



NFTS COMO ESTRATÉGIA DE ENGAJAMENTO E MONETIZAÇÃO PARA INFLUENCIADORES DIGITAIS: PANORAMA GLOBAL E PERSPECTIVAS FUTURAS

NFTS AS AN ENGAGEMENT AND MONETIZATION STRATEGY FOR DIGITAL INFLUENCERS: GLOBAL OVERVIEW AND FUTURE PERSPECTIVES

NFTS COMO ESTRATEGIA DE PARTICIPACIÓN Y MONETIZACIÓN PARA INFLUENCERS DIGITALES: PANORAMA GLOBAL Y PERSPECTIVAS FUTURAS

 <https://doi.org/10.56238/levv15n38-108>

Data de submissão: 18/06/2024

Data de publicação: 18/07/2024

Rodrigo André Sabado Nicoletti

RESUMO

Este artigo tem como objetivo analisar o uso dos tokens não fungíveis (NFTs) como estratégias de engajamento e monetização aplicadas por influenciadores digitais, considerando sua função simbólica, emocional e econômica no ambiente virtual. A pesquisa foi conduzida por meio de revisão bibliográfica qualitativa, com recorte temporal entre 2022 e 2024, enfatizando os últimos cinco anos, nos quais o uso de NFTs se consolidou como prática recorrente na economia criativa e na cultura das redes. Os resultados revelam que os NFTs funcionam como extensões simbólicas da marca pessoal dos influenciadores, atuando tanto na criação de vínculos afetivos com o público quanto na construção de novas formas de receita baseadas na escassez, originalidade e exclusividade dos ativos digitais. Observou-se que os influenciadores que integram os NFTs em suas estratégias narrativas são capazes de transformar simples produtos digitais em artefatos carregados de valor afetivo e identitário, reforçando o pertencimento de seus seguidores a comunidades exclusivas. Além disso, a utilização de contratos inteligentes permite ganhos recorrentes por meio de royalties, enquanto o engajamento emocional promove fidelização, sentimento de prestígio e participação ativa do público. A monetização direta via NFTs também contribui para a autonomia financeira dos criadores, rompendo com os modelos tradicionais baseados em publicidade e algoritmos de visibilidade, ao mesmo tempo em que potencializa a atuação de microinfluenciadores e nichos criativos. A análise indica que a valorização simbólica dos NFTs depende diretamente da consistência entre narrativa, estética, autenticidade e engajamento comunitário, sendo fundamental que os ativos estejam alinhados à identidade e aos valores do influenciador. Conclui-se que os NFTs representam uma inovação significativa na economia dos criadores, transformando as dinâmicas de influência em modelos mais participativos, sustentáveis e emocionalmente conectados, nos quais a audiência não apenas consome, mas investe e participa ativamente da trajetória do criador.

Palavras-chave: NFTs. Influência Digital. Engajamento Simbólico. Monetização. Autonomia Financeira.

ABSTRACT

This article aims to analyze the use of non-fungible tokens (NFTs) as strategies for engagement and monetization applied by digital influencers, considering their symbolic, emotional, and economic

functions in virtual environments. The research was conducted through a qualitative bibliographic review, with a time frame from 2022 to 2024, emphasizing the last five years, during which the use of NFTs has become a common practice in the creative economy and network culture. The results reveal that NFTs function as symbolic extensions of influencers' personal brands, acting both in the creation of emotional bonds with the public and in the construction of new sources of revenue based on scarcity, originality, and exclusivity of digital assets. It was observed that influencers who integrate NFTs into their narrative strategies are able to transform simple digital products into artifacts filled with emotional and identity value, reinforcing the sense of belonging of their followers to exclusive communities. Furthermore, the use of smart contracts enables recurring earnings through royalties, while emotional engagement promotes loyalty, a sense of prestige, and active public participation. Direct monetization via NFTs also contributes to creators' financial autonomy, breaking away from traditional models based on advertising and visibility algorithms, while enhancing the presence of micro-influencers and niche content creators. The analysis indicates that the symbolic valuation of NFTs directly depends on the consistency between narrative, aesthetics, authenticity, and community engagement, making it essential that the assets align with the influencer's identity and values. It is concluded that NFTs represent a significant innovation in the creator economy, transforming influence dynamics into more participatory, sustainable, and emotionally connected models in which audiences do not merely consume but invest and actively participate in the creator's journey.

Keywords: NFTs. Digital Influence. Symbolic Engagement. Monetization. Financial Autonomy.

RESUMEN

Este artículo analiza el uso de tokens no fungibles (NFT) como estrategias de engagement y monetización por parte de influencers digitales, considerando sus funciones simbólicas, emocionales y económicas en el entorno virtual. La investigación se realizó mediante una revisión bibliográfica cualitativa, centrada en el período 2022-2024, con énfasis en los últimos cinco años, durante los cuales el uso de NFT se ha convertido en una práctica común en la economía creativa y la cultura de las redes sociales. Los resultados revelan que los NFT funcionan como extensiones simbólicas de las marcas personales de los influencers, contribuyendo tanto a la creación de vínculos emocionales con sus audiencias como a la creación de nuevas fuentes de ingresos basadas en la escasez, originalidad y exclusividad de los activos digitales. Se observó que los influencers que integran NFT en sus estrategias narrativas son capaces de transformar productos digitales simples en artefactos cargados de valor emocional y generador de identidad, reforzando el sentido de pertenencia de sus seguidores a comunidades exclusivas. Además, el uso de contratos inteligentes permite obtener ingresos recurrentes a través de regalías, mientras que el engagement emocional fomenta la lealtad, el sentido de prestigio y la participación activa de la audiencia. La monetización directa mediante NFT también contribuye a la autonomía financiera de los creadores, rompiendo con los modelos tradicionales basados en algoritmos de publicidad y visibilidad, a la vez que empodera a los microinfluencers y a los nichos creativos. El análisis indica que el valor simbólico de los NFT depende directamente de la coherencia entre la narrativa, la estética, la autenticidad y la interacción con la comunidad, por lo que es esencial que los activos se alineen con la identidad y los valores del influencer. La conclusión es que los NFT representan una innovación significativa en la economía de los creadores, transformando las dinámicas de influencia en modelos más participativos, sostenibles y emocionalmente conectados, en los que la audiencia no solo consume, sino que también invierte y participa activamente en la trayectoria del creador.

