fragmentado, mesmo em dias de descanso
E4	Médica ginecologista	8–16 horas presencial + 8–10 horas teleconsulta + 2–3 horas conteúdo digital	Atendimento presencial, teleconsultas, edição de vídeos	Moderada; consegue separar parcialmente, mas permanece conectada
E5	Nutricionista	6–7 horas	Consultas, gravação de vídeos, planejamento	Moderada; tira férias, mas continua postando conteúdo
E6	Dentista	10 horas	Produção de <i>stories</i> , atendimento	Moderada; rotina intensa, mas consegue algum descanso nos finais de semana
E7	Estética	Até 80 horas semanais	Atendimento, estudo, produção de conteúdo	Alta; dificuldade extrema de desligar, inclusive nos finais de semana
E8	Educação física	8 horas aulas + produção de conteúdo	Atendimento, gravação, edição, acompanhamento <i>online</i>	Moderada; delega parte do trabalho e delimita horários, mas presença <i>online</i> contínua
E9	Advogada	8–10 horas	Produção de vídeos, atendimento, respostas	Alta; impossibilidade de desligamento total, férias limitadas
E10	Empreendedora	1–2 horas médias (dias de gravação intensos)	Produção de conteúdo, gravações, <i>posts</i>	Moderada; trabalho digital contínuo, mas algumas estratégias de concentração em dias específicos

Fonte: elaborado pela autora (2025).

O quadro apresenta a jornada de trabalho de dez profissionais de diferentes áreas, evidenciando as características do trabalho contemporâneo, sobretudo em contextos digitais. Observa-se uma grande variação na carga horária diária, que vai de 1–2 horas em dias pontuais de gravação até cerca de 80 horas semanais. As profissionais da saúde e beleza - médica, educadora física, esteticista, nutricionista e dentista - combinam atividades presenciais e digitais, resultando em jornadas longas e intensas. Em contrapartida, influenciadora, palestrante

e empreendedora lidam com picos de trabalho intermitentes, relacionados à produção e divulgação de conteúdo.

As principais tarefas das entrevistadas refletem a integração entre atividades tradicionais da profissão e demandas digitais, como produção de vídeos, edição de posts e interação constante nas redes sociais. Essa mescla evidencia a espetacularização do trabalho, em que a visibilidade *online* se torna parte central da atuação profissional, como aponta Sibília (2008) ao mostrar que a exposição da vida pessoal e profissional se transforma em estratégia de afirmação identitária, em que ser visto equivale a existir social e profissionalmente. Grohmann (2020) aponta que a organização algorítmica pode levar à precarização das condições laborais, à intensificação do trabalho e à dificuldade de desconexão, pois as plataformas funcionam 24 horas por dia, 7 dias por semana.

A dificuldade de desconexão é uma característica recorrente, sendo alta para E1, E3, E7 e E9 cujo trabalho, depende diretamente da presença digital, mesmo nos períodos de descanso ou férias como destaca E1: *“Agora que esse é o meu trabalho, tem um peso, tem uma obrigação de gerar conteúdo, tem uma obrigação de mostrar, tem obrigação de aparecer, dar a cara nos stories”*. Por outro lado, E10, E8, E6, E5, E4 e E2 conseguem algum equilíbrio, seja delegando tarefas ou definindo estratégias de concentração em momentos específicos, como menciona a E10: *“É meio que segunda a segunda, eu tento desligar pelo menos de 15 em 15 dias no final de semana. Então um final de semana sim, outro não, mas eu trabalho”*.

Os dados mostram, portanto, que a jornada contemporânea é marcada não apenas pela intensidade das horas trabalhadas, mas também pela fragmentação do tempo e pela pressão de manter-se constantemente visível. Nesse sentido, a necessidade de produzir conteúdo digital cria um trabalho contínuo, dissolvendo a fronteira entre vida profissional e pessoal, evidenciando a lógica neoliberal apontada por Hertzog (2019), autopromoção e construção de relevância profissional. Assim, o quadro ilustra como a digitalização e a espetacularização do trabalho impactam diretamente na experiência laboral das profissionais, impondo desafios significativos para a gestão do tempo, do descanso e do bem-estar.

Essa presença constante no universo digital, no entanto, traz consigo *desafios importantes para a delimitação entre o trabalho e a vida pessoal*. A partir dos relatos das entrevistadas, é possível analisar como a presença digital e as fronteiras entre vida pessoal e profissional aliadas à disponibilidade contínua e à exposição *online*, impactam a gestão do tempo, o descanso e o equilíbrio emocional. No que tange à dificuldade de separar a vida pessoal do profissional, E1, E3, E4, E5, E6, E7, E8, E9 e E10 afirmam que sim, enfrentam dificuldades.

