



2 - Como surgiram os influenciadores na era digital?

A era digital - os anos 2000

Agora finalmente chegamos a fase digital, o período que causou a evolução do marketing de influência.

A indústria de publicidade foi a mesma por 50 anos até a internet e redes sociais chegarem e perturbarem a indústria como um todo.



2003 a 2010: era de ouro dos blogs

Início dos anos 2000: popularização da internet, especialmente pelo público mais jovem, os blogs passaram a virar uma verdadeira febre.

Estadão faz até campanha contra os blogs.





As redes sociais não eram canais tão populares ainda — o My Space só foi criado em 2003, o Orkut em 2004 e o Twitter em 2006. As pessoas usavam os blogs para contar para outras um pouco sobre suas vidas.

Especialmente no Brasil, um fenômeno tomou conta da internet: os fotologs ou flogs.

Os blogs também começaram a ter uma outra associação: o mundo das blogueiras.

Mulheres começaram a usar o canal como um portal de branding pessoal, onde discutiam sobre assuntos diversos como maquiagem, saúde, beleza e outros assuntos geralmente ligados a um lifestyle.

Aliás, muitas delas nem precisavam ter um blog: um canal no Youtube ou uma página no Instagram para que elas se enquadrasssem na categoria.



As marcas perceberam o poder e a influência que essas blogueiras tinham com o seu público-alvo, e elas passaram a ser as novas queridinhas da publicidade.

Exemplo: recebidos das marcas.

Bianca Andrade

<https://www.youtube.com/watch?v=tQ1QIps994E>

Camila Coelho

<https://www.youtube.com/watch?v=FD6xrsO1iYU>