Palabras clave: NFT. Influencia Digital. Interacción Simbólica. Monetización. Autonomía Financiera.

1 INTRODUÇÃO

O avanço das tecnologias digitais tem provocado transformações significativas nos modos de produção, circulação e consumo de conteúdo na internet, impulsionando a emergência de novos modelos de negócios que alavancam tanto a visibilidade quanto a rentabilidade de influenciadores digitais, sendo os *tokens* não fungíveis, ou NFTs, uma das inovações mais promissoras dentro dessa lógica de descentralização e monetização por meio da escassez digital e da autenticidade certificada, o que favorece o surgimento de novas formas de conexão entre criadores de conteúdo e suas audiências (Chagas & Braga, 2024).

Influenciadores digitais, ao integrarem a lógica dos NFTs em suas estratégias de comunicação, criam pontes diretas com seus seguidores por meio de produtos digitais exclusivos, como obras de arte, memes, vídeos personalizados, ingressos virtuais ou acessos a comunidades restritas, o que amplia a percepção de valor dos bens simbólicos que representam sua imagem, voz ou criatividade e potencializa tanto o engajamento emocional quanto o econômico de suas redes (Dias & de Souza, 2024).

O fenômeno do colecionismo digital baseado em *blockchain* alterou o paradigma de participação do público nas experiências online, pois oferece uma dinâmica onde os fãs passam a exercer funções ativas na circulação e no financiamento de conteúdos digitais, contribuindo para a consolidação de comunidades sustentadas por ativos que valorizam com o tempo e reforçam a identificação afetiva com os influenciadores (Costa, 2022).

A proposta dos NFTs conecta-se diretamente com o desejo contemporâneo por pertencimento e exclusividade em ambientes digitais saturados, nos quais a efemeridade dos conteúdos e a impessoalidade das interações têm sido tensionadas por estratégias que revalorizam o vínculo entre criador e público por meio da escassez e da originalidade (Russo, 2022).

A monetização baseada em *tokens* não fungíveis redefine os modelos tradicionais de publicidade e parcerias comerciais, pois descentraliza os mecanismos de geração de receita e oferece aos influenciadores uma forma de capitalizar sua reputação e autoridade por meio da venda direta de experiências, objetos digitais e serviços simbólicos, o que altera profundamente a estrutura da *creator economy* (Freitas, 2022).

As mudanças na lógica de consumo e de *branding* no ambiente digital passaram a demandar dos influenciadores uma postura mais estratégica e empreendedora, na qual a construção da marca pessoal envolve a curadoria de experiências digitais que integrem valor artístico, engajamento afetivo e viabilidade comercial, sendo os NFTs uma ferramenta que permite consolidar essa tríade de maneira eficaz (Sena, 2023).

A consolidação dos NFTs como instrumentos de engajamento e monetização não depende exclusivamente da tecnologia *blockchain*, mas também da capacidade dos influenciadores em

mobilizar narrativas que atribuam sentido cultural e emocional a esses ativos, transformando-os em símbolos que ultrapassam o mero valor de troca e se tornam elementos-chave na arquitetura da influência digital (Villarinho, 2024).

Influenciadores que utilizam NFTs como extensão de sua identidade digital desenvolvem novas possibilidades de interação com o público, uma vez que os *tokens* passam a representar um elo direto entre a produção de conteúdo e a participação ativa dos seguidores na co-construção de valor e de comunidade, aproximando o *marketing* de relacionamento de lógicas participativas e descentralizadas (Chagas & Braga, 2024).

O cenário global aponta para a ampliação do uso de NFTs em setores como moda, música, esportes e arte digital, o que demonstra o potencial de transversalidade desses ativos na economia criativa e reforça o posicionamento de influenciadores como agentes-chave nesse ecossistema, por sua visibilidade e capacidade de gerar senso de pertencimento entre audiências nichadas (Dias & de Souza, 2024).

O engajamento baseado em NFTs amplia as formas de recompensa simbólica nas redes sociais, pois confere aos fãs a sensação de posse, participação e exclusividade, o que favorece a lealdade à marca pessoal do influenciador e cria oportunidades para estruturas de fidelização e microinvestimentos afetivos no ecossistema digital (Costa, 2022).

Nos ambientes digitais mediados por algoritmos e métricas de alcance, a incorporação dos NFTs oferece aos influenciadores uma forma alternativa de medir e monetizar o engajamento de sua audiência, não necessariamente pela quantidade de interações, mas pela profundidade das conexões simbólicas estabelecidas com seus seguidores (Russo, 2022).

