

UNIVERSIDADE DE SÃO PAULO
ESCOLA DE COMUNICAÇÃO E ARTES
CENTRO DE ESTUDOS LATINO-AMERICANOS SOBRE CULTURA E
COMUNICAÇÃO

***Dance challenges: o protagonismo dos usuários e o surgimento da dança do
TikTok***

JULIANA TEIXEIRA DE OLIVEIRA

**São Paulo
2022**

UNIVERSIDADE DE SÃO PAULO
ESCOLA DE COMUNICAÇÃO E ARTES
CENTRO DE ESTUDOS LATINO-AMERICANOS SOBRE CULTURA E
COMUNICAÇÃO

***Dance challenges: o protagonismo dos usuários e o surgimento da dança do
TikTok***

Juliana Teixeira de Oliveira

Trabalho de conclusão de curso
apresentado como requisito parcial para
obtenção do título de Especialista em
Mídia, Informação e Cultura.

Orientador: Prof. Dr. Emerson do Nascimento

São Paulo
2022

Dance challenges: o protagonismo dos usuários e o surgimento da dança do TikTok¹

Juliana Teixeira de Oliveira²

Resumo: O TikTok é uma rede social online disponível em formato de aplicativo destinada a produção de vídeos curtos, com recursos fáceis de edição. Um dos principais conteúdos de interesse dos usuários são os desafios de dança, que consistem na reprodução de uma mesma coreografia por muitos indivíduos. Este artigo busca avaliar a dança que surge a partir das dinâmicas desta rede social online por meio de revisão bibliográfica e análise de cinco casos das coreografias disponíveis nesta rede social. O objetivo é compreender suas características e sua apropriação pelos usuários amadores. Para cumpri-lo, foi realizada uma revisão bibliográfica em dois blocos: o primeiro sobre as dinâmicas das redes sociais online, estudo de memes e características do aplicativo TikTok; o segundo sobre as relações entre dança e tecnologia, como foco nas seguintes categorias: mídia-dança, vídeo-dança, ciber-dança e *social dance-media*. Na etapa de análise, as teorias foram relacionadas às informações encontradas para entender qual é a relação entre os usuários e a dança dentro do aplicativo, quais são as coreografias que desencadeiam mais interesse nos usuários e quais são as características específicas deste formato de dança desenvolvido especificamente neste espaço. Os resultados obtidos mostraram que dentro do TikTok foi desenvolvido um formato específico de dança, que considera questões técnicas, como formato da câmera, limitação de tempo dos vídeos. Além disso, foi identificada também a apropriação e protagonismo dos usuários na reprodução e produção de coreografias.

Palavras-chave: TikTok; dança e tecnologia; participação do usuário; dança no TikTok; dança e usuário.

Abstract: TikTok is an online social media available in social app format for production of short videos, with easy editing features. One of the main contents available is the dance challenges, which consist in the reproduction of the same choreography by many interested users. This article evaluates the dance that emerged from the dynamics of this social media, through a literature review and qualitative research of five studies available on this social media. The objective is to understand its characteristics and its appropriation by amateur users. To fulfill it, a bibliographic review was carried out in two blocks: the first on the dynamics of online social media, study of memes and characteristics of the TikTok application; the second on the relations between dance and technology, focusing on the following categories: media-dance, video-dance, cyber-dance and social dance-media. The analysis application, as the theories were related to this step of specific information to understand what the relationship between users and the dance of the application is, are the choreographies that trigger the interest of users and what are the specific characteristics of this dance developed specifically in this space. The results were thought for time issues within Tik so that the videos have a specific dance format considered technical, such as the camera format, limitation of the videos. In

¹ Trabalho de conclusão de curso apresentado como condição para obtenção do título de Especialista em Mídia, Informação e Cultura pelo Centro de Estudos Latino-Americanos sobre Cultura e Comunicação da Escola de Comunicação e Artes da Universidade de São Paulo.

² Pós-graduanda em Mídia, Informação e Cultura pelo Centro de Estudos Latino-Americanos sobre Cultura e Comunicação (CELACC) e Bacharel em Comunicação Social - Habilitação em Publicidade e Propaganda pela Pontifícia Universidade Católica do Paraná (PUC-PR).

addition, the appropriation and role of users in the reproduction and production of expropriation was also identified.

Keywords: TikTok; dance and technology; users' participation; dance on TikTok; dance and users.

Resumen: TikTok es una red social online disponible en formato de aplicación destinada a la producción de videos cortos, con funciones de edición sencillas. Uno de los principales contenidos de interés para los usuarios son los desafíos de danza, que consisten en la reproducción de una misma coreografía por parte de varios individuos. Este artículo busca evaluar la danza que emerge de la dinámica de esta red social online a través de una revisión bibliográfica y un análisis cualitativo de estudio de caso de las coreografías disponibles en esta red social. El objetivo es comprender sus características y su apropiación por parte de los usuarios aficionados. Para cumplirlo, se realizó una revisión bibliográfica en dos bloques: el primero sobre la dinámica de las redes sociales online, estudio de los memes y características de la aplicación TikTok; el segundo sobre la relación entre danza y tecnología, centrándose en las siguientes categorías: media-dance, video-dance, cyber-dance y social dance-media. En la etapa de análisis se relacionaron las teorías con la información encontrada para entender cuál es la relación entre los usuarios y el baile dentro de la aplicación, cuáles son las coreografías que más interés despiertan en los usuarios y cuáles son las características específicas de este formato de baile desarrollado específicamente en este espacio. Los resultados obtenidos mostraron que dentro de TikTok se desarrolló un formato de baile específico, que considera cuestiones técnicas, como formato de cámara, limitación de tiempo de video. Además, también se identificó la apropiación y rol de los usuarios en la reproducción y producción de coreografías.

Palabras clave: TikTok; danza y tecnología; participación de usuarios; danza en TikTok; danza y usuarios.

1. Introdução

Dentro do ciberespaço, as redes sociais online permitiram e desenvolveram novas formas de conexão e difusão de informação entre indivíduos, transformando as relações sociais dentro e fora deste ambiente (RECUERO, 2009). Entre as diversas possibilidades, as mais populares atualmente são os sites de redes sociais online em formatos de aplicativos, destinados para uso em celulares, chamados comumente de redes sociais.

O aplicativo TikTok é uma das redes sociais online mais utilizada do mundo (PANCINI, 2021), e é destinado a criação, edição e compartilhamento exclusivamente de vídeos de curta duração. Os conteúdos englobam inúmeros assuntos, como humor, exercício físico, dança, receitas, tutoriais de maquiagem, música, entre outros. Esta rede se tornou muito popular pois fornece a gama mais completa de ferramentas para a produção e edição de conteúdo audiovisual, permitindo que o usuário expanda sua criatividade e produza conteúdo de forma fácil em formatos de vídeo, a partir do telefone celular. Uma pesquisa em setembro de 2021 revelou que o Brasil é o segundo país que mais utiliza o aplicativo, atrás apenas da China, seu local de origem (AGRELA, 2021).

