

CREATORS 2025

O novo mapa da criação de conteúdo

Leitura para profissionais de publicidade e agências

Pesquisa Creators & Negócios 2025

6ª edição

490 respostas válidas

Coleta entre julho e setembro de 2025

“O creator virou mídia, tecnologia e pauta cultural ao mesmo tempo.”



QUEM É O CREATOR da amostra?

Perfil de quem cria, compartilha e transforma conteúdo em conexão.

O que os dados nos contam

presença feminina cresce

Sudeste ainda concentra

Instagram segue central

renda mais comum entre R\$ 2 mil e R\$ 5 mil

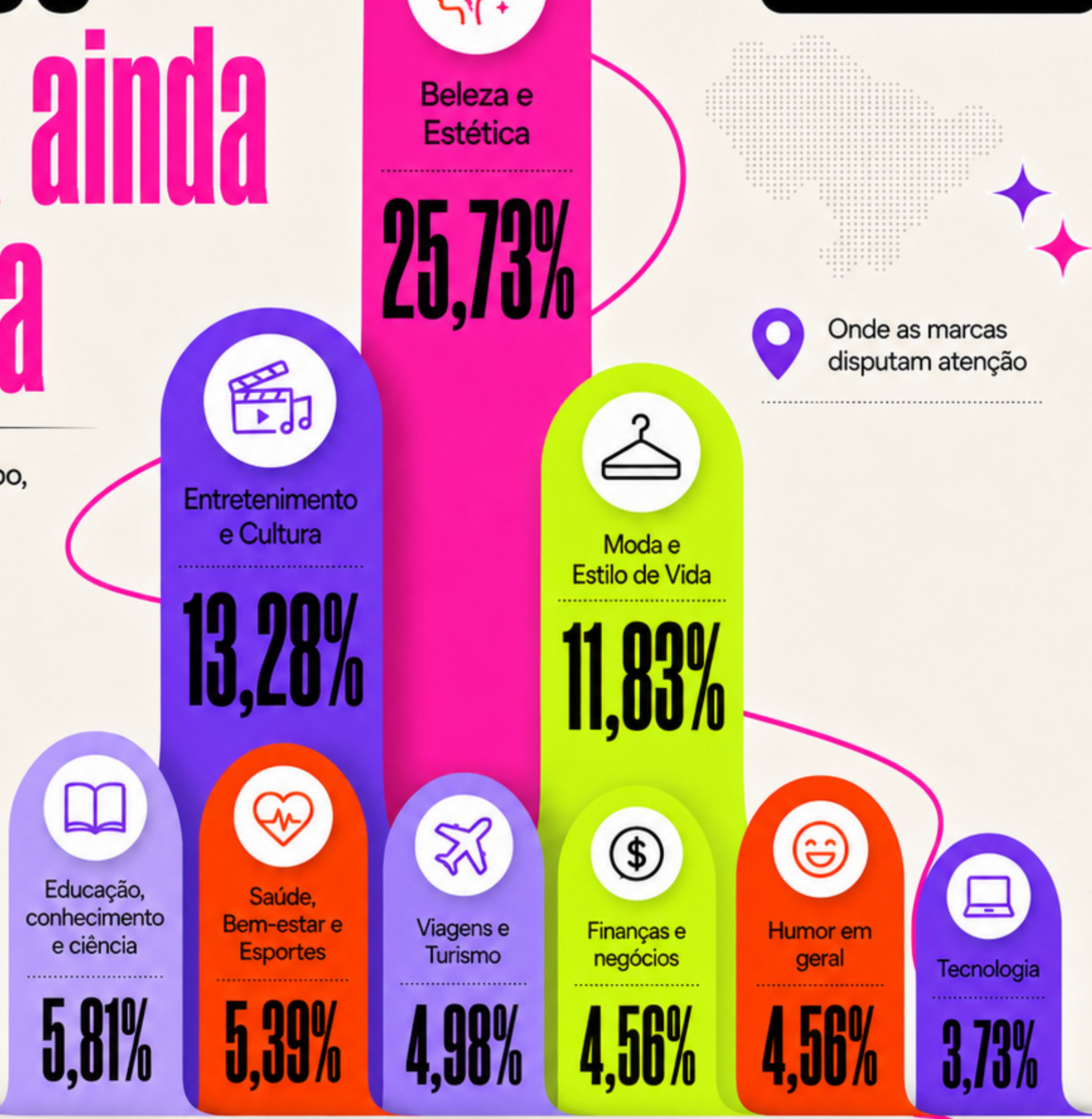


NICHOS beleza ainda domina

A beleza segue no topo, mas o creator está mais espalhado.