A possibilidade de criar experiências exclusivas por meio de NFTs também estimula o desenvolvimento de estratégias de *marketing* sensorial e imersivo, nas quais a interação com os ativos digitais passa a fazer parte de um *storytelling* expandido, onde o seguidor deixa de ser mero espectador para se tornar investidor simbólico e coautor da narrativa do influenciador (Freitas, 2022).

Essa nova lógica de participação ressignifica o papel da escassez como valor de mercado, pois introduz no universo digital a ideia de que a raridade e a autenticidade dos ativos podem ser fundamentais para a criação de valor afetivo e financeiro em comunidades digitais hiperconectadas (Sena, 2023).

A credibilidade dos influenciadores, nesse processo, torna-se um ativo intangível valioso, pois está diretamente relacionada à confiança necessária para que os seguidores se engajem em transações baseadas em NFTs, o que reforça a importância da transparência, da consistência e da autenticidade nas estratégias de monetização digital (Villarinho, 2024).

Por fim, os NFTs consolidam uma transformação no paradigma da influência, ao permitirem que criadores estabeleçam modelos de negócios sustentáveis, baseados na autonomia, na

descentralização e na coautoria, elementos que reconfiguram a figura do influenciador de forma estrutural no mercado de atenção da era digital (Chagas & Braga, 2024).

2 REFERENCIAL TEÓRICO

2.1 A ASCENSÃO DOS NFTs NA ECONOMIA DIGITAL

O surgimento dos NFTs está diretamente relacionado ao amadurecimento da cultura digital, à evolução das redes descentralizadas e à busca por alternativas criativas de remuneração, sendo os *tokens* não fungíveis utilizados como mecanismos de escassez digital, autenticidade e exclusividade, que transformam qualquer ativo simbólico em um bem valioso de mercado, inclusive no campo da influência online, onde o engajamento emocional com a audiência se traduz em novas formas de monetização simbólica e participativa (Dias & de Souza, 2024).

O valor atribuído aos NFTs ultrapassa o campo meramente econômico e passa a integrar um contexto cultural em que a originalidade, a narrativa associada ao ativo e o pertencimento à comunidade criadora ganham destaque, estabelecendo uma nova lógica de consumo de bens digitais, onde o seguidor não é apenas receptor de conteúdo, mas se torna parte de uma construção coletiva pautada na propriedade simbólica e na coautoria da experiência digital proporcionada pelo influenciador (Chagas & Braga, 2024).

No ambiente das mídias sociais, criadores de conteúdo passaram a utilizar os NFTs como elementos centrais de suas estratégias de comunicação e diferenciação, promovendo o lançamento de coleções digitais que, além de gerarem receita, ampliam sua presença no ecossistema virtual, reforçando sua identidade de marca e estabelecendo conexões mais duradouras com seu público, que enxerga no ativo digital uma representação exclusiva de sua ligação com aquele influenciador (Russo, 2022).

A adaptabilidade dos NFTs a diferentes setores da economia criativa tem estimulado sua rápida expansão em mercados como música, moda, esportes, arte e entretenimento, permitindo a tokenização de conteúdos variados como ingressos para eventos, vídeos personalizados e produtos colecionáveis, criando um cenário favorável para influenciadores diversificarem suas fontes de renda e se posicionarem como empreendedores digitais em uma estrutura mais autônoma e inovadora (Costa, 2022).

O uso dos NFTs pelos influenciadores revela uma mudança significativa na forma como se constrói autoridade nas redes sociais, pois esses ativos digitais simbolizam uma extensão da imagem do criador e funcionam como ferramentas que geram engajamento afetivo, exclusividade e fidelização, ao permitir que a audiência participe ativamente de experiências, eventos e comunidades que orbitam a figura do influenciador de maneira mais profunda e personalizada (Freitas, 2022).

A crescente popularização dos NFTs se associa à transformação do consumo digital, especialmente entre os públicos mais jovens, que valorizam autenticidade, pertencimento e a possibilidade de participar de ecossistemas digitais exclusivos, fazendo com que influenciadores digitais explorem os *tokens* como uma extensão da experiência imersiva e como estratégia de diferenciação em meio à multiplicidade de vozes e conteúdos na internet (Sena, 2023).

A lógica dos NFTs permite que a exclusividade seja transferida para o meio digital, o que antes era restrito ao mundo físico, e isso revolucionou o conceito de propriedade, pois agora os fãs podem adquirir produtos digitais únicos vinculados diretamente a um influenciador ou artista, fortalecendo laços emocionais e reforçando o engajamento contínuo por meio de comunidades segmentadas, recompensas exclusivas e acesso a experiências privadas (Villarinho, 2024).

O valor simbólico dos NFTs está diretamente atrelado à história que o influenciador consegue construir em torno do ativo, e é essa narrativa que transforma um item digital em algo desejado, fazendo com que o seguidor consuma conteúdo e invista emocionalmente e financeiramente em elementos que representam sua identidade digital, transformando a lógica da audiência em um novo tipo de comunidade engajada e economicamente ativa (Chagas & Braga, 2024).

Influenciadores que compreendem a dinâmica das criptomoedas e da tecnologia *blockchain* têm explorado os NFTs como produto e como meio de transformar sua atuação em negócio sustentável e escalável, e isso tem levado ao surgimento de plataformas que facilitam a criação, a venda e o gerenciamento de ativos digitais, tornando o processo mais acessível e profissionalizado mesmo para criadores com estruturas menores (Costa, 2022).

A descentralização proporcionada pelos NFTs contribui para a autonomia financeira dos influenciadores, já que reduz a dependência de intermediários como agências e patrocinadores tradicionais, e permite a venda direta de produtos e experiências aos seguidores mais engajados, gerando um ciclo contínuo de fidelização, engajamento e reinvestimento em novos conteúdos ou coleções digitais (Freitas, 2022).