Os usuários desenvolveram dentro do TikTok uma dinâmica chamada de desafios, mais conhecida pelo termo em inglês *challenges*, que consiste em criar um conteúdo, publicar e desafiar outras pessoas a reproduzirem o que foi gravado no vídeo. Uma das categorias mais populares são os desafios de dança ou *dance challenges*, coreografias curtas direcionadas para a reprodução dentro do TikTok por usuários amadores, sem a necessidade de algum conhecimento prévio em dança. Ao procurar *#dancechallenge* no campo de busca do aplicativo, o resultado mostra que a *hashtag* possui 30.9 bilhões de visualizações. A segunda opção de resultado da busca é *#tiktokdance*, com 15 bilhões de visualizações³.

Ao observar este fenômeno com curiosidade, a partir de vivências pessoais relacionadas à dança e a observação e trabalho com redes sociais, surge o objetivo de meu artigo, que é entender: qual a dança que surge a partir das dinâmicas da rede social online TikTok? E, também, analisar suas características e sua apropriação pelos usuários amadores. Para isso, foi realizada uma revisão bibliográfica de teorias das redes sociais e da reprodução de memes, a partir de Martino (2015) e Recuero (2009), a fim de contextualizar qual é o ambiente em que estão as redes sociais online e quais são as dinâmicas e relações estabelecidas pelos indivíduos

³ Busca realizada no dia 26 de março de 2022 pelo aplicativo de celular da autora.

dentro deste. Também foram descritos o contexto de surgimento e os aspectos técnicos do TikTok para melhor entendimento de como suas ferramentas funcionam e como estimulam o interesse dos indivíduos para sua utilização.

Fez-se necessário também um resgate teórico sobre a relação da dança e tecnologia, para compreender este formato de dança que surge especificamente dentro de uma rede social online. Os conceitos de mídia-dança, vídeo-dança, ciber-dança e *social dance-media*, a partir das autoras Dorotea Bastos (2013), Cristiane Wosniak (2006) e Harmony Bench (2010), auxiliaram no processo de análise da movimentação das coreografias, na dança no ciberespaço e na participação ativa dos usuários.

A partir da teoria estudada, foi desenvolvido um formato de análise dividido em duas frentes: a composição coreográfica e as características da dança neste, a participação dos usuários na reprodução e criação das coreografias, bem como os respectivos resultados de cada uma (a partir de dados numéricos disponíveis no aplicativo). A análise dos casos foi realizada com cinco exemplos de desafios de dança encontrados no TikTok e a análise foi aplicada a fim de alcançar o objetivo proposto no presente artigo.

2. A mídia e as redes sociais online

Para analisar o surgimento de um fenômeno nas redes sociais, é importante entender as dinâmicas de comportamento e relacionamento dos indivíduos nesse ambiente, bem como alguns conceitos básicos específicos para esse contexto.

O autor Luís Mauro Sá Martino, em sua obra **Teoria das Mídias Digitais: linguagens, ambientes e redes** (2015), levantou as principais teorias sobre mídias digitais a fim de abordar as relações entre seres humanos conectados por elas. Explica que existem diferentes nomenclaturas para se referir a mídias digitais, mas “de algum modo, essas expressões procuram estabelecer uma diferença entre os chamados 'meios de comunicação de massa' ou 'mídias analógicas', como a televisão, o cinema, o rádio, jornais e revistas impressos, dos meios eletrônicos” (2015, p. 10).

De modo geral, a diferença entre mídias analógicas e mídias digitais é que a primeira possui suportes físicos, como o filme da câmera de cinema, e no caso da segunda, o suporte é convertido em sequências numéricas ou de dígitos (MARTINO, 2015). O ambiente numérico

foi definido por Pierre Lévy como ciberespaço, que também pode ser chamado de rede, e “é o novo meio de comunicação que surge da interconexão mundial de computadores” (1999, p. 17).

O termo ‘redes sociais’ já era utilizado para definir relações sociais entre os indivíduos, e passou a ser aplicado também para analisar as relações no ambiente online, o que levantou um debate sobre uma nova classificação. Para além de nomenclaturas, é importante ressaltar que as relações nas redes sociais no ciberespaço se estabelecem e possuem dinâmicas diferentes. De modo geral, redes são formadas por atores e nós, sendo os atores os agentes de ação e os nós, as relações estabelecidas entre os atores (MARTINO, 2015). Nas redes sociais, os nós estabelecidos entre os atores estão relacionados aos meios em que estão inseridos como, por exemplo, o ambiente de trabalho.

No ambiente online, por outro lado, existem diferentes possibilidades de estabelecer relações entre indivíduos. Pode ser criado facilmente um grupo sobre um determinado assunto de interesse em comum, por exemplo, que une indivíduos que talvez não conseguissem se encontrar e se relacionar a partir de ambientes físicos. Por isso, em redes sociais online as possibilidades de relações e, conseqüentemente, a circulação de informação, tornam-se incalculáveis (MARTINO, 2015). A partir da conceituação e pesquisa sobre redes do sociólogo Pierre Merklé, Martino cita três características específicas das redes sociais online:

(1) Possibilidade de criar um espaço pessoal de apresentação de si mesmo, onde se pode colocar à disposição de todos as imagens e os textos que se escolher. (2) A possibilidade de acessar os perfis de outras pessoas, segundo as características e possibilidades de cada rede social. (3) Chance de estabelecer relações com outros participantes da rede, na observação de seus perfis, a partir de interesses e afinidades em comum (2015, p. 74).

Estas características permitem que o indivíduo construa diferentes relações a partir de dinâmicas que se diferenciam de uma rede para outra. Por isso, a forma com que o indivíduo se expõe, apresenta sua identidade e interage com outros também será variada. Martino complementa que:

A expressão ‘redes sociais online’, nesse sentido, refere-se a um número considerável de formas de interação entre indivíduos a partir da construção de páginas ou de perfis. Cada um desses, assim como cada uma das redes, tem suas próprias características e, por conta disso, permite diferentes tipos de interação (2015, p. 74).

Raquel Recuero, em sua obra **Redes Sociais na Internet** (2009) também se dedicou a entender as modificações das redes sociais online nos processos sociais e informacionais de nossa sociedade. Para as ferramentas que permitem a expressão de redes sociais na internet, a

autora utiliza o termo “sites de redes sociais”, ou seja, o espaço em que acontecem as redes sociais online definidas anteriormente.

A partir das dinâmicas que acontecem dentro dos sites são construídos valores específicos. Alguns dos mais comuns são a visibilidade, reputação, popularidade e autoridade (RECUERO, 2009). Vale pontuar que, apesar de esses valores também existirem no mundo offline, são regidos por outras lógicas e, portanto, não são transmitidos automaticamente para o ciberespaço.

