

O Marketing das Plataformas de Streaming nas Redes Sociais durante a Pandemia da Covid-19

Micaelle Fernandes dos Santos

Boletim MarkEsalq Ano 10 Nº71/ Julho 2022 -
O Marketing das Plataformas de Streaming nas
Redes Sociais Durante a Pandemia da Covid-19.
ISSN 2318-9819



O que é o Marketing nas Redes Sociais

O marketing nas redes sociais são as estratégias que as marcas utilizam para promover seu nome, seus produtos e seus serviços nas mídias sociais, a fim de contribuir para o alcance das metas do marketing da empresa. Além disso, essa técnica também é conhecida, em inglês, como social media marketing.

Ademais, o marketing nos veículos midiáticos é responsável por demonstrar os valores e conceitos, explicitando o seu posicionamento como marca. Em adição, essa estratégia é útil para aumentar o conhecimento do público, a relevância, o engajamento e atrair potenciais consumidores para a marca.

Outrossim, o marketing nas redes sociais não se limita apenas a publicações no feed, mas também, produção de conteúdo, planejamento, interação com o público-alvo, monitoramento, otimização da estratégia e investimentos em anúncios e propagandas.

Nesse contexto, os profissionais de marketing utilizam as ferramentas fornecidas pelas redes como *LinkedIn*, *Instagram*, *TikTok*, *Twitter*, *Facebook*, entre outros, de acordo com a segmentação de atuação da marca.



Fonte: Marcus Pessoa, 2017. Disponível em:
<<https://marcuspessoa.com.br/estrategias-de-social-media-marketing-em-empresas-business-to-business-b2b/>>. Acesso em: 26 de jan. de 2022.

O que são plataformas de streamings

Os serviços de streaming é uma tecnologia que possibilita a transmissão de dados pela internet, sem a necessidade do usuário realizar o download do conteúdo. O arquivo pode ser acessado online, sendo uma música, um filme, uma série, um livro ou um vídeo. O detentor do conteúdo transmite o material, sem ocupar o espaço do celular ou computador. No entanto, algumas plataformas de streaming possibilitam o download dos conteúdos, apenas para os assinantes.

Para mais, esse serviço é responsável por auxiliar no combate contra a pirataria. Aliás, o streaming é responsável por trazer uma maior comodidade para os seus clientes, porque através de uma conta (podendo ser paga ou gratuita) é possível ter acesso a um acervo de conteúdos, que sem a plataforma seria difícil acessar legalmente de maneira individual, já que os custos separados de cada mídia são altos.

Nesse caso, os serviços de streaming mais famosos são a *Netflix*, a *Amazon Prime Video*, o *Spotify*, o *Youtube*, a *Apple Music* e o *Twitch*.



Fonte: Papel Pop, 2021. Disponível em:
<<https://www.papelpop.com/2021/12/streaming-no-brasil-uma-analise-sobre-o-crescimento-das-plataformas-em-2021/>>. Acesso em: 26 de jan. de 2022.

O Marketing nas Redes Sociais e as Plataformas de Streaming durante a pandemia

Com a pandemia Covid-19, que teve início no ano de 2020, o mundo teve que se adaptar às novas mudanças que foram surgindo, bem como o distanciamento e o isolamento social. Desse modo, o uso das redes sociais durante a pandemia cresceu de maneira exponencial. De acordo com o estudo feito pela Hootsuite em parceria com We Are Social, atualmente há 4,7 bilhões de pessoas conectadas na internet, sendo que 6 em cada 10 dessas acessam a internet pelo smartphone, tablet ou computador, isto é, mais da metade do mundo está conectado à rede. Além disso, esse estudo também salienta que 4,33 bilhões de pessoas são usuárias de alguma mídia social, visto que com o isolamento social, os encontros que antes eram realizados pessoalmente, hoje são feitos de modo virtual, através de redes sociais.

Segundo a professora do [MBA em Marketing na USP/Esalq](#), Liliane Ferrari, o mercado pode, e deve, aproveitar esse aumento do uso dos veículos midiáticos para potencializar as suas vendas. Nesse sentido, a utilização das mídias sociais para a realização do marketing da empresa teve um grande crescimento. Então, as empresas estão se reinventando e utilizando a digitalização a seu favor, porque com o marketing nas redes sociais, a marca tem um aumento na visibilidade, no relacionamento com os clientes, no engajamento e, também, tem uma definição do seu posicionamento de marca.