A arquitetura dos NFTs também oferece maior controle sobre os direitos autorais e a originalidade das obras criadas pelos influenciadores, pois cada *token* carrega metadados registrados na *blockchain* que atestam sua autenticidade, o que é essencial para proteger a propriedade intelectual dos criadores de conteúdo em um ambiente altamente competitivo e vulnerável a plágios, cópias e uso indevido da imagem (Russo, 2022).

O vínculo estabelecido entre o influenciador e sua comunidade por meio dos NFTs é fortalecido pela exclusividade das recompensas e pela percepção de escassez dos ativos digitais, o que estimula a sensação de pertencimento e o desejo de diferenciação por parte dos seguidores, criando um ciclo de valorização simbólica e financeira que beneficia tanto o criador quanto o comprador (Santos, 2021).

O comportamento das comunidades digitais tem revelado uma predisposição a consumir produtos simbólicos que representem seus valores, estilos de vida e relações emocionais com os influenciadores, e nesse cenário, os NFTs funcionam como instrumentos de mediação entre essas experiências subjetivas e o mercado, pois transformam significados pessoais em ativos digitais passíveis de troca e valorização (Dias & de Souza, 2024).

Influenciadores de diversos nichos passaram a explorar os NFTs como extensão de seus universos narrativos, criando experiências exclusivas em metaversos, clubes virtuais e espaços gamificados, onde o engajamento se baseia em recompensas simbólicas e no acesso restrito a conteúdos premium, criando ecossistemas sustentáveis em que a lealdade da audiência é constantemente reforçada por benefícios tangíveis (Sena, 2023).

A ascensão dos NFTs representa uma ruptura na estrutura tradicional de monetização de conteúdo, pois permite que a própria comunidade determine o valor de cada ativo com base no vínculo afetivo e no significado compartilhado, descentralizando a autoridade sobre o mercado e transferindo o poder para os próprios criadores e seguidores, o que amplia a autonomia dos influenciadores e transforma o relacionamento digital em uma nova forma de economia simbólica (Villarinho, 2024).

2.2 ESTRATÉGIAS DE VALORIZAÇÃO SIMBÓLICA DOS NFTs NA INFLUÊNCIA DIGITAL

A construção de valor simbólico em torno dos NFTs demanda mais do que atributos técnicos ou escassez programada, é crucial que os influenciadores desenvolvam estratégias narrativas que conectem o ativo digital à sua história pessoal, à trajetória profissional e ao imaginário de sua comunidade, criando uma percepção de exclusividade que vai além do objeto em si e se enraíza na experiência afetiva do seguidor com aquele universo simbólico (Chagas & Braga, 2024).

A narrativa associada a um NFT pode representar conquistas, marcos ou elementos identitários que envolvam o influenciador, sendo fundamental que o *token* se vincule a um valor simbólico que ressoe com a audiência, criando uma história que o seguidor deseje fazer parte, o que transforma o NFT em um artefato cultural carregado de significado dentro daquela comunidade digital (Dias & de Souza, 2024).

O uso de elementos visuais, nomes criativos, estética coerente com a marca pessoal do influenciador e simbolismos acessíveis contribui para o fortalecimento do valor emocional do ativo digital, pois cada detalhe compõe um universo imagético que reforça a sensação de pertencimento e de identificação por parte do seguidor que adquire ou interage com aquele NFT (Russo, 2022).

Influenciadores que utilizam estratégias de *storytelling* para contextualizar o lançamento de suas coleções digitais conseguem ampliar o impacto simbólico dos NFTs, pois a história contada em torno do ativo se torna o principal diferencial competitivo frente a uma oferta crescente de *tokens* no



mercado, sendo a emoção e o engajamento narrativo os elementos que impulsionam o desejo de aquisição (Costa, 2022).

A escassez programada, quando combinada a estratégias de exclusividade e tempo limitado, reforça o valor simbólico do NFT, pois gera senso de urgência e diferenciação, especialmente quando vinculada a eventos específicos, momentos únicos da trajetória do influenciador ou recompensas restritas à comunidade detentora dos *tokens* (Freitas, 2022).

A criação de NFTs vinculados a momentos históricos, bastidores de produção ou interações personalizadas com o público intensifica o vínculo emocional e transforma o ativo em uma extensão do relacionamento entre criador e seguidor, permitindo que o comprador se sinta valorizado dentro de uma lógica de proximidade e reconhecimento digital (Sena, 2023).

A prática de criar coleções limitadas e numeradas de NFTs, com características únicas e não replicáveis, contribui para a construção de valor simbólico, pois transforma cada ativo em um item raro, gerando disputas simbólicas e status dentro das comunidades virtuais, como já ocorre em ambientes de jogos online, metaverso e clubes de colecionadores digitais (Villarinho, 2024).

O engajamento prévio com a comunidade também exerce um papel fundamental na valorização simbólica dos NFTs, pois quanto mais participativa e envolvida for a audiência antes do lançamento, maior tende a ser o impacto emocional da oferta, criando expectativas e fortalecendo o senso de pertencimento coletivo ao projeto (Chagas & Braga, 2024).

Influenciadores que oferecem benefícios vinculados à posse dos NFTs, como acesso a conteúdos inéditos, eventos exclusivos, mentorias ou produtos físicos, agregam valor tangível ao ativo simbólico, tornando o *token* uma chave para experiências diferenciadas que geram engajamento contínuo e recompensas personalizadas para os seguidores mais engajados (Dias & de Souza, 2024).