Para os fins deste artigo, destacam-se dois valores: visibilidade e autoridade. A visibilidade está relacionada ao volume de conexões na rede. Para Recuero, “quanto mais conectado está o nó, maiores as chances de que ele receba determinados tipos de informação que estão circulando na rede e de obter suporte social quando solicitar” (2009, p. 108). No ambiente online, pode ser expandida por diversos grupos graças a ferramentas disponíveis, como *hashtags*⁴, por exemplo.

A autoridade está relacionada ao poder de influência, e é percebida pela difusão de informação. Recuero pontua que “os blogueiros que buscam autoridade preocupam-se em construir uma reputação relacionada a um assunto específico, mais do que apenas ser reconhecidos como alguém que está interessado em alguma coisa” (2009, p. 113). Estes usuários buscam construir uma audiência dentro das redes, e não relações próximas. Por isso, as informações que escolhem publicar também estão ligadas a percepção de valor que podem gerar para seu público.

Outra característica importante das redes sociais online é “sua capacidade de difundir informações através das conexões existentes entre os atores” (RECUERO, 2009, p. 116). As informações são compartilhadas de acordo com as percepções de valores existentes e o ator irá levar em consideração como suas conexões - que podem ser amigos ou audiência - irão perceber tal informação. Além disso, ao construir uma apresentação dentro de uma rede, o ator irá selecionar quais informações sobre si mesmo ele irá revelar (MARTINO, 2015).

Contudo, a participação dos indivíduos nas redes sociais não se reduz a compartilhamento de informações entre si. A produção de conteúdo pelos usuários é essencial para o fluxo de informação, outro ponto de grande diferença entre as mídias ditas tradicionais e as digitais. O autor Henry Jenkins iniciou os debates sobre esse assunto e, em 1992, cunhou

⁴*Hashtag* é um termo associado a assuntos ou discussões que se deseja indexar em redes sociais, inserindo o símbolo da cerquilha (#) antes da palavra, frase ou expressão. Fonte: <https://resultadosdigitais.com.br/blog/o-que-e-hashtag/> Acesso em 20 fev 2022.

o termo “cultura participativa”, que na época era referente a interações de comunidades de fãs. O conceito evoluiu para:

Uma variedade de grupos que funcionam na produção e na distribuição de mídia para atender a seus interesses coletivos [...]. Os grupos estão se fazendo nitidamente presentes ao modelarem ativamente os fluxos de mídia, e produtores, gerentes de marcas, profissionais de serviços ao consumidor e comunicadores corporativos estão acordando para a necessidade comercial de ouvi-los e de responder a eles de maneira ativa (JENKINS; GREEN; FORD, 2014, p. 24-25).

Um dos elementos centrais das redes sociais online é, portanto, a participação ativa e apropriação do usuário. Porém, apesar de o avanço das tecnologias ter auxiliado nas possibilidades de conexão e produção, não é exclusivamente responsável pelo surgimento da cultura participativa. O compartilhamento entre indivíduos, como o exemplo da recomendação boca a boca, já existia nas relações sociais (JENKINS; GREEN; FORD, 2014).

Segundo Clay Shirky (2011), os participantes são todos os usuários que transitam para acessar ou produzir conteúdo - em formatos de textos, fotos e vídeos - que lhes interessa, desde a curtida em um meme até a publicação de um vídeo de si mesmo.

O autor entende que a participação se trata de qualquer interação que um indivíduo possa fazer no ambiente digital, a partir de motivações pessoais e sociais. Porém, a partir das mídias sociais digitais, houve uma grande virada nas possibilidades de participação, e o indivíduo que era um consumidor de conteúdo, passou a ser também um produtor-amador, sem o intermédio da mídia tradicional.

2.1 Memes

Ainda sobre a difusão de informações, vale resgatar o conceito de meme nas redes sociais online. Recuero aponta que “para compreender como as informações são difundidas através das redes sociais na internet, é preciso também estudar a natureza dessas informações. E tal estudo tem sido feito por muitos autores com base na analogia dos memes” (2009, p. 122-123).

Os memes possuem a capacidade de se replicar e se transformar em diferentes formas simbólicas (MARTINO, 2015). Imagens, gestos, jeitos de se vestir e até crenças podem ser disseminadas como tal. Contudo, o espaço das mídias digitais é ainda mais propício para o

desenvolvimento de um meme. Graças à facilidade de manipulação digital e divulgação de conteúdos, é possível que qualquer ideia seja reproduzida ou alterada entre indivíduos, no entanto:

Por conta da velocidade e alcance de sua disseminação, se tornam fenômenos culturais e sociais que ultrapassam a ligação entre as pessoas. Essa relação entre o nível micro de compartilhamento individual e o nível macro do alcance social tornam os memes particularmente importantes para se entender a cultura contemporânea (MARTINO, 2015, p. 178).

O ponto central para existência de memes é, portanto, a criação pelos usuários, pois depende da sua transformação, apropriação e distribuição contínua. Martino (2015) explica que os memes funcionam, primordialmente, por dois motivos. O primeiro é a capacidade de atrair a atenção de indivíduos e comunidades. O segundo é a possibilidade de criar laços, os usuários compartilham um meme para fazer parte de um grupo específico.

Dentro das redes sociais online, a reprodução de um meme está relacionada com os valores construídos: “a popularidade e a visibilidade são essenciais para o alcance da propagação do meme na rede. No entanto a reputação e a autoridade lhe conferem algum tipo de valor e de influência” (RECUERO, 2009, p. 132).

É válido pontuar que memes e virais são diferentes. Um conteúdo viral é reproduzido em sua forma original, já os memes implicam na modificação em seu processo de reprodução (MARTINO, 2015). Contudo, nada impede que as fronteiras entre eles se misturem. Um viral, por exemplo, pode ser tornar um meme em algum momento.

As formas de relações nas redes e a dinâmica estabelecidas entre os usuários são o ponto de partida para analisar conteúdos, comportamentos e até práticas culturais que surgem e acontecem no ciberespaço. Os estudos sobre memes complementa esse resgate teórico e auxilia o entendimento de porquê um conteúdo - no caso deste artigo, a dança - se torna tão popular em uma rede social online como o TikTok.

2.2 TikTok

O TikTok foi criado como formato de aplicativo para celular, mas pode ser acessado também por computadores. Permite a criação, visualização e compartilhamento de conteúdo em formato de vídeos de curta duração (máximo de três minutos). A rede oferece muitas ferramentas de edição de forma simplificada, como cortes, inclusão de trilha sonora e textos,

entre outras, um fator diferencial se comparado a outros aplicativos de vídeo, o que contribuiu para sua popularização. Em 2020, foi o aplicativo mais baixado do mundo (PANCINI, 2021) e 66% de seus usuários gerais são jovens menores de 30 anos. A cada 24h, cerca de um bilhão de vídeos são vistos (FELIX, 2020).

