

RESUMO - CIÊNCIAS SOCIAIS APLICADAS - TURISMO

A UTILIZAÇÃO DA REDE SOCIAL TIKTOK NA HOTELARIA DA CIDADE DO RIO DE JANEIRO

Lívia Rezende Furtado (liviarezende11@ufrj.br)

Mariana Pires Vidal Lopez (marivdal@ufrj.br)

Marina Hastenreiter Silva (marina.silva@prof.eteab.faetec.rj.gov.br)

O contínuo desenvolvimento da tecnologia acarreta a necessidade de mudança e adaptação das

diversas áreas de uma empresa, como por exemplo, o marketing. Em razão disso, o marketing

digital, que é compreendido como um conjunto de atividades e práticas do marketing tradicional

que possuem o objetivo de gerir a relação com o público-alvo através de tecnologias digitais de

informação e comunicação, tem sido impulsionado pelas mudanças ocorridas devido à essas

novas tecnologias, portanto, tem sido cada vez mais importante dentro das empresas. Neste

contexto, o setor da hotelaria tem utilizado diferentes ferramentas e recursos tecnológicos a fim

de beneficiar tanto os hóspedes quanto as empresas hoteleiras. Nessas ferramentas inclui-se o

marketing digital, que desempenha um papel importante por possibilitar que turistas explorem

as características de destinos turísticos por meio de diferentes meios de comunicação. Estes

últimos englobam as redes sociais, que agem como importantes ferramentas para o marketing

digital, diante da sua popularidade atual e do seu avanço em diferentes contextos, que permitiu,

também, que pessoas as utilizem para gerar vendas e aumentar a competitividade das empresas.

Uma das plataformas de redes sociais que cresceu muito nos últimos anos foram as plataformas

de vídeos curtos, como exemplo, o TikTok. Diante disso, a presente pesquisa possui o objetivo

de investigar o uso da rede social TikTok como ferramenta do marketing digital em meios de

hospedagem na cidade do Rio de Janeiro/ RJ. Acerca da fundamentação teórica, tomou-se como

base os estudos sobre o marketing digital, redes sociais e suas ações sob a hotelaria, por meio

da pesquisa bibliográfica, adotando-se artigos nacionais e internacionais. Para tal, foi realizado

um levantamento bibliográfico nas bases de busca “Scielo”, “Scopus”, “Web of Science” e

Publicações de Turismo. Ainda sobre os procedimentos metodológicos, foi realizado o

levantamento de meios de hospedagem na cidade do Rio de Janeiro, através do google maps, e

a verificação de cadastro de tais meios de hospedagem na rede social TikTok. Em seguida, foi realizada a elaboração e aplicação de um checklist adaptado para a rede social TikTok, composto por indicadores que possibilitaram o entendimento de como o TikTok é utilizado como uma ferramenta tecnológica no marketing digital dos meios de hospedagem. Como resultado, notou-se a baixa adesão da plataforma TikTok pelos meios de hospedagem analisados nesta pesquisa, encontrando somente 14 presentes no aplicativo entre os 83 considerados. Após a observação desses 14 perfis notou-se que 5 deles não são mais ativos, mostrando um número considerável de desistência do uso do aplicativo. Além disso, notou-se que a interação com o público, realizada pelos comentários, não somam ao marketing digital da empresa, já que a maioria dos comentários são superficiais e não agregam valor ao conteúdo postado. Nota-se também que em alguns dos perfis não há frequência nas postagens, nem conteúdo bem-apresentado, mostrando uma provável falta de aplicação do conhecimento sobre marketing digital e também sobre as plataformas e ferramentas digitais, fator que influencia no bom desempenho do marketing digital. A partir dos resultados foi possível perceber que, mesmo que o TikTok esteja em crescimento, poucos dos meios de hospedagem analisados o

utilizam, além de existir um alto número de desistências do uso da rede social pelos perfis

analisados dos meios de hospedagem na cidade do Rio de Janeiro. Notou-se também o pouco

empenho de alguns dos perfis ao não terem frequência nas postagens, nem conteúdo bem-

apresentado. Dessa forma, observou-se que ainda não existe um grande investimento no TikTok

por parte dos meios de hospedagem em questão.

Palavras-chave: hotelaria; marketing digital; tiktok.