

## Branding de influência além do like

Ewerton Mokarzel (\*)

*O mercado de influência vive uma crise de identidade. Não é uma crise de volume. O dinheiro continua fluindo, os creators se multiplicam e as campanhas ficam cada vez maiores. É uma crise de significado*

Estamos medindo o sucesso pelo volume, não pela aderência. Essa miopia estratégica vem custando milhões em equity para as marcas.

O marketing de influência tradicional se afogou em métricas de vaidade. Curtidas, comentários e impressões são o novo pão e circo do mercado. Esses indicadores inflam relatórios, justificam budgets e dão a falsa sensação de sucesso.

**Comprar alcance X construir desejo** - Alógica tradicional trata o influenciador como veículo. Paga-se pelo alcance, mede-se o clique e repete-se a fórmula até cansar. O mercado, em sua pressa por escala, construiu uma estrutura frágil e fácil de desmontar quando se exige metodologia e resultado sustentável.

Essa fragilidade expõe um mercado onde a maior parte do investimento se perde no ruído. Em muitos casos, 80% a 90% dos comentários em um post patrocinado falam do influenciador ["linda", "te amo"] e não da marca ou do produto. O problema não é o creator, e sim o sistema que o cerca. Relatórios baseados em prints de tela. Análises superficiais que se resumem a contar "positivos" e "negativos", com um excesso de "neutros" sem significado real. Conflitos de interesse em agências de marketing digital que priorizam o lucro e acabam sacrificando a estratégia da marca.

**Branding de influência** - A profissionalização do setor não é uma tendência, é uma necessidade de sobrevivência. Marcas como Nike e Mars estão internalizando suas operações de influência, tratando creators como um canal estratégico. Um grande benefício disso para as marcas é o controle do desempenho atrelado à estratégia.

É nesse contexto que surge o branding de influência, um recorte do marketing de influência orientado à marca, com foco em valor de marca, consistência cultural e conteúdo como ativo. A prioridade não é o CPM (Custo por Mil) ou o CAC (Custo de Aquisição de Cliente) imediato, mas sim a construção de associações, credibilidade, consideração e preferência. A marca precisa acessar comunidades com legitimidade e o conteúdo gerado deve

se transformar em ativo e estratégia para geração de valor.

O que o mercado chama de "engajamento" pode ser lido como relevância de marca. Segundo a Timelens, ao analisar a taxa de aderência, apenas 3% a 5% dos comentários tratam da mensagem central da marca. Se o seu budget está gerando 95% de ruído, você não está fazendo marketing de influência. Você está financiando a popularidade de terceiros.

**Brand safety e a ciência do "fit"** - A profissionalização trouxe também governança de risco. De checagem de histórico a protocolos de crise, o tema virou prioridade em grandes marcas. Em formatos de alto crescimento, a marca tem menos controle, mas precisa de parâmetros claros sem matar a autenticidade. Em ambiente polarizado, a ausência de governança e de checklists operacionais pode levar a perdas bilionárias, como mostrou em 2023 o caso Bud Light da AB InBev, nos Estados Unidos.

O principal desafio continua sendo a seleção do creator ideal, e o mercado ainda confunde volume com relevância. A chave do branding de influência é a aderência — o famoso "fit". O estudo "Understanding influencer marketing" mostra que o resultado melhora quando existe aderência entre influenciador, produto e público. Aderência alta eleva o desejo em relação à marca, aumenta a intenção de compra e a recomendação. O "fit" vai além da categoria do produto: mede estética, repertório, valores, tom e, principalmente, o tipo de relação que o criador de conteúdo tem com sua audiência.

**Fim da era do creator genérico e do engajamento inflado** - O branding de influência exige que a liderança de marketing troque a planilha de likes pelo rigor metodológico. Misturar tudo num único ROAS é preguiça analítica. Dá mais trabalho do que somar likes, mas faz algo mais difícil e valioso: transforma confiança em preferência recorrente e margem. O futuro não está em ter mais creators, mas em ter os creators certos, com a mensagem certa, gerando a aderência que realmente constrói valor.