O aplicativo é o sucessor do Musical.ly, criado na China, que oferecia uma ferramenta de dublagem de áudio. Este foi comprado pela empresa ByteDance, também chinesa, e relançado para o mercado internacional em 2018 como TikTok (CHEN; KAYE; ZENG, 2021). Possui uma versão específica para o país, chamada Douyin, com algumas modificações relacionadas ao contexto político local.

Com o app⁵, a ByteDance conseguiu entrar em um mercado das grandes e principais empresas de internet: Baidu, Alibaba e Tencent, dominantes na China; e Google, Amazon, Meta⁶, Apple e Microsoft, dominantes no restante do mundo (CHEN; KAYE; ZENG, 2021). Estas corporações se sentiram ameaçadas e buscaram medidas para reverter esse cenário. O Instagram⁷, por exemplo, lançou o formato de vídeo chamado Cenas ou *Reels*, que oferece ferramentas e funcionamento muito semelhantes ao TikTok, com o objetivo de atrair novamente o público interessado nesse formato (SILVA JÚNIOR, 2021).

Além disso, as corporações iniciaram debates controversos. Utilizando argumentos geopolíticos, principalmente a Meta, levantou questões sobre privacidade, segurança de dados e até censura no aplicativo (ÉPOCA NEGÓCIOS ONLINE, 2019). Contudo, essas discussões envolvem embates ideológicos, principalmente entre os Estados Unidos e a China. O app chegou a correr o risco de ser proibido no país norte-americano durante o governo do ex-presidente Donald Trump (2017-2021), medida revogada pelo atual Joe Biden (G1, 2021). O TikTok, por outro lado, afirma que: “cumprimos as leis e regulamentos locais nos mercados em que operamos. [...] Não somos influenciados por nenhum governo estrangeiro e isso inclui o governo chinês” (MACIEL, 2020).

Apesar dos debates políticos e ideológicos atuais, a popularização inegável do TikTok se deve a forma com que o aplicativo foi construído e as ferramentas que este oferece, que

⁵Abreviação para aplicativo.

⁶“Meta é o nome dado à empresa controladora do Facebook e outros produtos relacionados, como Instagram WhatsApp. Anteriormente chamada Facebook Inc, teve a mudança anunciada por Mark Zuckerberg no evento Facebook Connect, em 28 de outubro de 2021” Fonte: <https://canaltech.com.br/internet/facebook-meta-o-que-e/> Acesso em 05 mar 2022.

⁷Aplicativo para fotos e vídeos pertencente à Meta.

atraem o público, principalmente da geração Z⁸ (FELIX, 2020). Diferente de outros, a principal característica é o formato apenas para vídeos curtos, que significa: “conteúdo de vídeo menor que cinco minutos distribuído por plataformas de mídia digital. Os recursos de vídeos curtos incluem a produção de baixo custo, conteúdo altamente propagável e limites turvos entre produtores e consumidores” (CHEN; KAYE; ZENG, 2021, p. 230, tradução nossa). Este formato já era popular na China, mas ainda estava crescendo de forma mais lenta no restante do mundo.

Contudo, foi a combinação de recursos que atraiu as pessoas ao TikTok. Um deles é a exploração da criatividade. O aplicativo estimula usuários amadores a criarem vídeos ao oferecer ferramentas de fácil utilização para edição, e se difere de outras plataformas audiovisuais ao incluir recursos que estimulam o compartilhamento entre e por eles mesmos (CHEN; KAYE; ZENG, 2021). Além disso:

Os usos e práticas cotidianos do TikTok e Douyin parecem fomentar a criação de certos tipos de conteúdo mimético. Os usuários podem criar vídeos com base naqueles que estavam assistindo, clicando na tela para criar um vídeo que usa os mesmos filtros, áudio ou efeitos. Isso empurra os usuários passivos a se tornarem criadores ativos com relativa facilidade em comparação com outras plataformas de criação de conteúdo (CHEN; KAYE; ZENG, 2021, p. 246, tradução nossa).

Em entrevista, Rodrigo Barbosa, *community manager*⁹ do aplicativo no Brasil, também afirma que o TikTok é focado na criatividade e sua principal característica é a autenticidade (MACIEL, 2020). Pontua também que é um ambiente para as pessoas se divertirem e compartilharem “experiências positivas” e se expressarem - “pessoas reais. Vídeos reais”.

Outra diferença do TikTok é a sua possibilidade de monetização, prática incomum entre as demais redes sociais online mais utilizadas no mundo, como Facebook e Twitter, por exemplo. Para usuários acima de 18 anos existe a opção de enviar convite para pessoas que ainda não possuam conta na rede e, caso elas criem uma conta a partir do convite, o usuário que realizou o envio é remunerado com R\$2,00, e o convidado, com R\$1,10 (FABRO, 2020). Este formato de convite aumenta o número de usuários totais na plataforma, conseqüentemente contribuindo para sua popularização. O TikTok também já ofereceu outra forma de

⁸ “A geração Z foi a primeira que nasceu num ambiente completamente digital. São aqueles que nasceram entre o fim da década de 1990 e 2010” Fonte: <https://brasilecola.uol.com.br/sociologia/geracao-z.htm> Acesso em 05 mar 2022.

⁹ Community manager é o profissional responsável pelo gerenciamento de comunidades e redes sociais online. Fonte: <https://www.mlabs.com.br/blog/voce-sabe-o-que-faz-um-community-manager-descubra-aqui/> Acesso em 05 mar 2022.

remuneração, as missões diárias: "as missões variam entre tarefas de assistir a vídeos por três, dez e vinte minutos, postar um vídeo no TikTok por dia e ler as regras, por exemplo" (2020, sem página).

Além da monetização direta, produtores de conteúdo também conseguem ganhar dinheiro utilizando o aplicativo para marketing de influência e *merchandising* (CHEN; KAYE; ZENG, 2021). O aplicativo também oferece opções de anúncios para marcas e empresas, mas essas práticas de monetização mostram que essa rede social também possui um viés comercial direcionado para os próprios usuários.

A construção do algoritmo do TikTok é outro fator chave para seu sucesso, pois foi criado a fim de entregar conteúdo o mais personalizado possível, de acordo com o interesse de cada usuário. As recomendações de conteúdo são baseadas nas interações, como curtidas e comentários, na informação do vídeo e nas configurações da conta e do dispositivo (GRANDINETTI, 2021).

Rodrigo Barbosa explicou que, ao interagir com o que gosta e pular o que não gosta, a ferramenta registra os interesses e passa a entregar, cada vez mais, apenas o que é mais interessante para cada um. Também defende que o TikTok, por meio de sua ferramenta, ajuda criadores de conteúdo "populares ou não – a serem descobertos por públicos novos e globais" (MACIEL, 2020, sem página).

Esse funcionamento é diferente das demais redes sociais. No caso do Instagram, por exemplo, a ferramenta prioriza a entrega das publicações com os seguintes critérios: maior número de interações de usuários de forma geral, data de publicação e relacionamento dos usuários entre si (ROCK CONTENT, 2019).