E1: *Essa é a minha vida atualmente, vira tudo um balaio só. Vida pessoal, vida profissional, tudo vira conteúdo.*

E4: *Era um problema essa questão de chegar em casa de noite e ficar editando coisa. É um problema que impacta no pessoal, no convívio em casa.*

E6: *Eu estou em casa e ao invés de eu estar descansando, eu estou mexendo no celular para montar o conteúdo que eu quero postar. Então, isso aí afeta bastante.*

Por outro lado, E2 informou que consegue separar e que não enfrenta dificuldades em conciliar vida pessoal e profissional: *“Não, acredito que não. Porque quando eu produzia, era normalmente nos horários em que eu realmente não estava fazendo nada, assim, não estava...”*.

Em síntese, os relatos indicam que a presença digital intensa e a necessidade de estar constantemente disponível para o trabalho dificultam a delimitação entre vida pessoal e profissional para a maioria das entrevistadas, impactando o descanso e o convívio familiar. Embora haja exceções, como E2 que consegue organizar sua rotina e manter essa separação, a

experiência predominante evidencia os desafios da gestão do tempo e do equilíbrio emocional no contexto do trabalho mediado pelas redes sociais.

Além das questões relacionadas à delimitação entre trabalho e vida pessoal, o trabalho digital impõe *esforço mental e emocional*, exigindo a produção constante de conteúdo e a manutenção da imagem profissional. Muniz *et al.* (2023) destacam que a busca por visibilidade aumenta a pressão e o desgaste mental, enquanto Fidalgo (2010) evidencia que a lógica produtivista transforma o trabalho em uma *performance* contínua. Nesta perspectiva, discute-se o trabalho digital e suas exigências emocionais e cognitivas, explorando os impactos dessa dinâmica sobre a saúde psicológica.

A partir dos relatos das entrevistadas, é possível identificar como essa percepção se expressa em suas experiências cotidianas. E1: *“já pensei em trabalhar com outra coisa e excluir minhas redes sociais; é uma pressão muito grande de ganhar seguidores, mas eu gosto, então tenho que colocar a cabeça no lugar e continuar”*. Tal fala descreve como a pressão por publicar constantemente conteúdos de interesse do público cria uma cobrança diária e exige equilíbrio emocional. E2 também evidencia o impacto emocional dessa demanda: *“Deitava no travesseiro e pensava, ah, eu não poste nada hoje. Às vezes nem conseguia dormir pensando nisso”*. Já a E3 menciona a pressão da comparação e a necessidade de manter a entrega para gerar resultados: *“só o conteúdo técnico não basta, precisa lidar com comparação, perfeccionismo e cobrança”*. Apesar disso, ela encara a produção como natural e parte do trabalho E3: *“não vejo como trabalho, é bem natural pra mim”*. Em concordância, a E4 pontua que se tornou algo natural, que faz parte do trabalho.

Em adição, as falas de E5, E6, E7, E8, E9 e E10 evidenciam de forma clara as exigências emocionais e cognitivas do trabalho digital. Todas destacam que a produção constante de conteúdo requer esforço diário, planejamento estratégico e atenção contínua, reforçando que a visibilidade digital depende de presença regular.

E6: *Eu sinto que eu tenho que estar constantemente aqui, aparecendo nas redes sociais, e eu me cobro para todos os dias tentar produzir um conteúdo. Por exemplo, todos os dias de segunda a sexta eu posto uma sequência falando sobre determinado procedimento e é isso que eu falei que eu faço nos bastidores quando eu não estou atendendo, mas que eu também estou trabalhando fora do consultório, porque eu preciso organizar. [...] Então, sim, isso demanda muito.*
E9: *Impacta e é uma cobrança interna também que está sempre latente. Muitas vezes, enquanto não se percebe a importância que a rede social tem dentro do trabalho, o profissional normalmente tem a impressão de que está deixando de trabalhar para criar conteúdo. Hoje eu já tenho noção de que criar conteúdo também é trabalhar.*

De forma geral, os relatos evidenciam que o trabalho digital demanda atenção constante, esforço cognitivo e gestão emocional diária.

Em relação à intenção de abandonar a presença digital, algumas entrevistadas mencionaram considerar ou efetivamente reduzir a produção devido à pressão e sobrecarga. E1, E2, e E9 chegaram a reduzir ou abandonar temporariamente. Já a E7 pensou sobre isso, mas atualmente não considera sair das redes. Por outro lado, E3, E4, E6, E8 e E10 não cogitaram abandonar, mesmo diante da carga emocional e cognitiva, evidenciando que, apesar do esforço exigido, a manutenção da presença digital é percebida como essencial ou prazerosa para o desempenho profissional.