domina, mas perde espaço em relação a anos anteriores

o universo de criadores está mais distribuído e plural.



A REVOLUÇÃO DAS MÁQUINAS

As ferramentas viraram infraestrutura de trabalho.

Da edição à ideação, as ferramentas digitais e a inteligência artificial já fazem parte da rotina de criação.

edição de vídeos e imagens

inteligência artificial

ferramentas de criação como rotina



E DAÍ, IA TAMBÉM?

A inteligência artificial já entrou no dia a dia.

A IA já é parceira em tarefas criativas, estratégicas e operacionais. Não é mais tendência. É rotina.

87% dos creators utilizam IA no dia a dia



E QUEM NÃO CURTE UM ROBÔ?

O outro lado da IA: resistência, dúvida e controle criativo.

33% dos creators não utilizam IA



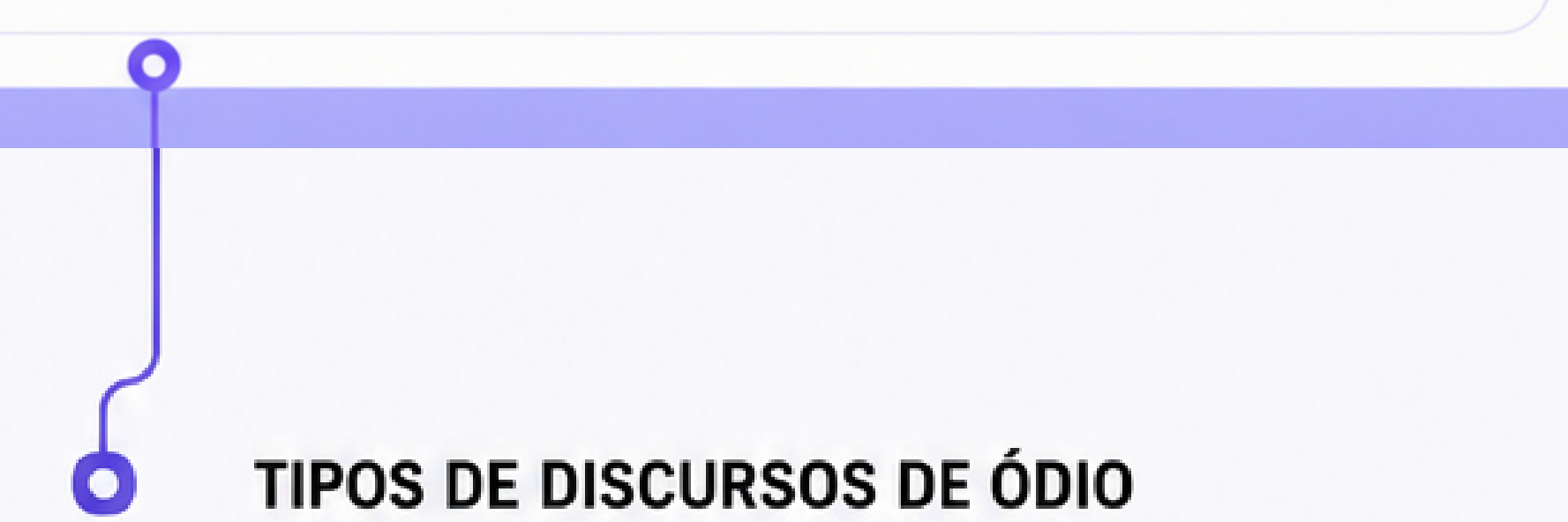
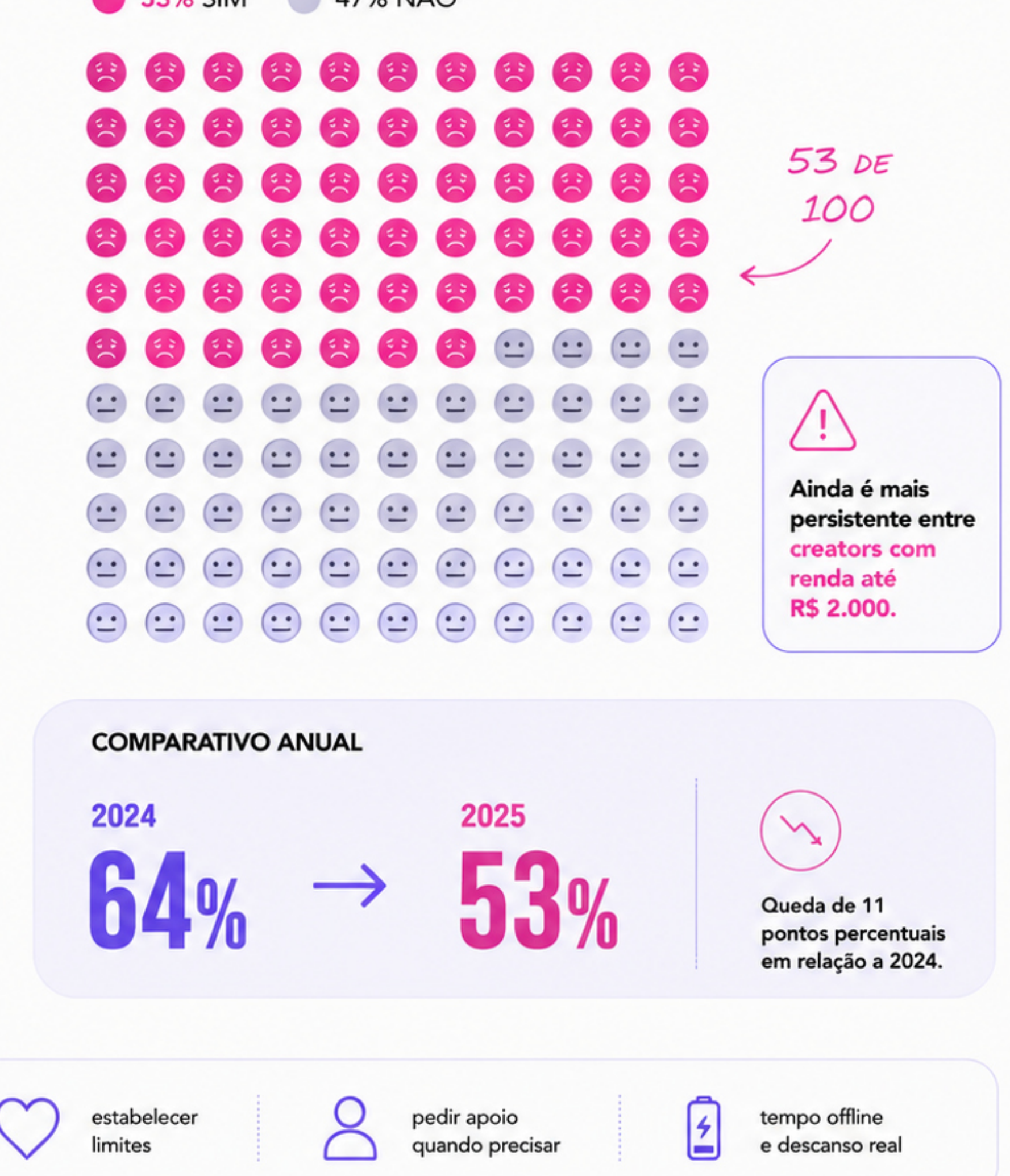
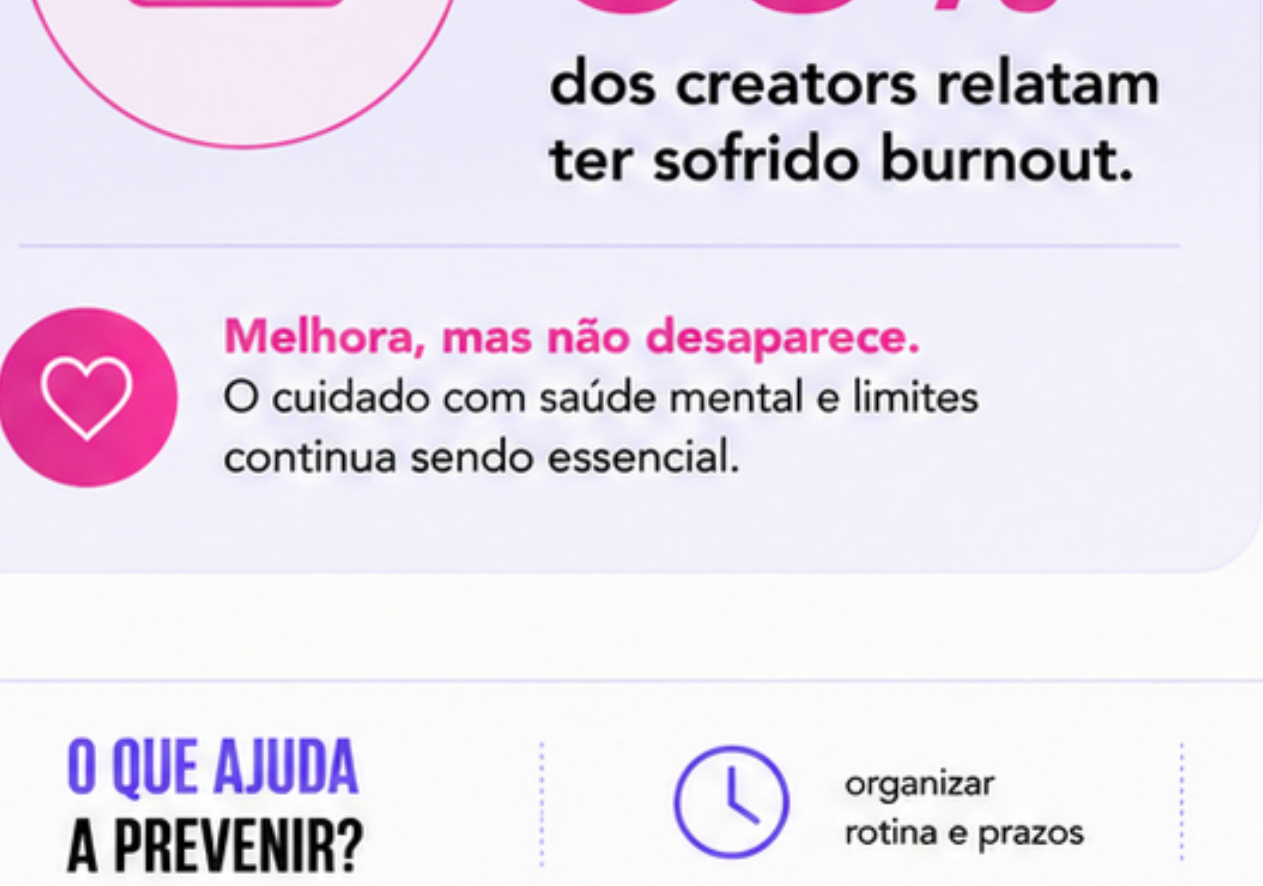
CANCELAMENTO E SAÚDE MENTAL