Em termos de conteúdo, dentro do aplicativo existem diversas categorias relacionadas a humor, exercícios físicos, técnicas de canto, dublagem, maquiagem, culinária e vários outros assuntos. Um dos formatos é chamado de desafios ou *challenges* (na rede são conhecidos pelo termo em inglês), que 'desafia' os outros usuários a reproduzirem o mesmo conteúdo.

Essa dinâmica estimula o desejo de participação, facilitando a grande popularização e mimetização dos conteúdos. Como o aplicativo também permite que o usuário faça downloads de seus vídeos, estes são publicados também em outras redes sociais, aumentando a capacidade de viralização. Ao baixar, o vídeo automaticamente fica com a marca do TikTok na imagem, contribuindo também para a divulgação do próprio app.

As relações e dinâmicas que se desenvolveram no TikTok são diferentes das estabelecidas nas demais redes, não só por questões técnicas do algoritmo do aplicativo, mas

principalmente pela forma com que os usuários se apropriam e o utilizam. Martino explica essa variação:

Em redes sociais nas quais as pessoas compartilham fatos de seu cotidiano a interação é diferente em termos de quantidade/qualidade das redes digitais dedicadas a reunir pessoas que gostam de tricotar. Os tipos de interação variam conforme a possibilidade de pertencer a uma rede e, de fato, interagir com outros membros (2015, p. 74-75).

A criação e compartilhamento de conteúdo no TikTok podem ser relacionados a dinâmica dos memes citados anteriormente. As motivações de compartilhamento e as possibilidades de reprodução dentro dessa rede formam um ambiente totalmente adequado para esse tipo de compartilhamento.

Recuero (2011) apresenta algumas categorias de classificação dos memes com base nos critérios de fidelidade da cópia, longevidade, fecundidade e alcance. Os desafios ou *challenges* existentes no TikTok podem ser encaixados, principalmente, nas categorias de cópia e alcance. Em relação à cópia, podem ser entendidos como miméticos pois: “apesar de sofrerem mutações e recombinações, sua estrutura permanece a mesma e são facilmente referenciáveis como imitações. A essência do meme está na personalização” (p. 126). O alcance pode ser entendido como global, pois o funcionamento da rede permite uma expansão entre nós distantes e entre grupos distintos, pois trafegam por laços fracos, sem uma conexão direta entre os usuários.

As ferramentas do TikTok auxiliaram o desenvolvimento de novos formatos de conteúdo e relações específicas nesta rede. Vale reforçar, contudo, que são os usuários que exercem o papel central nessas dinâmicas de compartilhamento e, principalmente, criação de conteúdo.

3. Dança e tecnologia

Para analisar o formato de dança presente no TikTok faz-se necessário resgatar algumas abordagens teóricas sobre a relação entre a dança e a mídia, bem como as mudanças que essa arte sofreu após o advento de novas tecnologias. Arlindo Machado (2008), define o termo artemídia, utilizado para analisar essa fusão, como:

Formas de expressão artística que se apropriam de recursos tecnológicos das mídias e da indústria do entretenimento em geral, ou intervêm em seus canais de difusão para propor alternativas qualitativas. Stricto sensu, o termo compreende, portanto, as experiências de diálogo, colaboração e intervenção crítica nos meios de comunicação de massa. Mas, por extensão, abrange também quaisquer experiências artísticas que

utilizem os recursos tecnológicos recentemente desenvolvidos [...]. Incluímos, portanto, no âmbito da artemídia não apenas os trabalhos realizados com mediação tecnológica em áreas mais consolidadas, como as artes visuais e audiovisuais, literatura, música e artes performáticas, mas também aqueles que acontecem em campos ainda não inteiramente mapeados, como a criação colaborativa baseada em redes, as intervenções em ambientes virtuais ou semivirtuais, a aplicação de recursos de hardware e software para geração de obras interativas, probabilísticas, potenciais, acessáveis remotamente, etc. Nesse sentido, “artemídia” engloba e extrapola expressões anteriores, como “arte & tecnologia”, “artes eletrônicas”, “arte-comunicação”, “poéticas tecnológicas” etc. (2008, p. 7).

Esse conceito de artemídia será utilizado como ponto de partida para a discussão deste artigo, uma vez que engloba as possibilidades de criação artística relacionadas a mídia e tecnologia. Sobre essa relação, especificamente para a dança, Wosniak afirma que:

A partir do século XX, a arte da dança se apropria do cinema, depois do vídeo e hoje das tecnologias digitais: o palco se faz tela. O registro de imagens em movimento na dança, entretanto, acaba por criar uma nova identidade, um novo estatuto para esta forma de arte, classificada como linguagem híbrida. (2006, p. 21).

O termo “linguagem híbrida” utilizado pela autora pode ser colocado como um complemento ao conceito de Machado (2008), pois explica que relação entre arte e mídia é mais que apenas a utilização de aparatos tecnológicos para a criação. O resultado são formas de arte que só são possíveis a partir da contaminação e apropriação entre uma e outra.

Assim como em outras áreas da arte, foram definidas novas categorias a fim de classificar e compreender as possibilidades que surgiram a partir da relação da dança e da tecnologia, como cine-dança, vídeo-dança, ciber-dança, mídia-dança, entre outros. Wosniak aponta que “a dança, mediada pela tela, tornou-se um gênero artístico independente: com seus códigos, com sua construção sintática, com sua signagem específica” (2006, p. 70).

Entendendo que as categorias abordam características específicas sobre diferentes formatos de dança, a seguir algumas dessas serão conceituadas e discutidas, a partir das autoras Dorotea Bastos (2013) e Cristiane Wosniak (2006).

A relação entre a dança e as tecnologias da imagem foi iniciada com sua inserção no cinema, desde seu surgimento no final do século XIX. A construção de coreografias passou a ser criada com o direcionamento para a filmagem, que se diferenciava da dança dos palcos do teatro, espaço em que estava mais presente nessa época (BASTOS, 2013). O marco do que hoje é entendido como cine-dança são as produções de filmes musicais a partir da década de 1920 coreografados por Maya Deren, que propôs:

Uma interface tecnológica entre duas linguagens – o cinema e a dança – que não fosse apenas documentação, registro ou simplesmente entretenimento. [...] O caminho proposto por Maya Deren – a recriação do corpo na tela – influenciou cineastas, coreógrafos e bailarinos que passaram a trabalhar em regime de interdisciplinaridade, o que resultou não só em variados tipos de musicais [...], mas lançando novas propostas de se pensar e utilizar o espaço bidimensional da tela e o tempo (WOSNIAK, 2006, p. 76-77).