Diante disso, pode-se perceber que a espetacularização do trabalho digital e a exigência constante de presença nas redes sociais configuram um cenário complexo, em que a visibilidade profissional se entrelaça com a vida cotidiana. As experiências relatadas indicam que, enquanto algumas profissionais chegam a considerar reduzir ou interromper temporariamente sua atuação

digital devido ao impacto emocional, outras mantêm a presença de forma contínua, mesmo diante de exigências cognitivas e psicológicas elevadas. Esse panorama evidencia a tensão entre a necessidade de autopromoção e a preservação do equilíbrio pessoal, mostrando que a fronteira entre trabalho e vida privada permanece constantemente negociada no contexto digital, moldando práticas, estratégias e percepções sobre a própria atuação profissional.

6. CONSIDERAÇÕES FINAIS

A espetacularização do trabalho caracteriza-se pela crescente valorização da imagem e da *performance* profissional nas redes sociais, fenômeno que reflete as transformações do mundo do trabalho na era digital. Nesse contexto, a visibilidade e a autopromoção tornam-se requisitos fundamentais para a construção de carreira, reforçando o discurso do “empreendedor de si mesmo”. Na prática, essa lógica impõe ao trabalhador a responsabilidade pela própria imagem e sucesso, gerando sobrecarga emocional e intensificando as fronteiras difusas entre vida pessoal e profissional. O presente estudo analisou de que forma a espetacularização do trabalho e a autopromoção digital influenciam a construção de carreira e a precarização profissional de pessoas que atuam em diferentes áreas.

No primeiro momento, buscou-se investigar como profissionais de diferentes áreas utilizam a autopromoção digital como estratégia de construção de carreira (objetivo específico a). Observou-se que as redes sociais são utilizadas como ferramenta fundamental para ampliar a visibilidade, conquistar novos clientes e consolidar autoridade profissional. A autopromoção aparece como prática necessária à sobrevivência no mercado, impulsionada pela lógica da *performance* e pela necessidade de estar sempre presente e relevante. Entretanto, esse movimento acarreta sentimentos de cobrança, ansiedade e comparação constante, revelando o impacto psicológico da exposição contínua e da busca por reconhecimento nas plataformas digitais.

Em seguida, procurou-se identificar os impactos da espetacularização do trabalho na percepção de sucesso, ascensão e reconhecimento profissional (objetivo específico b). Constatou-se que o sucesso, para muitos profissionais, passou a ser medido não apenas pelo desempenho técnico, mas pela visibilidade alcançada e pela imagem projetada nas redes. A espetacularização cria uma lógica em que o reconhecimento depende da capacidade de transformar o cotidiano laboral em conteúdo, promovendo uma mistura entre vida pessoal e profissional. Essa exposição constante reforça a idealização de um “eu produtivo”, dificultando o reconhecimento de limites e fragilidades, e gerando pressões subjetivas que podem comprometer o bem-estar emocional.

Por fim, avaliou-se as implicações da espetacularização na intensificação do trabalho e na fronteira entre vida pessoal e profissional (objetivo específico c). Os resultados evidenciaram que o trabalho digital tende a ultrapassar os horários convencionais, tornando-se uma atividade contínua. A necessidade de manter presença online e responder às demandas de engajamento faz com que os momentos de lazer e descanso sejam invadidos por obrigações profissionais. Essa sobreposição de papéis contribui para a sensação de esgotamento e para a dificuldade de desconexão, apontando para a dissolução das fronteiras entre o tempo de trabalho e o tempo pessoal.

Um dos principais achados deste estudo refere-se ao modo como a espetacularização e a autopromoção digital, embora ofereçam oportunidades de reconhecimento e ascensão, também produzem novas formas de precarização subjetiva. A pressão por visibilidade e a autoexigência constante reforçam mecanismos de controle e autoexploração típicos da lógica neoliberal. Apesar das diferenças entre áreas profissionais, constatou-se que todos os participantes experienciam algum nível de desgaste emocional decorrente da necessidade de se

manterem produtivos e visíveis. Conclui-se que a lógica da espetacularização contribui diretamente para a intensificação do trabalho e para o comprometimento do bem-estar psíquico dos profissionais.

Assim, esta pesquisa contribui para o avanço teórico ao abordar a relação entre espetacularização do trabalho, autopromoção digital e subjetividade, temas ainda pouco explorados em conjunto, especialmente na perspectiva da Gestão de Pessoas. Ao analisar as experiências de profissionais de diferentes áreas, o estudo amplia a compreensão sobre os impactos da cultura da *performance* e da exposição nas formas de ser, agir e se reconhecer no contexto laboral contemporâneo. Do ponto de vista prático, os achados também oferecem reflexões úteis para as próprias profissionais que vivenciam esse cenário. Ao evidenciar como a autopromoção constante pode gerar pressão, comparação excessiva e desgaste emocional, o estudo reforça a importância de estabelecer limites saudáveis no uso das redes sociais como ferramenta de trabalho. Dessa forma, este trabalho contribui não apenas para o debate acadêmico, mas também para uma maior consciência crítica sobre os riscos subjetivos associados à lógica da visibilidade e da *performance* permanente.