Em adição, durante a pandemia houve um crescimento de usuários nas plataformas de streaming. De acordo com o estudo realizado pela RankMyApp, em relação a 2019, nos últimos dois anos os aplicativos de streaming de vídeo tiveram um crescimento de 300% nas buscas da Apple Store e Google Play Store. Ademais, no primeiro semestre de 2021 esse aumento foi extremamente relevante e exponencial. A título de exemplo, na Play Store, de cinco aplicativos mais buscados na classe do entretenimento, quatro são plataformas de streaming de vídeos e, na Apple Store, essa estatística também é a mesma.

Para mais, segundo dados publicados pela Forbes da Motion Pictures Association (MPA), durante a pandemia em 2020, as assinaturas de plataformas de streaming cresceram 26%, ou seja, 232 milhões de contas foram criadas, comparando com o ano de 2019. À vista disso, em 2020 esses serviços fecharam o ano com 1,1 bilhão de assinaturas ativas ao redor do mundo. Sendo assim, como afirmado pela Kantar IBOPE Media, 98%

dos usuários de internet consomem algum conteúdo via streaming e 73% afirmam que esse consumo aumentou após o início da pandemia. Por isso, nos últimos dois anos começaram a surgir novas tendências que estão se concretizando no mercado.

Em vista disso, com o crescimento concomitante dos usuários nas redes sociais e nas plataformas de streaming durante a pandemia, muitas marcas começaram a investir em seu marketing nesses veículos midiáticos e obtiveram sucesso. Não obstante, as empresas de streaming, com o objetivo de atrair ainda mais pessoas, também começaram a investir no marketing nas redes sociais, realizando publicidades e propagandas de seus serviços nas mídias sociais mais bombadas, de acordo com o seu público.

Cases de Sucesso

● TikTok

O **TikTok** é um exemplo de mídia social que está sendo muito utilizado como ferramenta de marketing. Durante o isolamento social, essa rede recebeu diversos acessos, dado que era uma mídia relativamente nova e, conseqüentemente, muitas marcas viram a oportunidade de ganhar relevância e expandir o seu público-alvo. O TikTok é um aplicativo chinês, que virou um fenômeno entre os jovens (menores de 30 anos, em sua grande maioria com a idade entre 16 e 24 anos), se tornando o segundo aplicativo mais baixado da internet. Nele é possível assistir vídeos curtos com efeitos, músicas e vozes. Dessa forma, marcas que têm ou querem ampliar para esse público, utilizam essa rede social para fazer o seu marketing, realizando propagandas e publicidades.

Fonte: Facebook oficial TikTok, 2021. Disponível em: <<https://www.facebook.com/tiktokbrasil.official/>>. Acesso em: 26 de jan. de 2022.



● Globoplay

O Globoplay é uma plataforma digital de vídeos da Globo, isto é, um serviço de streaming, em que é possível encontrar séries originais e exclusivas, documentários, filmes, novelas, programas e conteúdos infantis, além do sinal ao vivo da TV Globo e do Canal Futura. Durante a pandemia, devido ao aumento do marketing nas redes sociais e o sucesso do TikTok, a Globo começou a realizar suas propagandas e publicidades da sua plataforma de streaming nesse novo veículo midiático.

Fonte: Globoplay, 2022. Disponível em: <<https://globoplay.globo.com/>>. Acesso em: 26 de jan. de 2022.



● Prime Video

O Prime Video também é uma plataforma de streaming de vídeo, só que da Amazon, que está incluso no pacote do Amazon Prime e semelhante ao Globoplay, o Prime Video também tem conteúdo exclusivo, além de produções licenciadas de séries e filmes. Essa plataforma de streaming no decorrer da pandemia da Covid-19, também utilizou do crescimento das mídias sociais a seu favor. Iniciou o seu marketing na rede chinesa, realizando propagandas e publicidades de seus serviços, a fim de atrair o público-alvo do TikTok para sua plataforma digital.

Fonte: Prime Video, 2022. Disponível em: <https://www.primevideo.com/?_encoding=UTF8&language=pt_br>. Acesso em: 26 de jan. de 2022.





Com o isolamento social decorrente da pandemia da Covid-19, o número de usuários nas redes sociais cresceram de maneira exponencial, bem como o marketing nesses veículos midiáticos e, também, a quantidade de assinantes das plataformas de streaming.

Assim, as empresas de serviços de streaming estão investindo em um marketing voltado para as mídias sociais, a fim de atrair um novo público ou comunicar aquele que já era seu cliente de sua infraestrutura e novidades.