Com a evolução e surgimento de novas tecnologias de comunicação, a relação da dança com as telas se expandiu. O termo mídia-dança ou *mediadance*, como é mais utilizado, foi desenvolvido para se referir a “trabalhos de dança e tecnologia, artes interativas ou cinedança, o que envolve a expansão das tecnologias digitais” (BASTOS, 2013, p. 79). Foi conceituado por Gretchen Schiller como:

Uma das muitas formas de arte que integra tecnologias baseadas em computador. Como tal, faz parte de um desenvolvimento geral em sistemas tecnologicamente mediados, que integra arte interativa, arte interativa baseada em CD-ROM, realidade virtual, *netart*, telemática e performance mediada tecnologicamente e jogos de vídeo (2003, p. 12, tradução nossa).

Percebe-se que *mediadance* é uma categoria para referência de arte mediada por tecnologias baseadas em computador, mas também para a dança com algum caráter interativo. A autora Schiller, segundo Bastos “ainda atribui à *mediadance* as propriedades de presença, escolha, imersão, interação e também coautoria na realização da dança com as tecnologias digitais” (2013, p. 83). A dança, portanto, desenvolve outras formas artísticas que só são possíveis a partir do diálogo e contaminação com a tecnologia, e que também transformam a relação com o espectador.

Com a popularização do vídeo a partir da década de 1960 e, posteriormente, com o surgimento de câmeras portáteis, os artistas de diferentes áreas abraçaram essa tecnologia para transformar sua produção artística. Bastos explica que “foi possível registrar diversas obras de arte e foi nesse período, em que as artes e o vídeo começaram a encontrar outros pontos de diálogo entre a utilização da tecnologia fílmica e videográfica e as manifestações artísticas” (2013, p. 125).

O vídeo-dança é considerado como uma das possibilidades dentro de *mediadance* (BASTOS, 2013) e surge para classificar esse diálogo. Porém, não se trata apenas de um registro audiovisual da dança. Apesar de ser o resultado de uma união, não deve ser visto como soma dos dois, pois trata-se de uma nova forma artística, também híbrida (BASTOS, 2013). Vale destacar que este último aspecto intensifica a aproximação entre a dança e tecnologias da **comunicação**, pois o vídeo-dança transita entre elas. Wosniak o considera como “um intervalo,

um entre-imagens, com suas fronteiras fluídas, movendo-se entre os códigos e entre a linguagem do cinema, que o precedeu, e as tecnologias informáticas e digitais que o sucederam” (2006, p. 82).

É, portanto, o entendimento de que essas novas formas de dança não se tratam da união com um aparato tecnológico, mas de formas outras de criação, produção e consumo dessa arte, ou seja, uma nova linguagem. No vídeo-dança, o movimento do corpo relaciona-se com a movimentação da câmera e quem a manipula: “ao propor uma nova linguagem, uma nova signagem para a dança, o vídeo-dança amplia o repertório deste fazer artístico, pela introdução de um signo novo: uma nova relação entre a dança e sua própria imagem, capturada pelo ‘olho da câmera’” (WOSNIAK, 2006, p. 69).

Dentre as possibilidades de dança e vídeo existe ainda o desenvolvimento dessa para a televisão. A música também se uniu ao vídeo para ampliar sua propagação nesse meio, utilizando os videoclipes para tal. Bastos apresenta algumas frentes existentes dos videoclipes, dentre elas a utilização da dança em sua composição. Contudo, afirma que “os videoclipes e aberturas de programas de televisão têm forte apelo comercial e, muitas vezes, a dança está presente sem contribuir para uma nova linguagem em cena” (2013, p. 119).

Ainda dentro do universo de possibilidades de dança facilitadas pelo advento das tecnologias digitais, encontra-se a ciber-dança que, partiu de uma mesma matriz – a tecnologia – mas segue caminhos diferentes da mídia-dança. Surge dentro do ciberespaço, especificamente por meio da hibridização com tecnologias digitais de comunicação (BASTOS, 2013; WOSNIAK, 2013).

Esta se difere do vídeo-dança, principalmente, no processo criativo: “alguns trabalhos [...] são feitos para serem vistos diretamente de uma tela de computador, através de um sistema *world wide web* (www) ou CD-Rom. Outros estilos constituem em performances ao vivo utilizando-se das novas tecnologias com variados graus de sofisticação” (WOSNIAK, 2006, p. 96).

Esse formato de dança também está relacionado à novas fronteiras da relação do corpo e tecnologia, pois surgem possibilidades de virtualização desse. Essa hibridização com limites cada vez menos visíveis e “a existência de uma dança em interação com as tecnologias da era digital deixa de ser uma nova estética de arte para tornar-se o novo reflexo estético da própria evolução deste corpo” (WOSNIAK, 2006, p. 88-89).

Com essas novas possibilidades disponíveis, a interatividade também se desenvolve na ciber-dança. Existem diferentes tipos de interação que podem ser propostos e mesclados em

uma obra artística, as interações pré-estabelecidas e definidas pelo próprio autor, ou as interações que permitem o usuário ou espectador alterar a obra, que leva a resultados imprevisíveis, e Wosniak (2006) explica que neste segundo o usuário torna-se co-autor. Por isso, o paradigma a ser quebrado é justamente o da autoria. O usuário ou receptor “não é só chamado para receber o que está pronto, acabado, ensaiado, mas para produzir junto, a dança que pode-vir-a-ser” (WOSNIAK, 2013, p. 12). A autora ainda reflete sobre as possibilidades criativas desse cenário:

Encontrando outras formas (redes) para se voltar ao sujeito, chamar a sua atenção de um modo diferente do contato palco/plateia, emissor/receptor, a dança tecnologizada, mediada por diferentes interfaces, propõe modos de participação ao espectador usuário. Seria este o caminho previsto? Seria talvez o fim das obras acabadas, com autoria definida, dando origem às obras-processo-ação? E como abordar o conceito de autoria? O usuário se torna coautor em suas trajetórias interativas mediante o uso de um CD-Rom de dança, por exemplo? [...] A dança no ciberespaço, por exemplo, vai usar e abusar da interatividade, das possibilidades hipertextuais, da não linearidade de seu discurso. A *digital dance* torna-se uma arte da comunicação (WOSNIAK, 2006, p. 95).

As nomenclaturas apresentam alguns pontos de interseção, ainda que tenham sido desenvolvidas a fim de desenvolver aspectos específicos da relação da dança com diferentes tecnologias. É importante pontuar que não há uma ordem cronológica para essas expressões da dança, bem como uma não sobrepõe a outra. Ainda, mostram a aproximação da dança não só com a tecnologia, mas sua hibridização com a comunicação.

A partir da segunda metade do século XX, a própria ideia de arte é posta em questão. As formas híbridas, vídeo-dança e ciber-dança, com suas fronteiras fluidas, alta taxa informacional e a presença intencional do ruído, aumentando sua taxa de originalidade, provocaram uma explosão de informação por meio das imagens em movimento. Informação pura circulando o planeta e sendo consumida pelas massas (WOSNIAK, 2006, p. 62).