Entre as limitações da pesquisa, destaca-se o número reduzido de participantes e o recorte específico das profissões analisadas. Para pesquisas futuras, recomenda-se aumentar o número e a diversidade de áreas de atuação dos entrevistados, bem como investigar mais profundamente as estratégias de enfrentamento e de regulação emocional utilizadas por profissionais diante das exigências de visibilidade e produtividade. Sugere-se, ainda, que futuras investigações explorem, articulando com a espetacularização do trabalho - fenômenos associados ao contexto digital contemporâneo, como o FOMO (*Fear of Missing Out*) que consiste no medo constante de perder oportunidades, conteúdos ou interações relevantes, e o *technostress*, relacionado à sobrecarga tecnológica, hiperconectividade e exigência de disponibilidade contínua.

REFERÊNCIAS

- ABÍLIO, L. C.; AMORIM, H.; GROHMANN, R.; Uberização e plataformação do trabalho no Brasil: conceitos, processos e formas. **Sociologias**, 23(57), 26–56, 2021. <https://doi.org/10.1590/15174522-116484>
- AGUIAR FILHO, A. S.; SILVA, E. D. P.; PINHEIRO, M. M. K. A economia do conhecimento e a inovação digital no setor financeiro. **Informação & Informação**, [S. l.], v. 26, n. 2, p. 205–230, 2021. DOI: 10.5433/1981-8920.2021v26n2p205. Disponível em: <https://ojs.uel.br/revistas/uel/index.php/informacao/article/view/39178>. Acesso em: 26 abr. 2025.
- ALMEIDA, A. O. S. Desenvolvimento da carreira de influenciadores digitais: uma análise multifacetada sobre experiências, **Oportunidades e Limitações**. Salvador 2024.
- ALMEIDA, S. I. C. N.; SILVA, L. V. N.; SOARES, M. C. S. Quem não é visto não é lembrado: uma análise sobre a produção de marketing jurídico ético nas redes sociais. **IV Congresso Pernambucano de Ciências Jurídicas**. 2021.
- ANTONIO, C. A.; MENDES, A. M.; Trabalho digital e subjetividade: o olhar da psicanálise. **Revista Semina: Ciências Sociais e Humanas**, [s.l.], v. 44, n. 1, p. 1-17, 2023. Disponível em: <https://ojs.uel.br/revistas/uel/index.php/seminasoc/article/view/49853>. Acesso em: 24 abr. 2025.
- ANTUNES, R.; FILGUEIRAS, V.; Plataformas digitais, uberização do trabalho e regulação no Capitalismo contemporâneo. **Contracampo**, Niterói, v. 39, n. 1, p. 27-43, abr./jul. 2020.
- ANTUNES, R.; PRAUN, L. T.; SATO, M.; Trabalho precarizado: reflexões teóricas e políticas. **Revista Serviço Social & Sociedade**, n. 140, p. 686-709, out./dez. 2022.

Disponível em: <https://www.scielo.br/j/sssoc/a/hfbnpQcKvwX4cmqPvLYDHMT>. Acesso em: 4 maio 2025.

ARAÚJO, B. S. O vínculo entre o uso excessivo da tecnologia e as doenças ocupacionais psicossociais. **Revista Eletrônica do Tribunal Regional do Trabalho da 9ª Região**, v. 9, n. 88, maio, 2020. Disponível em: <https://hdl.handle.net/20.500.12178/179973>. Acesso em: 4 maio 2025.

ATHAYDE, A. L. M.; BRAZ, D. F. N. Os valores pessoais exercem alguma influência na satisfação no trabalho? **Administração de empresas em resvista**. Vol. 2, n. 32, e-6145, p.417-444, Abril/Junho, 2023.

BAUER, M. W.; GASKELL, G (org.); Pesquisa qualitativa com texto, imagem e som: um manual prático. Tradução de Pedrinho A. **Guareschi**. Petrópolis, RJ: Vozes, 2002.

BARDIN, L. **Análise de conteúdo**. 1. ed., 3. reimp. São Paulo: Edições 70, 2016.

BEZERRA, M. A.; MOZZATO, A. R. Gamificação nas organizações: uma revisão de literatura. **Revista UFG**, v. 21, p. e21.681482, 2021. Disponível em: <https://www.revistas.ufg.br>. Acesso em: 4 maio 2025.

CARDOSO, R. M. **A influência da tiktokização das profissões na visão de carreira dos millennials e da geração Z através das mídias sociais instagram e tiktok**. Porto Alegre, 2023.