CRIAR CONTEÚDO TAMBÉM EXIGE GESTÃO EMOCIONAL.



BURNOUT: AINDA PESA, MAS PERDE FORÇA

O burnout deixou de ser o principal problema, mas segue impactando a rotina de quem cria.



O QUE AJUDA A PREVENIR?

organizar rotina e prazos

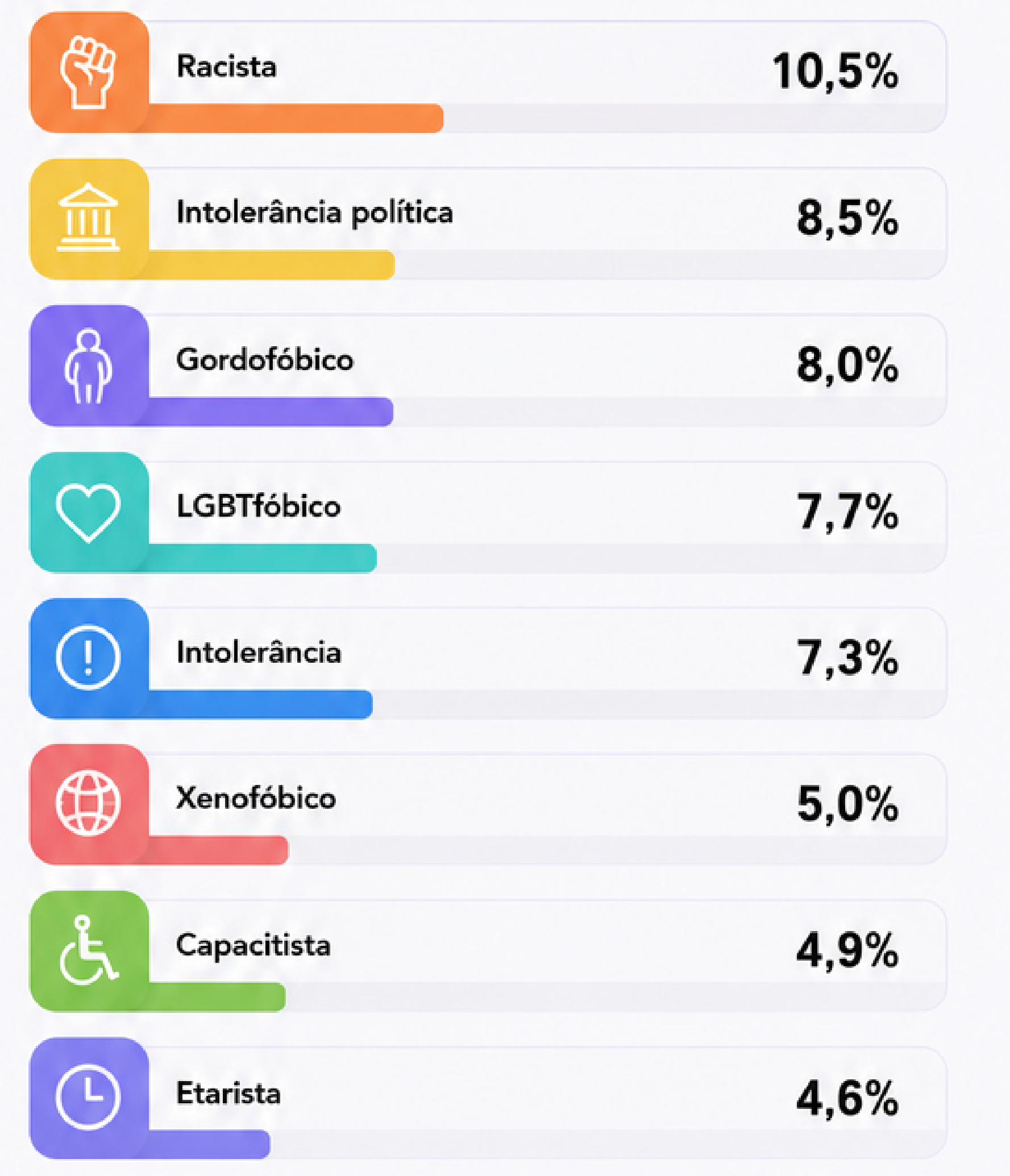
estabelecer limites

pedir apoio quando precisar

tempo offline e descanso real

DESIGUALDADE AINDA ATRAVESSA A CRIAÇÃO DE CONTEÚDO.

O discurso de ódio continua sendo uma realidade para a maioria dos creators brasileiros.



#%*!

PARA MARCAS E AGÊNCIAS, CREATOR NÃO É SÓ CANAL. É CONTEXTO, REPUTAÇÃO, FERRAMENTA, COMUNIDADE E RESPONSABILIDADE.