As autoras abordam a questão da interatividade entre espectador/receptor e obra nas diferentes categorias. O espectador na mídia-dança e na ciber-dança partem do direcionamento do artista/coreógrafo, que possui um nível maior ou menor de controle. A co-autoria acontece se o espectador possui algum papel no processo criativo. Contudo, dentro do ciberespaço e com o avanço das tecnologias digitais, surgiram incontáveis possibilidades de interação e alteração na obra, podendo se pensar até em obras inacabadas (WOSNIAK, 2006).

A partir dos conceitos apresentados, é possível iniciar uma reflexão sobre formatos de dança que surgem a partir e por meio das redes sociais. Wosniak propõe que: “se o novo

paradigma digital e a circulação de informação em rede constituem-se como alicerces da contemporaneidade, então a dança deverá ser repensada neste contexto, pois a partir daí, ela vai aceitar a desmaterialização por qual passa e se fundamenta a arte virtual” (2006, p. 95).

A autora Harmony Bench entende que as mídias sociais impactaram a circulação global de dança. Por isso, desenvolveu o conceito de “*social dance-media*”¹⁰ partindo do argumento que: “assim como a dança e a mídia para telas se uniram para criar uma prática híbrida de mídia-dança, a mídia-dança e as mídias sociais também estão convergindo para produzir uma área de experimentação artística, que denomino como *social dance-media*” (2010, p. 183, tradução nossa).

Para a autora, as mídias sociais promoveram a necessidade de novas práticas sociais “não definidas por gêneros musicais ou vocabulários de movimentos, mas pelos modos de composição e circulação no ambiente das mídias sociais” (BENCH, 2010, p. 184, tradução nossa). Essa visão é fundamental para analisar os formatos de dança dentro especificamente das mídias sociais, pois essas possuem não só caminhos para a criação artística, assim como as outras categorias de dança já apresentadas, mas levam também em consideração questões comportamentais dos usuários e de circulação de conteúdo. Bench esclarece que:

Quando a mídia-dança e as mídias sociais se mesclam para formar trabalhos de *social dance-media*, o resultado não é apenas aditivo. Postar um comentário em um vídeo no Youtube, por exemplo, não constitui em um exemplo de *social dance-media*, uma vez que o comentário não altera o trabalho. O componente coreográfico precisa acomodar e refletir o uso de estratégias das mídias sociais na composição e na recepção, o que permite ao criador integrar usuários e membros da audiência não apenas como comentaristas, mas colaboradores de alguma espécie (2010, p. 185, tradução nossa).

As obras “se apresentam como evidência de que dança deveria ser compartilhada, copiada, incorporada, manipulada e re-circulada, em vez de preservada para o dançarino profissional e de elite” (BENCH, 2010, p. 184, tradução nossa). Portanto, a *social dance-media* exige algum tipo de participação ativa do usuário, e não apenas sua presença como observador da obra, de forma a mudar os limites tradicionais de artista e espectador. Esse formato é diferente do caráter interativo de obras de mídia-dança para o caráter participativo, básico nas redes sociais online.

Para exemplificar esse formato de dança, Bench (2010) define três categorias de análise: *crowdsourcing*, *flash* e danças virais, e afirma que existem muitas outras nesse universo. A

¹⁰ Em português o termo pode ser entendido como dança das mídias sociais (tradução livre).

primeira refere-se a coreografias criadas de forma colaborativa em ambientes online, e incorporam não-profissionais da dança nas composições. Apesar disso, a obra costuma ser dirigida por um coreógrafo profissional. As coreografias *crowdsourced* não necessariamente serão veiculadas exclusivamente no meio digital podendo ser, inclusive, para o palco tradicional. Porém, não é apenas sobre a participação de membros fora da comunidade profissional, mas sim em como essa integração é alcançada. Por isso, o processo de criação não possui um padrão e não é linear. O projeto *Twitter Community Choreography*, de 2009, exemplo citado pela autora dentro dessa categoria, consistia em diferentes usuários enviando sugestões e direcionamentos de passos e movimentos de dança para um perfil na plataforma, que depois eram unificados em uma coreografia e reproduzidos por bailarinos. Essas apresentações eram filmadas e publicadas no Youtube¹¹.

A categoria de coreografias *flash*, tem origem no movimento de *flash mobs*, que consiste em uma aglomeração de indivíduos em um local e horário específicos, sem um propósito definido, que depois da ação se dispersam como se nada houve acontecido. Segundo Bench, seguem a mesma estrutura de um *flash mob* “convergir, performar, dispersar” (2010, p. 194, tradução nossa).

No entanto, coreografias *flash* não são *flash mobs* propriamente ditos, e existem especificidades culturais para estes que não podem ser reproduzidas em danças preconcebidas e encenadas para uma apresentação pública. Diferente de *flash mobs*, que exigem apenas um convite, as coreografias exigem um preparo prévio de dançarinos ou pessoas dispostas a investir tempo para o ensaio. Contudo, a característica compartilhada dos dois formatos é a ocupação de espaços públicos.

Outro aspecto que pode ser destacado é o carácter comercial dessa categoria coreográfica. Apesar de também ser feita de forma espontânea, esse formato foi amplamente utilizado para campanhas publicitárias (BENCH, 2010), como foi o caso da campanha *The T-Mobile Dance*¹², da empresa telefônica estadunidense T-Mobile, em 2009.

A terceira categoria e mais relevante para o desenvolvimento desta pesquisa são as coreografias virais. Bench define que coreografias virais são aquelas que circulam de forma rápida e alcançam milhões de usuários pela internet:

Contudo, em vez de simplesmente serem transmitidas por meio de redes ponto a ponto, as coreografias virais se aproveitam dos mesmos mecanismos de distribuição

¹¹ Disponível em: <https://www.youtube.com/watch?v=lOwtp3Fdufl> Acesso em 06 fev 2022.

¹² Disponível em: <https://www.youtube.com/watch?v=VQ3d3KigPQM> Acesso em 06 fev 2022.

enquanto, além disso, solicitam que os usuários tomem um passo para além do computador e na frente da câmera. [...] Coreografias virais viajam de um corpo dançante para outro por meio de uma interface de mídia (2010, p. 201).

Qualquer conteúdo na internet pode se tornar viral, se os usuários forem atraídos por alguma característica específica como humor, por exemplo, e, conseqüentemente, alcançar uma quantidade alta de compartilhamentos e visualizações. Porém, a característica essencial para essa categoria é que também implica em uma ação ativa do usuário de aprender, reproduzir e publicá-las sem uma reprodução exata da original.

A autoria ainda ressalta que coreografias virais não são uma prática que nasceu no meio digital, e cita como exemplo a coreografia do videoclipe *Thriller* de 1983, do cantor Michel Jackson. Na época, resultou em inúmeras reproduções de diferentes públicos e em diferentes locais. Para este e outros casos, vale destacar que mesmo reproduzindo a coreografia original, cada reprodução gravada com diferentes equipamentos, por diferentes pessoas, em diferentes cenários, traz algo novo para a dança e permite o surgimento de novos significados (BENCH, 2010).