CARVALHO, A. C. L.; MENEZES, C. C. A. A plataformização e a indústria 4.0: uma nova forma de subordinar. **Revista do Tribunal Superior do Trabalho**, [S. l.], v. 90, n. 3, p. 21–44, 2024. DOI: 10.70405/rtst.v90i3.86. Disponível em: <https://revista.tst.jus.br/rtst/article/view/86>. Acesso em: 26 abr. 2025.

CAMARGO, L. F.; MELO, R. B.; JACOB, I. L. M. Neoliberalismo e a uberização do trabalho: desafios para os trabalhadores brasileiros na economia digital. **Revista Fim do Mundo**, Marília, SP, v. 5, n. 11, p. 212–238, 2024. DOI: 10.36311/2675-3871.2024.v5n11.p212-238. Disponível em: <https://revistas.marilia.unesp.br/index.php/RFM/article/view/15577>. Acesso em: 26 abr. 2025.

CAMPANELLA, B, R; **Galáxia** (São Paulo, online), ISSN: 1982-2553. Publicação Contínua. <http://dx.doi.org/10.1590/1982-2553202362494>. v. 48, 2023, pp.1-21.

CALVETE, C. S.; "Tempo de trabalho nas plataformas digitais: o suprassumo do tempo do trabalhador." **Economia e Sociedade**, v. 32, n. 2 (78), p. 409-427, maio-agosto de 2023. Disponível em: <https://www.scielo.br/j/ecos/a/PVhZ7CngmNCtst3DNQMCfJm/?format=pdf>. Acesso em: 01/06/2025.

CARVALHO, L. V.; "Informalidade e precarização do trabalho na era digital: desafios à eficácia diagonal dos direitos fundamentais." **Revista de Direitos Fundamentais nas Relações do Trabalho, Sociais e Empresariais**, v. 10, n. 2, p. 21-42, jan./jul. 2025. Disponível em: <https://www.indexlaw.org/index.php/revistadireitosfundamentais/article/download/11004/7483/30715>.

CÉSAR, R. R. A fama e os influenciadores digitais: desafios e responsabilidades jurídicas. **Migalhas de Peso**, 11 jul. 2024. Disponível em: <https://www.migalhas.com.br/depeso/410977/fama-e-influenciadores-digitais-desafios-e-responsabilidade-juridica> . Acesso em: 4 maio 2025.

DEBORD, Guy. **A sociedade do espetáculo**. Tradução de Roberta Barni. Edição digital. [S. l.]: Le Livros, 1967 [1997]. Disponível em: <https://lelivros.love/book/download-a-sociedade-do-espetaculo-guy-debord-em-epub-mobi-e-pdf/>. Acesso em: 01 maio 2025.

FELIX, G.; Trabalhadores de plataformas digitais: mundialização, superexploração e lutas de classe. **Sociedade e Estado**, [s.l.], v. 38, n. 1, p. 123-142, 2023. Disponível em: <https://periodicos.unb.br/index.php/sociedade/article/view/42797>. Acesso em: 24 abr. 2025.

FIDALGO, N. L. R. A. **Espetacularização do trabalho docente universitário: dilemas entre produzir e viver e viver para produzir**. Belo Horizonte, 2010.

FLICK, U.; Introdução à metodologia de pesquisa: um guia para iniciantes. **Brasil: Penso Editora**, 2012.

GIL, A. C. **Métodos e técnicas de pesquisa social**. 6. ed. São Paulo: Atlas, 2008.

GLASER, B. G.; STRAUSS, A. L. **The discovery of grounded theory**. Chicago: Aldine, 1967.

GROHMANN, R.; Plataformização do trabalho: entre a dataficação, a financeirização e a racionalidade neoliberal. **EPTIC VOL. 22, Nº 1, JAN.-ABR. 2020**.

GUTIERREZ RÔA, D. F. Evoluções contemporâneas das modalidades de organização do trabalho e sua incidência sobre a saúde mental do trabalhador: o caso dos nutricionistas de consultório. 2024. **Tese (Doutorado) – Universidade de São Paulo**, São Paulo, 2024. Disponível em: <https://www.teses.usp.br/teses/disponiveis/3/3136/tde-06032025-092000/pt-br.php>. Acesso em: 18 maio 2025.

HERTZOG, L. Dá um *like*, se inscreve no canal e compartilha o vídeo: um estudo sociológico sobre o trabalho e as novas tecnologias digitais no YouTube Brasil 2019. 2019. 253 f. **Dissertação (Mestrado em Sociologia) – Instituto de Filosofia e Ciências Humanas, Universidade Federal do Rio Grande do Sul**, Porto Alegre, 2019.

KANAN, L. A.; ARRUDA, M. P. Organização do trabalho na era digital: antagônicos e complementares. **Revista de Administração Contemporânea**, v. 29, n. 5, p. 590-607, 2025.

LIMA, M. A. B. Trabalho digital e formas contemporâneas de precarização. In: ANTUNES, R.; (org.). **Riqueza e miséria do trabalho no Brasil IV: Trabalho digital, autogestão e pandemia**. São Paulo: Boitempo, 2021.