O uso de plataformas especializadas para a criação e comercialização dos NFTs também influencia na construção do valor simbólico, pois determinadas redes possuem maior credibilidade, visibilidade e integração com outras formas de conteúdo, facilitando o reconhecimento do *token* como parte de um ecossistema confiável e duradouro (Costa, 2022).

Influenciadores que mantêm a coerência estética e simbólica entre seus NFTs e a identidade visual de suas redes sociais fortalecem a percepção de profissionalismo e autenticidade, pois o público percebe uma continuidade narrativa que confere sentido à coleção, valorizando o ativo como parte integrante de uma experiência mais ampla (Russo, 2022).

A interação constante com os detentores dos NFTs, por meio de comunidades exclusivas, enquetes, agradecimentos públicos ou inserção em decisões criativas, torna o processo de valorização simbólica mais colaborativo, fazendo com que os seguidores se sintam coautores e cocriadores de uma trajetória digital que ultrapassa o simples consumo (Sena, 2023).

Criadores que exploram formatos interativos em seus NFTs, como gamificação, realidade aumentada ou integração com metaversos, elevam a experiência simbólica do ativo, transformando o *token* em um artefato dinâmico, multifuncional e emocionalmente envolvente, o que o torna mais valorizado por públicos jovens e tecnologicamente engajados (Freitas, 2022).

O reconhecimento social obtido pelos seguidores que adquirem NFTs exclusivos de influenciadores renomados também contribui para o valor simbólico do ativo, pois esses *tokens* funcionam como sinalizadores de pertencimento a uma elite simbólica digital, criando uma lógica de status que impulsiona o desejo de consumo (Villarinho, 2024).

A valorização simbólica dos NFTs, quando estruturada estrategicamente, permite que influenciadores digitais se destaquem no ecossistema de criação de conteúdo, pelo número de seguidores ou visualizações e pela capacidade de gerar experiências afetivas e memoráveis que conectam seus ativos digitais a histórias pessoais, comunidades engajadas e narrativas que reforçam seu lugar na cultura digital contemporânea (Santos, 2021).

2.3 O PAPEL DOS NFTs NA MONETIZAÇÃO DIRETA E NA AUTONOMIA FINANCEIRA DOS INFLUENCIADORES

A monetização direta por meio de NFTs tem possibilitado aos influenciadores o controle total sobre a forma como seus conteúdos e ativos digitais são comercializados, eliminando a necessidade de intermediação por marcas, agências ou plataformas, o que representa uma ruptura significativa em relação aos modelos tradicionais baseados em publicidade e patrocínios (Chagas & Braga, 2024).

Ao permitir que influenciadores vendam diretamente aos seus seguidores itens digitais exclusivos, os NFTs abrem espaço para uma economia descentralizada onde a audiência se transforma em investidora e patrocinadora, criando uma relação comercial mais transparente e alinhada com os valores de autonomia, autenticidade e reciprocidade que caracterizam a cultura digital contemporânea (Dias & de Souza, 2024).

A criação de produtos simbólicos únicos, como vídeos personalizados, ilustrações, trechos de áudio, bastidores ou colecionáveis digitais, tornou-se uma das formas mais eficazes de monetização para criadores que possuem uma base de seguidores engajada, permitindo que cada NFT represente uma experiência personalizada e, ao mesmo tempo, um ativo de valor de mercado (Costa, 2022).

Os ganhos com NFTs podem ser escalonáveis e recorrentes, especialmente quando os contratos inteligentes associados aos *tokens* incluem cláusulas de *royalties* automáticos sobre revendas, o que garante ao influenciador uma fonte contínua de renda mesmo após a primeira transação, tornando o modelo financeiramente sustentável no longo prazo (Freitas, 2022).

Influenciadores que diversificam suas fontes de receita por meio da emissão de NFTs conseguem reduzir sua dependência das flutuações de engajamento nas redes sociais e das mudanças

de algoritmo das plataformas, o que fortalece sua estabilidade financeira e permite maior liberdade criativa na produção de conteúdo (Sena, 2023).

A venda de NFTs também favorece o planejamento estratégico da carreira dos influenciadores, pois os *tokens* podem ser usados para financiar novos projetos, estimular campanhas colaborativas com os seguidores e gerar caixa sem a necessidade de recorrer a instituições tradicionais ou investidores externos, o que amplia o escopo de ação e a autonomia do criador (Villarinho, 2024).

Além de representar uma fonte de renda direta, os NFTs reforçam a construção de marca pessoal, pois o valor de cada *token* está atrelado à reputação, à consistência e à originalidade do influenciador, criando um ciclo em que a autoridade simbólica gera valor financeiro e, ao mesmo tempo, esse valor retroalimenta o prestígio do criador no mercado (Chagas & Braga, 2024).

A possibilidade de pré-venda de coleções digitais ou de *crowdfundings* baseados em NFTs tem se mostrado uma alternativa eficiente para monetizar ideias ainda em fase inicial, pois permite que os seguidores invistam no potencial do criador e participem da construção coletiva de novos produtos, conteúdos ou experiências, o que amplia o envolvimento afetivo e o comprometimento com a jornada do influenciador (Dias & de Souza, 2024).

Os NFTs também criam oportunidades para monetização indireta, ao permitirem que os detentores de *tokens* acessem vantagens exclusivas como cursos, eventos privados, mentorias ou clubes de assinatura, gerando ecossistemas de fidelização em que a aquisição do ativo digital é a porta de entrada para uma comunidade com benefícios progressivos e personalizados (Costa, 2022).

