

Resumo

Atualmente, as redes sociais recebem grande parte da atenção dos *marketeers* e cada vez maiores investimentos de marketing das empresas. Os protagonistas das redes sociais são os influenciadores digitais, pessoas que ganharam fama através da produção de conteúdo na Internet, conquistaram inúmeros seguidores e possuem alto poder de influência. Sendo assim, cada vez mais as empresas procuram formas de associação a esses influenciadores digitais, uma vez que eles são importantes formadores de opinião dos seus públicos-alvo.

Portanto, este trabalho, por meio de entrevistas em profundidades, estuda o perfil e a trajetória de 10 macro influenciadores digitais brasileiros que atingiram o sucesso na rede social Instagram. A fim de aumentar a credibilidade desta pesquisa, foram mantidos os nomes reais dos influenciadores digitais entrevistados, autorizado pelos mesmos, visto que todas as informações adquiridas são exclusivamente para fins acadêmicos. Os dados foram analisados por meio da análise de conteúdo, com auxílio do programa de computador, MAXQDA, para análise de dados qualitativa.

De acordo com os objetivos específicos definidos para este estudo foram encontrados como principais resultados a definição das etapas da construção de um influenciador digital de sucesso, as principais características e ações que os influenciadores digitais possuem em comum, como, por exemplo, a autenticidade e a produção de conteúdo e as principais mais-valias que os influenciadores digitais podem proporcionar para uma marca, como, por exemplo, dar um tom de personalidade à publicidade e agregar credibilidade à marca.

Este estudo possui relevância acadêmica ao contribuir para a literatura de influenciadores digitais e marketing de influência, considerada a escassez de estudos acadêmicos focados em estudar o processo de construção de influenciadores digitais. Em relação às contribuições práticas e empresariais, este estudo é relevante por abordar questões que auxiliam os profissionais de marketing a verificar a adequação de parcerias entre os influenciadores e as marcas.

Palavras-chave: influenciador digital, líder de opinião, marketing de influência, *eWOM*, marketing digital.