MACEDO, T.; KURTZ, G. Quem não sonhou em ser um jogador de videogame? Colonialidade, precariedade e trabalho de esperança em Free Fire. **Contracampo**, Niterói, v. 40, n. 3, p. 01-23, set./dez. 2021.

MAGRI, S. M. C.; PERES-NETO, L. Reputação 4.0: Intimidade e privacidade no fenômeno discursivo da reputação corporativa. **ORGANICOM**. ANO 18, N. 36, p 174-175, maio/agosto, 2021.

MAIA, J. O.; BRAGA, D. B. Popularidade e visibilidade em redes sociais online: negociação de capitais sociais em meio digital para ampliação de audiência. **Signótica**, Goiânia, v. 29, n. 2, p. 354-376, jul./dez. 2017.

MARINS, C. T. Plataformas de redes sociais e trabalho doméstico remunerado no Brasil: transformações e implicações políticas. **Horizontes Antropológicos**, Porto Alegre, n. 68, 2024. Disponível em: <https://journals.openedition.org/horizontes/8758>. Acesso em: 17 de maio, 2025.

MENDES, I. B. *Blog é coisa séria: o negócio das influenciadoras digitais de moda no Nordeste*. 2018. 148 f. **Dissertação (Mestrado em Comunicação) – Universidade Federal de Sergipe**, São Cristóvão, 2018.

MUNIZ, A. M. V.; COSTA, M. C. L.; QUEIROZ, E. A. N. Trabalho precarizado e plataformização: comércio no circuito inferior da economia. **Cadernos Metrôpole**, v. 26, n. 59, p. 43–68, jan. 2024.

NADER, M. C. D. G.; DELGADO, J. H. M.; CORREIA, G. F. A.; CARRIERI, A. P. “Fazer a Festa” ou Produzir uma Festa? : A Espetacularização do Trabalho no Mercado de Eventos de Minas Gerais. **Revista Gestão & Conexões**, 12(3), 146–165, 2023.

<https://doi.org/10.47456/regec.2317-5087.2023.12.3.39820.146-165> 2023.

NEVES, B. C.; DAMASCENO, H. L. C. A espetacularização de si nas mídias sociais: o/a leitor/a-espetáculo e as pedagogias da visibilidade. **Conjectura: Filosofia & Educação**, Caxias do Sul, v. 27, e022019, 2022. DOI: 10.18226/21784612.v27.e022019. Disponível em: http://educa.fcc.org.br/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S2178-46122022000100109. Acesso em: 18 maio 2025.

NORONHA, A. C. C. Dispersos em tempos de economia da atenção: a tecnologia e nós. **Texto Livre**, v. 17, p. e 47843, 2024.

OLIVEIRA, J. H. F.; DEL PINO, M. A. B.; ACCORSSI, A. A precarização do trabalho ao seu enalço: O futuro da docência nas plataformas digitais. **SciELO Preprints**, 2021. DOI: 10.1590/SciELOPreprints.2356. Disponível em: <https://preprints.scielo.org/index.php/scielo/preprint/view/2356>. Acesso em: 26 abr. 2025.

OLIVEIRA, M. C. S. O Direito do Trabalho (des)conectado nas plataformas digitais. **Revista Jurídica da Universidade Federal do Rio de Janeiro**, [s.l.], v. 15, n. 3, p. 243-267, 2022. Disponível em: <https://revistas.ufrj.br/index.php/rjur/article/view/24367>. Acesso em: 24 abr. 2025.

RAMOS, L. H. Entre a espetacularização da vida cotidiana e o pragmatismo da classe trabalhadora: Elementos teóricos para a compreensão das subjetividades no YouTube. **Revista Inter-Legere**, [S. l.], v. 2, n. 26, p. c15946, 2019. DOI: 10.21680/1982-1662.2019v2n26ID15946. Disponível em: <https://periodicos.ufrn.br/interlegere/article/view/15946>. Acesso em: 26 abr. 2025.

REBECHI, C. N.; BAPTISTELLA, C. V. O trabalho mediado por plataformas digitais e assimetrias nas relações de comunicação. **Katalysis**, [s.l.], v. 27, n. 2, p. 45-59, 2023. Disponível em: <https://periodicos.ufsc.br/index.php/katalysis/article/view/82596>. Acesso em: 24 abr. 2025.

RODRIGUES, N. L. P. R.; LUCCA, S. R. Precarização do trabalho em plataformas digitais: narrativas de desgaste e desalento de motoristas e entregadores. **Saúde e Debate**, [s.l.], v. 48, n. 143, p. 9270-9285, 2024. Disponível em: <https://scielosp.org/article/sdeb/2024.v48n143/e9270/>. Acesso em: 24 abr. 2025.