Dominar territórios não é ocupar mapa, é tornar-se referência cultural e de linguagem. O branding de influência trabalha por share de busca, de venda e de conversa ao mesmo tempo. O resultado pode não ser viral, mas, toda vez que o assunto emerge, sua marca chega primeiro, fala melhor e vende mais.

(\*) CEO e sócio da FutureBrand SP.

# A institucionalização da Renda Fixa Digital no Brasil

A expansão do mercado de Renda Fixa Digital (RFD) ainda é frequentemente descrito como um fenômeno predominantemente varejista, marcado por pequenas captações com ticket reduzido e distribuição por plataformas digitais para uma base ampla de investidores. Essa caracterização, contudo, não abrange integralmente a estrutura observada nos dados recentes

Beny Fard (\*)

O Relatório Renda Fixa Digital 2026 evidencia uma assimetria típica de fases iniciais de institucionalização. De um lado, o varejo predomina em quantidade de operações e impulsiona a capilaridade do mercado. De outro, o investidor institucional já concentra parcela relevante do volume, por meio de emissões maiores e estruturas mais robustas. Em 2025, foram registradas captações que alcançaram R\$ 885 milhões, patamar incompatível com a leitura de mercado embrionário.

Na ponta das emissões, o varejo concentra a maior parte das ofertas. Em 2025, 45,8% das operações situaram-se na faixa de até R\$ 500 mil, em geral sob o regime simplificado da RCVM 88, com vencimentos de até 12 meses e taxas prefixadas. Esse perfil atende à demanda de investidores pessoa física e alta renda que buscam crédito fora da intermediação bancária tradicional, combinando prazos curtos, retorno potencialmente superior e fracionamento que permite diversificação.

Simultaneamente, o mesmo ecossistema registrou operações de maior porte, capazes de alterar a leitura estrutural do mercado. A coexistência de predominância varejista em quantidade e presença institucional em volume sugere que o canal de distribuição já opera com eficiência na base, enquanto determinadas estruturas passaram a atender critérios de diligência compatíveis com comitês institucionais.

A expansão da base varejista contribuiu para tração, recorrência e maturidade operacional. O ingresso institucional ocorre quando



a estrutura deixa de depender exclusivamente de narrativa tecnológica e passa a apresentar governança, documentação e enquadramento jurídico adequados a mandatos profissionais.

Emissões de maior dimensão indicam capacidade de origem e estruturação, além de apetite de investidores profissionais quando os parâmetros de risco e governança são considerados adequados. Não implicam homogeneização do mercado, nem eliminam fricções no secundário ou padronizam automaticamente a qualidade de lastro das ofertas de menor porte.

O que demonstram é a consolidação de uma camada que opera sob lógica institucional: estrutura jurídica defensável, documentação robusta, controles definidos e desenho de risco alinhado a mandato. Esse movimento ocorre paralelamente à continuidade da expansão varejista. A coexistência de subsegmentos, com diferentes perfis de risco, prazo e indexação, é característica de mercados em transição para estágios mais maduros.

Os dados de 2025 indicam que, à medida que o prazo das operações se estende, a indexação tende a migrar para CDI e, em alguns casos, IPCA. Essa dinâmica reflete

racional de gestão de risco associado ao investidor institucional. Mandatos institucionais raramente assumem duration longa prefixada sem convicção consistente de cenário macroeconômico e política formal de risco de taxa. O CDI funciona como referência de previsibilidade e comparabilidade, reduzindo volatilidade relativa e facilitando enquadramento em carteiras que priorizam controle de risco.

A ampliação da oferta de operações com prazos mais longos e indexadores aderentes ao padrão institucional amplia o universo potencial de compradores. A institucionalização, nesse contexto, não decorre da tokenização em si, mas do padrão de estruturação financeira, jurídica e de governança apresentado. A infraestrutura digital atua como meio operacional; a decisão de investimento permanece ancorada na qualidade da engenharia do ativo.

O arcabouço regulatório exerce papel estruturante nesse processo. A RCVM 88 estabelece deveres, limites e responsabilidades que organizam a distribuição ao varejo sob parâmetros definidos. Ao mesmo tempo, impõe restrições que impactam a dinâmica de institucionalização, especialmente no tema da liquidez.