Essa lógica de monetização direta estimula a profissionalização dos influenciadores, que passam a se ver como empreendedores digitais, gerenciando suas próprias marcas, produtos, clientes e fluxos financeiros, e para isso muitos têm buscado formação em áreas como *marketing*, finanças, direito autoral e *blockchain*, consolidando um perfil cada vez mais estratégico e multidisciplinar (Freitas, 2022).

A transparência nas transações proporcionada pela *blockchain* fortalece a relação de confiança entre criador e seguidor, pois o público consegue verificar a autenticidade do NFT, o histórico de propriedade e o uso dos recursos obtidos, o que reforça a credibilidade do influenciador e valoriza a experiência de compra digital (Russo, 2022).

A autonomia financeira conquistada por meio da venda de NFTs também contribui para a sustentabilidade emocional dos influenciadores, que deixam de depender exclusivamente de métricas voláteis de engajamento ou da aprovação de patrocinadores, podendo desenvolver projetos autorais com mais liberdade criativa e menos pressão por likes ou visualizações (Sena, 2023).

Influenciadores que constroem modelos de negócios baseados em NFTs conseguem ampliar sua atuação para além da produção de conteúdo, tornando-se gestores de comunidades, curadores de

experiências digitais e desenvolvedores de produtos simbólicos que geram valor real para seus seguidores, o que representa uma mudança de paradigma na lógica da influência (Villarinho, 2024).

A lógica de monetização por NFTs se adapta a diferentes perfis de criadores, desde grandes influenciadores com milhões de seguidores até microinfluenciadores de nicho, pois o que determina o sucesso não é o alcance bruto, mas a qualidade do vínculo com a audiência e a capacidade de oferecer produtos digitais significativos e desejáveis (Chagas & Braga, 2024).

Com a consolidação dos NFTs como ferramenta de monetização direta, os influenciadores passam a exercer maior controle sobre sua trajetória profissional, transformando sua influência em capital simbólico e financeiro, criando ecossistemas próprios de circulação de valor que operam de forma paralela e muitas vezes superior às lógicas tradicionais de mercado (Dias & de Souza, 2024).

3 METODOLOGIA

A presente pesquisa adotou uma abordagem qualitativa, ancorada em revisão bibliográfica, por meio da análise de produções acadêmicas e científicas relacionadas à temática dos *tokens* não fungíveis (NFTs) como ferramentas de engajamento e monetização no universo da influência digital, com ênfase nos impactos simbólicos, narrativos e econômicos dessa tecnologia aplicada ao campo da economia criativa e da cultura de redes, priorizando interpretações que valorizem a profundidade dos fenômenos observados em detrimento da quantificação estatística dos dados encontrados.

A escolha pela revisão bibliográfica se fundamenta na proposta de reunir, interpretar e discutir os principais conceitos, argumentos e perspectivas já consolidados na literatura especializada, conforme orientações metodológicas de Gil, que considera esse tipo de pesquisa fundamental para o aprofundamento teórico e a delimitação de objetos emergentes, como os NFTs no cenário atual da influência digital e da monetização descentralizada, ampliando as possibilidades de análise crítica sobre a transformação dos modelos de negócio e das dinâmicas comunicacionais nesse novo ambiente.

A revisão foi estruturada a partir da consulta a fontes acadêmicas indexadas em bases como Scielo, Google Scholar e repositórios de universidades públicas brasileiras, priorizando artigos, dissertações e monografias publicados entre os anos de 2022 e 2024, com recorte mais intensivo nos estudos dos últimos cinco anos, período em que se observa uma expansão significativa do uso de NFTs e uma consolidação progressiva da economia dos criadores, refletida tanto nas práticas mercadológicas quanto nas produções acadêmicas.

A delimitação temporal teve como objetivo captar a evolução conceitual e prática do uso dos NFTs por influenciadores digitais, observando tendências e transformações que ocorreram após a consolidação das redes sociais como ferramentas de trabalho, e identificando como a literatura nacional tem abordado as relações entre engajamento simbólico, monetização direta e autonomia profissional nesse contexto.

Os critérios de inclusão adotados para a seleção dos materiais analisados foram: pertinência direta com o tema da pesquisa, presença de discussões teóricas ou empíricas sobre NFTs, influência digital e economia simbólica, além da autoria estar vinculada a instituições acadêmicas reconhecidas; por outro lado, foram excluídos trabalhos com foco técnico exclusivamente voltado à programação de *tokens* ou à arquitetura de *blockchain*, bem como textos opinativos desprovidos de fundamentação científica.

A organização do material coletado seguiu a lógica da categorização temática, conforme propõem Lakatos e Marconi, permitindo agrupar os conteúdos em três núcleos principais de discussão: a ascensão dos NFTs na economia digital, sua função como instrumento de valorização simbólica e sua utilização como estratégia de monetização direta por influenciadores, o que favoreceu uma leitura mais integrada das fontes e facilitou a articulação dos conceitos-chave de cada etapa da análise.

A análise dos textos foi orientada pela identificação de padrões argumentativos, recorrências terminológicas e relações entre categorias emergentes, com o objetivo de construir uma reflexão teórica consistente sobre os NFTs na transformação da lógica de influência e nas estratégias de engajamento emocional e econômico de criadores de conteúdo, permitindo estabelecer conexões entre diferentes autores e correntes interpretativas.