Portanto, é retratado duas plataformas de streaming famosas, o Globoplay e o Prime Video, que notaram todo sucesso e oportunidade de engajamento para os seus serviços nessa época de crise sanitária e iniciaram o seu marketing na nova rede social chinesa, o TikTok.

● Referências:

Aplicativos de streaming crescem 300% nas lojas nos últimos 2 anos. Poder 360. Disponível em: <<https://www.poder360.com.br/midia/aplicativos-de-streaming-crescem-300-nas-lojas-nos-ultimos-2-anos/>>. Acesso em: 24 de jan. de 2022.

Audiência de plataformas de streaming aumenta durante a pandemia. Folha BV. Disponível em: <<https://folhabv.com.br/noticia/CIDADES/Capital/Audiencia-de-plataformas-de-streaming-aumenta-durante-a-pandemia/78223>>. Acesso em: 24 de jan. de 2022.

Benefícios das redes sociais na pandemia. Blog Next. Disponível em: <<https://next.pecege.com/blog/2021/09/23/beneficios-das-redes-sociais-na-pandemia/>>. Acesso em: 22 de jan. de 2022.

Crescimento das Redes Sociais Durante A Pandemia. Digidias. Disponível em: <https://www.digideias.com.br/crescimento_das_redes_sociais_durante_a_pandemia/>. Acesso em: 22 de jan. de 2022.

Entenda o que é streaming e confira as principais plataformas. Melhor Plano. Disponível em: <<https://melhorplano.net/streaming#:~:text=Servi%C3%A7os%20de%20streaming%20s%C3%A3o%20aqueles,ao%20filme%2C%20m%C3%BAsica%20ou%20livro.&text=O%20dispositivo%20carrega%20parte%20do,aconte%C3%A7a%20praticamente%20em%20tempo%20real>>. Acesso em: 20 de jan. de 2022.

Marketing nas redes sociais e a divulgação em mídias sociais. Academia do Marketing. Disponível em: <<https://www.academiadomarketing.com.br/marketing-nas-redes-sociais/>>. Acesso em: 18 de jan. de 2022.

Marketing nas Redes Sociais: Como Alcançar os melhores resultados em cada rede. Rockcontent. Disponível em: <<https://rockcontent.com/br/blog/marketing-nas-redes-sociais/#:~:text=Marketing%20nas%20redes%20sociais%20s%C3%A3o,ingl%C3%AAs%2C%20de%20social%20media%20marketing>>. Acesso em: 18 de jan. de 2022.

O que é Amazon Prime Video [e o catálogo é bom]?. Tecnoblog. Disponível em: <<https://tecnoblog.net/responde/amazon-prime-video-vale-a-pena/>>. Acesso em: 26 de jan. de 2022.

O que é o Globoplay?. Globoplay. Disponível em: <<https://ajuda.globo/globoplay/app/sobre-o-globoplay/faq/o-que-e-o-globoplay.ghtml>>. Acesso em: 26 de jan. de 2022.

O que é streaming? [Netflix, Spotify, mais o que?]. Tecnoblog. Disponível em: <<https://tecnoblog.net/responde/o-que-e-streaming/>>. Acesso em: 20 de jan. de 2022.

Redes sociais e engajamento crescem durante a pandemia. Motion Publicidade. Disponível em: <<https://www.motionpublicidade.com.br/blog/redes-sociais-e-engajamento-crescem-durante-a-pandemia/>>. Acesso em: 22 de jan. de 2022.

TikTok no Brasil e na sua marca: 10 estatísticas para arrasar em 2022. Shopify. Disponível em: <<https://www.shopify.com.br/blog/tiktok-brasil#:~:text=Segundo%20dados%20da%20pr%C3%B3pria%20plataforma,entre%2016%20e%2024%20anos>>. Acesso em: 24 de jan. de 2022.

O Boletim MarkEsalq é uma publicação periódica do Grupo de Pesquisa e Extensão em Marketing e Gestão, o MarkEsalq, que foi criado em 2011 na ESALQ/USP, e que tem como missão disseminar e gerar conhecimento sobre marketing e gestão a seus membros e à sociedade com um todo. O Boletim MarkEsalq é coordenado pelo acadêmico Gustavo Ferraz Rodrigues, supervisionado pelo coordenador do grupo, o Prof. Eduardo Eugênio Spers e tem como jornalista responsável Mariana Vizoto. Tem como parceria a empresa Moretti Design.