SIBILIA, P.; SIMONELLY, G. Doutor ou *influencer*? A autopromoção de profissionais da medicina brasileira em redes sociais da internet. **Comunicologia**, v. 17, 2024, p. 1981-2132, Niterói – RJ, 2024.

SIBILIA, P.; **O show do eu**: a intimidade como espetáculo. Rio de Janeiro: Nova Fronteira, 2008.

SILVA, F. M.; SALTORATO, P. O controle algorítmico na organização do trabalho via plataformas digitais: uma revisão sistemática da literatura. **Revista de Administração, Sociedade e Inovação**, v. 9, n. 1, p. 142-166, 2023.

SILVA, D. W. Comunicação organizacional e as estratégias de invisibilidade e de redução/direcionamento da visibilidade nas mídias sociais. 2018. 262 f. **Tese (Doutorado em Comunicação e Informação) – Faculdade de Biblioteconomia e Comunicação, Universidade Federal do Rio Grande do Sul**, Porto Alegre, 2018.

SILVA, J. O. *Stories* do Instagram: mediação da experiência de visibilidade na cultura digital entre adolescentes. 2019. 153 f. **Dissertação (Mestrado em Comunicação Social) – Pontifícia Universidade Católica de Minas Gerais, Programa de Pós-Graduação em Comunicação Social**, Belo Horizonte, 2019.

SODRÉ, L. P.; LEAL, I. F.; MATOS, M. F. Captação de pacientes através das redes sociais: o marketing na odontologia, uma revisão de literatura. **Ciências da Saúde**, v. 29, ed. 146, 16 maio, 2025. DOI: 10.69849/revistaft/ra10202505162016.

APÊNDICE A – TERMO DE CONSENTIMENTO LIVRE E ESCLARECIDO

Você está sendo convidado(a) a participar, de forma voluntária, de uma pesquisa científica. Caso não deseje participar, não há qualquer problema. Você poderá recusar, sem justificativa, apenas selecionando a opção correspondente ao final deste documento. Este Termo de Consentimento Livre e Esclarecido (TCLE) tem como objetivo apresentar as principais informações sobre o estudo, incluindo os objetivos, metodologia, riscos, benefícios e demais esclarecimentos importantes sobre sua participação.

A pesquisa tem como foco profissionais que utilizam as redes sociais como ferramenta de visibilidade e promoção do próprio trabalho, sendo o tema central a espetacularização do trabalho e a construção da carreira. O objetivo é compreender como a exposição digital influencia trajetórias profissionais, condições de trabalho, reconhecimento e percepção de sucesso.

A entrevista será realizada com duração aproximada de 30 a 60 minutos. Sua participação é fundamental para a realização do estudo, mas é inteiramente voluntária. Você poderá desistir a qualquer momento, sem necessidade de justificativa e sem qualquer prejuízo pessoal. Você não receberá qualquer remuneração, pois esta pesquisa não envolve compensação financeira. Contudo, seus relatos contribuirão significativamente para o avanço do conhecimento científico sobre as novas dinâmicas do mundo do trabalho.

Todos os dados fornecidos por você serão tratados com sigilo e sua identidade será preservada. As informações serão utilizadas exclusivamente para fins acadêmicos. Este estudo está comprometido com as diretrizes da Lei Geral de Proteção de Dados (LGPD – Lei 13.709/2018), garantindo o uso responsável e seguro das informações. Se desejar, você poderá solicitar uma cópia deste termo a qualquer momento, entrando em contato com a pesquisadora responsável.

Pesquisadora responsável: Alessandra Severo Bueno

Acadêmica do Curso de Administração da UNIPAMPA

Telefone/WhatsApp: (55) 996897796 E-mail: alessandrabueno.aluno@unipampa.edu.br

Orientadora: Profª. Dra. Katiuscia Schiemer Vargas

E-mail: katiusciavargas@unipampa.edu.br

NOME: *

Declaro que fui devidamente informado(a) sobre os objetivos e procedimentos da pesquisa e que compreendi todas as informações apresentadas. Autorizo, de forma livre e consciente, a minha participação no estudo, ciente de que posso desistir a qualquer momento, sem prejuízo ou necessidade de justificativa, e de que minha identidade será mantida em sigilo.

() SIM

() NÃO

APÊNDICE B – ROTEIRO DE ENTREVISTA

● BLOCO 1– PERFIL DO ENTREVISTADO

1. Nome, idade, naturalidade e sexo.
2. Qual o seu estado civil? Tem filhos?
3. Organização familiar: onde e com quem mora? Como é a rotina/cotidiano familiar?
4. Fale um pouco da sua formação, experiência profissional e trabalhos anteriores.
- 5.

● BLOCO 2– TRAJETÓRIA PROFISSIONAL E CONSTRUÇÃO DE CARREIRA

Relaciona-se ao objetivo de investigar como profissionais de diferentes áreas utilizam a autopromoção digital como estratégia de construção de carreira (objetivo específico a).