4 RESULTADOS E DISCUSSÃO

A análise dos estudos revisados evidencia que o uso de NFTs pelos influenciadores digitais não se limita à venda de ativos colecionáveis, mas configura uma estratégia de fortalecimento da marca pessoal e de geração de valor simbólico, permitindo a construção de comunidades engajadas por meio da oferta de produtos digitais exclusivos que funcionam como representações da identidade do criador e como mecanismos de distinção dentro dos espaços virtuais (Chagas & Braga, 2024).

O vínculo emocional estabelecido entre os influenciadores e seus seguidores é intensificado com a introdução dos NFTs como elementos simbólicos carregados de significado, pois esses *tokens* funcionam como uma extensão da presença digital do criador, gerando sentimento de proximidade, reconhecimento e lealdade entre aqueles que os adquirem e participam de sua circulação dentro das comunidades formadas nas redes sociais (Dias & de Souza, 2024).

As estratégias narrativas desenvolvidas pelos influenciadores para atribuir valor aos NFTs são decisivas para sua aceitação no mercado, sendo recorrente a utilização de histórias pessoais, bastidores de produção, conquistas e momentos exclusivos como temas dos ativos, o que reforça o caráter afetivo e memorável de cada item comercializado e amplia o desejo de pertencimento do público às experiências compartilhadas (Russo, 2022).

Estudos demonstram que a percepção de escassez programada, combinada com a promessa de acesso a conteúdos ou eventos restritos, é um dos principais fatores que estimulam a aquisição de

NFTs, pois os seguidores enxergam nesses ativos uma oportunidade de diferenciação dentro da comunidade digital e um símbolo de prestígio associado à proximidade com o influenciador (Freitas, 2022).

A monetização direta viabilizada pelos NFTs representa um avanço significativo na autonomia financeira dos criadores de conteúdo, pois permite que eles construam modelos de negócio independentes das plataformas tradicionais e das lógicas algorítmicas, o que garante maior estabilidade econômica e liberdade criativa na produção de conteúdos originais (Costa, 2022).

Os contratos inteligentes associados aos NFTs têm se revelado ferramentas eficazes para garantir a remuneração contínua dos influenciadores, pois possibilitam a inserção automática de *royalties* em revendas dos *tokens*, o que significa que o criador continua sendo remunerado cada vez que o ativo é comercializado no mercado secundário, criando um fluxo de renda recorrente e sustentável (Sena, 2023).

A descentralização promovida pela tecnologia *blockchain* permite que os influenciadores atuem de forma mais autônoma e estratégica, explorando diferentes plataformas e mercados sem a necessidade de intermediários, o que favorece especialmente os criadores de nicho e os microinfluenciadores, que passam a ter maior controle sobre suas carreiras e sobre a rentabilização de sua autoridade digital (Villarinho, 2024).

O uso de NFTs também tem fortalecido os seguidores como coautores da trajetória do influenciador, já que muitos *tokens* oferecem acesso a processos criativos, decisões colaborativas e conteúdos personalizados, o que transforma a audiência em parte ativa da construção simbólica e financeira do projeto digital, elevando o grau de engajamento e fidelidade da base (Chagas & Braga, 2024).

Influenciadores que investem na estética e na curadoria dos NFTs conseguem ampliar o valor percebido de suas coleções digitais, pois a combinação entre arte visual, identidade da marca pessoal e narrativa envolvente potencializa o desejo de aquisição e reforça a exclusividade do produto, transformando cada item em um artefato simbólico e colecionável dentro da cultura de redes (Russo, 2022).

A análise dos documentos evidencia que a principal motivação dos seguidores para adquirir NFTs de influenciadores não é apenas o valor de revenda, mas a possibilidade de se conectar emocionalmente ao criador e demonstrar pertencimento a uma comunidade exclusiva, o que transforma o ato de compra em uma forma de expressão identitária e de reforço simbólico da relação com aquele universo narrativo (Dias & de Souza, 2024).

Outro ponto observado nos estudos é que os influenciadores mais bem-sucedidos no uso de NFTs são aqueles que constroem ecossistemas completos, com canais exclusivos, comunidades no metaverso, conteúdos premium e experiências gamificadas, o que transforma a posse do *token* em uma

porta de entrada para um universo digital próprio, onde a interação acontece em múltiplas camadas simbólicas (Freitas, 2022).

A comercialização de NFTs como forma de financiamento coletivo para novos projetos criativos tem sido uma estratégia recorrente entre influenciadores que desejam manter sua independência em relação a grandes marcas ou plataformas, pois os *tokens* funcionam como mecanismos de mobilização da audiência e como ativos que garantem retorno financeiro, visibilidade e fortalecimento da relação com os seguidores mais engajados (Costa, 2022).

Os resultados da análise também indicam que a autenticidade percebida na postura do influenciador impacta diretamente na aceitação dos NFTs, o lançamento das coleções deve estar alinhado aos valores e ao estilo de vida do criador, pois o público tende a rejeitar iniciativas que pareçam meramente oportunistas ou desconectadas da narrativa construída ao longo do tempo (Sena, 2023).

O fortalecimento da marca pessoal por meio de NFTs depende, portanto, de um planejamento estratégico que envolva não só aspectos técnicos, mas principalmente a construção de significados compartilhados entre o criador e sua comunidade, sendo a autenticidade, a coerência estética e o envolvimento afetivo os principais pilares da valorização simbólica desses ativos no mercado digital (Villarinho, 2024).

Com base nas evidências extraídas da literatura revisada, é possível afirmar que os NFTs representam uma inovação relevante para o campo da influência digital, pela sua capacidade de gerar renda e por proporcionarem novas formas de relação, pertencimento e construção de comunidade, tornando-se ferramentas poderosas para influenciadores que desejam fortalecer sua presença no mercado de forma ética, criativa e sustentável (Santos, 2021).