Persistem limitações como a vedação de portabilidade entre plataformas e a inexistência de mercado secundário estruturado nos moldes tradicionais. Em grande parte das ofertas, a lógica predominante permanece a de manutenção até o vencimento, salvo quando há mecanismo explícito de saída antecipada.

O debate regulatório sobre negociação subsequente, portabilidade e mecanismos agregadores de liquidez é relevante porque incide diretamente sobre o ponto de convergência entre capilaridade varejista e conforto institucional. À medida que o arcabouço evolui, a diligência tende a se tornar mais padronizável, reduzindo fricções operacionais e reputacionais.

O cenário observado indica a coexistência de dois perfis dentro do mesmo ecossistema: operações de curto prazo, prefixadas e pulverizadas, com características próximas ao varejo de crédito privado, e estruturas de maior porte, prazos mais longos, indexação ao CDI e governança reforçada, compatíveis com investidor institucional. A análise dessas operações passa pela identificação do público natural da estrutura e pela avaliação objetiva de fundamentos como qualidade do lastro, executabilidade jurídica, matemática financeira do papel, trilhas de evidência e fricções reais de distribuição.

Os dados recentes apontam para um mercado em transição, no qual a assimetria entre quantidade e volume constitui parte do processo de amadurecimento da Renda Fixa Digital como infraestrutura de crédito.

## Vistos de turismo, estudo e trabalho seguem regulares para brasileiros nos EUA

Revisão administrativa anunciada pelo governo americano se restringe a vistos de imigrante e não altera processos de turismo, estudo, trabalho temporário ou investimento.

Informações divulgadas nas últimas semanas sobre mudanças no sistema de vistos dos Estados Unidos geraram dúvidas entre brasileiros que planejam viajar, estudar, trabalhar temporariamente ou investir no país. No entanto, dados recentes do Departamento de Estado americano indicam que não houve qualquer suspensão no processamento de vistos de não imigrante, nem restrições à entrada ou saída de estrangeiros que possuem visto válido.

As alterações anunciadas pelo governo americano em janeiro de 2026 dizem respeito exclusivamente a uma revisão administrativa interna aplicada à etapa final consular de alguns vistos de imigrante, aqueles que resultam na concessão de residência permanente, o chamado green card.

A medida não afeta os vistos temporários, que seguem sendo solicitados, analisados e emitidos normalmente.

"O que houve foi uma pausa pontual e administrativa relacionada a determinados vistos de imigrante. Isso não impacta, em nenhum aspecto, os vistos de não imigrante, que continuam plenamente operacionais", afirma Leo Ickowicz, sócio-fundador da Elite International Realty. "Vistos de turismo e negócios, estudo, intercâmbio, trabalho temporário e investimento seguem sendo processados sem qualquer alteração."

Segundo informações oficiais divulgadas pelo próprio governo dos Estados Unidos, categorias amplamente utilizadas por brasileiros, como B-1/B-2, F-1, J-1, H-1B, L-1, O-1 e E-2, permanecem válidas e disponíveis. Quem já possui visto ativo mantém o direito de viajar normalmente, respeitando as regras usuais de admissão no país, enquanto novos solicitantes

podem dar entrada em seus pedidos sem receio de suspensão.

À frente de uma consultoria imobiliária que assessora brasileiros na compra e locação de imóveis e em processos de realocação, estudo, trabalho temporário e investimento nos Estados Unidos, Ickowicz mantém contato frequente com demandas relacionadas à adaptação inicial no país, como moradia, saúde, mobilidade e educação. Essa atuação permite acompanhar, na prática, o funcionamento dos procedimentos consulares e os impactos reais de revisões administrativas anunciadas pelo governo americano.

"Em momentos de ruído informacional, é comum que pessoas adiem decisões importantes por receio de mudanças que, na prática, não ocorreram", diz Leo Ickowicz. "Hoje, não há qualquer sinalização oficial que indique suspensão ou bloqueio de vistos de não imigrante para brasileiros".