1. Como você iniciou na sua carreira atual?
2. Fale um pouco sobre a rotina, o dia a dia do seu trabalho.
3. Em que momento percebeu a necessidade de utilizar as redes sociais para impulsionar sua carreira?
4. Que estratégias você adota para promover sua imagem profissional nas redes sociais?
5. Como você organiza e planeja seus conteúdos e aparições digitais pensando na sua carreira?
6. Você acredita que a sua presença digital influencia diretamente no seu crescimento profissional? De que forma? Explique.

● BLOCO 3 – PERCEPÇÕES SOBRE SUCESSO, RECONHECIMENTO E ASCENSÃO PROFISSIONAL

Relaciona-se ao objetivo de identificar os impactos da espetacularização do trabalho na percepção de sucesso, ascensão e reconhecimento profissional (objetivo específico b).

1. O que você considera como “sucesso profissional”?
2. Como você percebe o papel da visibilidade digital na conquista de reconhecimento na sua área de atuação?
3. Você já percebeu as oportunidades profissionais por conta da sua atuação nas redes sociais?
4. Em sua opinião, o reconhecimento nas redes sociais reflete a competência profissional? Explique.
5. Você se sente mais valorizado(a) por sua atuação ou por sua imagem pública projetada nas redes sociais?

● BLOCO 4 - INTENSIFICAÇÃO DO TRABALHO E FRONTEIRAS ENTRE VIDA PESSOAL E PROFISSIONAL

Refere-se ao objetivo de avaliar as implicações da espetacularização na intensificação do trabalho e na fronteira entre vida pessoal e profissional. (objetivo específico c).

1. Como é a sua jornada de trabalho? Em média, quantas horas por dia e por semana você trabalha incluindo a produção de conteúdo para as redes sociais?
2. Na sua opinião, a demanda por presença nas redes sociais impacta sua rotina de trabalho? Se sim, de que forma? Explique.
3. Já sentiu dificuldade em separar o tempo da vida pessoal ao tempo dedicado ao trabalho e, especialmente, a produção de conteúdo nas redes sociais?
4. Na sua visão, como está a qualidade e a quantidade de tempo que dedica para a sua vida pessoal (cuidar da saúde, lazer, estudos, passeios, descanso, amigos e família)?
5. Você consegue tirar férias e se desligar do trabalho?
6. Você se sente ou já se sentiu pressionado(a) a produzir conteúdo para as redes sociais? Por quê?
7. Você acredita que a produção de conteúdo digital exige energia emocional ou mental extra?
8. Você já pensou em reduzir ou abandonar sua presença digital? Explique.

APÊNDICE C – QUADRO DE CATEGORIZAÇÃO E CODIFICAÇÃO

CONSTRUCTO	CATEGORIA	DESCRIÇÃO	QUESTÕES
TRAJETÓRIA PROFISSIONAL E CONSTRUÇÃO DE CARREIRA	Início da carreira	Refere-se ao percurso inicial do profissional e às escolhas que moldaram sua identidade e trajetória no trabalho	2.1
	Cotidiano de trabalho	Envolve a rotina profissional e a motivação para atuar no ambiente digital.	2.2
	Uso estratégico das redes sociais	Percepção sobre as estratégias de postagem.	2.3 2.4 2.5
	Presença digital e crescimento profissional	Analisa a influência da visibilidade <i>online</i> no desenvolvimento da carreira e no alcance de objetivos profissionais.	2.6
PERCEPÇÃO DE SUCESSO, RECONHECIMENTO E ASCENSÃO PROFISSIONAL	Visibilidade digital, reconhecimento e oportunidade profissional	Relaciona exposição nas redes ao reconhecimento da competência e à geração de oportunidades de trabalho.	3.2 3.3
	Reconhecimento nas redes versus competência profissional	Investiga o equilíbrio entre reputação digital e habilidades técnicas efetivas do profissional.	3.4 3.5
	Definição de sucesso	Explora como o profissional entende o sucesso profissional.	3.1
INTENSIFICAÇÃO DO TRABALHO E FRONTEIRAS DA VIDA PESSOAL E PROFISSIONAL	Jornada de trabalho	Refere-se ao aumento de carga horária e ritmo devido às demandas digitais e a dificuldade de se desconectar mesmo nas férias.	4.1 4.2
	Presença digital e as fronteiras entre vida pessoal e profissional	Analisa a dificuldade de separar vida pessoal e profissional diante da exposição <i>online</i> .	4.3 4.4 4.5
	Trabalho digital e as exigências emocionais cognitivas	Diz respeito ao esforço mental e emocional da produção constante de conteúdo e seus impactos sobre a saúde psicológica.	4.6 4.7 4.8