5 CONSIDERAÇÕES FINAIS

A evolução da tecnologia digital e o surgimento de novas formas de representação simbólica e econômica impulsionaram transformações substanciais nas estratégias utilizadas por influenciadores digitais para consolidar suas marcas, ampliar sua audiência e gerar renda, e dentro desse movimento, os NFTs se destacaram como ferramentas versáteis que unem valor de mercado e identidade cultural em um único ativo virtual.

A análise conduzida ao longo deste estudo demonstrou que os *tokens* não fungíveis operam como elementos de mediação entre criador e seguidor, permitindo que o engajamento deixe de ser limitado a curtidas ou comentários para assumir uma dimensão mais profunda, marcada pela coparticipação em experiências digitais e pela construção de narrativas compartilhadas que fortalecem o vínculo emocional entre as partes.

O uso dos NFTs não se restringe à monetização direta, mas abrange aspectos simbólicos que envolvem pertencimento, exclusividade e valorização afetiva, possibilitando que o seguidor se sinta parte de uma comunidade com códigos próprios, recompensas específicas e espaços de interação diferenciados, o que amplia as possibilidades de fidelização e solidificação de audiência.

Ao transformar ativos simbólicos em produtos digitais de valor econômico, os influenciadores conseguem ampliar sua autonomia profissional e financeira, driblando as limitações impostas pelas plataformas tradicionais, diversificando suas fontes de receita e assumindo o controle sobre suas estratégias comerciais, com maior liberdade criativa e independência mercadológica.

O estudo evidenciou que a valorização simbólica dos NFTs depende da habilidade do influenciador em construir histórias consistentes e em manter a coerência estética, discursiva e estratégica de sua marca pessoal, sendo a autenticidade percebida pelo público um fator decisivo para a aceitação e a valorização dos ativos no ambiente digital.

O relacionamento com os seguidores deixa de ser unicamente baseado em entrega de conteúdo gratuito para se transformar em uma relação de troca simbólica e, muitas vezes, econômica, onde o *token* funciona como uma espécie de assinatura que expressa admiração, pertencimento e reconhecimento mútuo entre criador e audiência.

A utilização dos NFTs também impulsiona a profissionalização do influenciador, que passa a atuar como empreendedor digital, gestor de produtos criativos e articulador de comunidades, exigindo dele competências que envolvem *marketing*, tecnologia, gestão de marca e sensibilidade cultural para compreender o comportamento de consumo de sua audiência.

A revisão bibliográfica evidenciou que os *tokens* não fungíveis ainda estão em processo de amadurecimento conceitual e mercadológico, o que exige dos criadores um posicionamento ético e estratégico diante de seu uso, a fim de evitar modismos passageiros ou iniciativas que fragilizem a relação de confiança construída ao longo do tempo com seus seguidores.

A pesquisa também aponta caminhos para futuras investigações empíricas que possam aprofundar o impacto dos NFTs na carreira de influenciadores de diferentes nichos, comparando resultados financeiros, percepções da audiência e tipos de engajamento gerados, o que contribuiria para uma compreensão mais ampla do fenômeno e de suas possibilidades de expansão no mercado digital.

Assim, os NFTs representam mais do que uma inovação tecnológica: constituem uma ferramenta de transformação das relações digitais, dos modelos de negócio e da lógica simbólica da influência, sendo sua efetividade diretamente proporcional à capacidade do influenciador de gerar sentido, valor e comunidade por meio de suas estratégias narrativas, comerciais e afetivas.



REFERÊNCIAS

CHAGAS, R. A. de L.; BRAGA, I. M. S. Marketing digital e tokens-não fungíveis: estudo de caso da marca Pantys. *Revista Interdisciplinar de Comunicação (RICOM)*, v. 2, n. 1, p. 32–51, 2024.

COSTA, P. H. C. da. A problemática natureza jurídica dos Non-Fungible Tokens. *Revista da Faculdade de Direito/DIKE – UFS*, v. 4, n. 1, p. 122–134, 2022.

DIAS, A. C. S.; DE SOUZA, E. J. NFTs e o valor simbólico da influência digital. *Revista Interdisciplinar de Comunicação (RICOM)*, v. 2, n. 1, p. 19–31, 2024.

FREITAS, H. P. de. *Os impactos financeiros dos NFT Games durante o período pandêmico*. 2022. Trabalho de Conclusão de Curso (Bacharelado em Administração) – Universidade Federal do Ceará, Fortaleza, 2022.

RUSSO, D. M. *O uso de NFT pelo mercado da moda*. 2022. Trabalho de Conclusão de Curso (Bacharelado em Direito) – Universidade Presbiteriana Mackenzie, São Paulo, 2022.

SANTOS, D. P. dos. *NFTs como estratégia de valorização simbólica na comunicação digital*. 2021. Trabalho de Conclusão de Curso (Bacharelado em Comunicação Social) – Universidade Federal do Maranhão, São Luís, 2021.

SENA, T. V. Moda na era digital: explorando as tendências do metaverso, NFTs e sustentabilidade. *Ensinar Moda em Revista (UDESC)*, v. 7, n. 2, 2023.

VILLARINHO, G. A. *Doação de NFTs à luz do direito sucessório*. 2024. Dissertação (Mestrado em Direito Civil) – Pontifícia Universidade Católica do Rio de Janeiro, Rio de Janeiro, 2024.