As formas híbridas do que chamo de *social dance-media* reconfiguram as telas como lugares de coreografia participativa e de performance. *Crowdsourcing*, *flash* e coreografias virais integram usuários em suas criações, produções ou disseminações em formas que haviam sido antecipadas por outras formas de experimentação artística e outras mídias, mas que se tornaram possíveis pelas mídias sociais e/ou expandido (BENCH, 2010, p. 206).

Nas categorias de *social dance-media* apresentadas por Bench (2010) é possível ver os formatos que Machado (2008) havia se referido como não mapeados ou “criação colaborativa em redes”. Conforme a arte e a tecnologia foram avançando em conjunto, o público, antes espectador, passa a interferir nas obras até se apropriar e ocupar a etapa de produção.

3.1 Dança no TikTok

A definição de *social dance-media* e as categorias apresentadas por Bench (2010) levam em consideração o papel ativo e de criação do usuário dentro da dança nas redes. Na rede social TikTok, foco deste artigo, os conteúdos sobre dança são classificados, principalmente, como *dance challenges* ou desafios de dança, e consistem em coreografias curtas e de fácil reprodução. Os desafios surgiram nos Estados Unidos e as primeiras coreografias a serem

popularizadas eram com músicas de hip-hop e rap (MATOS, 2021). Pode se considerar, portanto, que é um formato ou estilo de dança que surgiu a partir e dentro das dinâmicas desta rede social online.

Inicialmente as coreografias eram criadas por profissionais, mas a difusão fez com que usuários amadores também criassem suas próprias composições (MATOS, 2021). Este fenômeno aumentou o consumo e reprodução de dança e aproximou esta arte de um amplo público, principalmente dos jovens, maioria no aplicativo. Uma das características que pode ser identificada em algumas destas coreografias é o “padrão TikTok: mímica e movimentos literais que repetem o que diz a letra da música, facilidade, passinhos mais famosos do app e uma divulgação que desafie usuários. A origem dos passos vem do hip-hop, mas o funk tem ganhado espaço” (MATOS, 2021, sem página).

Ao abordar o tema de interatividade na dança, os autores estudados apresentam obras criadas por artistas profissionais que, de alguma forma permitem que os espectadores intervenham na forma artística (BASTOS, 2013; WOSNIAK, 2006). Porém, no caso da dança no TikTok, o usuário se apropria da própria criação, as vezes sem o intermédio de um coreógrafo profissional. Com uma variedade de passos de dança que se difundiram nessa rede graças à sua intensa repetição, os usuários os reproduzem em suas próprias sequências.

Por outro lado, vale ressaltar que esse formato de dança adquiriu um forte apelo comercial, principalmente para o mercado da música. O TikTok permite a inclusão de músicas nos vídeos diretamente pela ferramenta disponível, o que gera um link e, ao clicar, o usuário poderá encontrar todos os conteúdos produzidos com uma mesma canção. Uma vez que o aplicativo é muito popular e os conteúdos sempre incluem algum áudio, essa característica técnica facilitou o processo de popularização de músicas. Silva Júnior explica que:

Ao viralizarem, as músicas são acessadas fora da plataforma. Esse movimento tem chamado a atenção das gravadoras e serviços de música que passaram a ter acordos com a plataforma que atua como uma mediadora musical. A popularidade do TikTok no mercado de música tem sido tão grande que a própria plataforma já criou seu serviço de música por *streaming*¹³ (o Resso) e os artistas já começam a pensar suas produções direcionadas à plataforma, seja por meio de uma performance, coreografia ou de um desafio (2021, p. 6).

O TikTok permitiu um novo formato de divulgação online para o mercado da música, e os desafios, especialmente de dança, desempenharam um papel importante para isso. Diferente

¹³ Streaming é a tecnologia de transmissão de dados pela internet, principalmente áudio e vídeo, sem a necessidade de baixar o conteúdo. Fonte: <https://tecnoblog.net/responde/o-que-e-streaming/> Acesso em 10 abr 2022.

de um formato de anúncio publicitário pago, é uma forma de fazer com que o público seja estimulado a utilizar a música em seus conteúdos e, dessa forma, promover sua popularização de forma espontânea: “isso leva a inserção da plataforma como parte de uma sequência de produção-disseminação-consumo da música no meio digital e todo esse processo tem trazido várias reflexões que vão para além da indústria fonográfica” (SILVA JÚNIOR, 2021, p. 11).

A dança também assume, então, um papel estratégico para os produtores musicais, como um dos formatos com maior aderência e interesse do público. Um exemplo recente é a música “Tipo Gin” do cantor Kevin o Cris, lançada em 2021. A empresária do cantor, Kamila Fialho, explicou em reportagem (ORTEGA, 2021) que o foco para a divulgação foi o TikTok e a própria composição da música já foi pensada para as dinâmicas da rede, além realizar parceria com um grupo de criadores de dança específicas também para esta.

Pode-se observar que, tanto como lazer, quanto com objetivos comerciais, a dança dentro do TikTok necessita de seus usuários como atores centrais para sua existência e popularização. Para contribuir para esta discussão, vale resgatar a reflexão de Wosniak sobre vídeo-dança:

O paradigma de Benjamim, a ‘aura’ da obra de arte, o seu *hic et nunc*, sua unicidade e valor cultural, existentes apenas no local onde foi criada, onde acontece, pode servir como reflexão sobre uma obra original, mas não se aplica às obras e textos não-verbais (no caso do vídeo-dança) que se originam *em e para* suporte midiático e mecanizado, destinando-se à reprodução e à circulação de informação (2006, p. 22).

A partir do resgate teórico levantado sobre a relação da dança e tecnologia e alguns aspectos já identificados sobre a dança no TikTok, será possível iniciar uma análise sobre suas características, como os elementos presentes nos vídeos, as dinâmicas existentes na dança dentro da rede social e a participação dos usuários nas composições coreográficas.

4. Análise de coreografias

A pesquisa realizada neste artigo busca analisar o formato de dança que surgiu e existe dentro do TikTok. Visto que existe um volume muito extenso de desafios de dança e vídeos, para este artigo foram analisadas cinco coreografias publicadas no aplicativo entre dezembro de 2021 e fevereiro de 2022. A escolha das coreografias foi feita a partir do seguinte critério: alto número de visualizações do primeiro vídeo publicado (acima de um milhão de

visualizações), o que indica a popularidade do conteúdo dentro do aplicativo. Os dados foram coletados entre os dias 13 e 30 de março de 2022.

A partir do referencial teórico foi possível entender que, nas redes sociais online, um dos principais aspectos das dinâmicas criadas, principalmente no TikTok, parte da participação dos usuários na produção de conteúdo. As categorias de *social dance-media* de Bench (2010) também entendem este cenário e, especificamente, a relação com a dança no ambiente digital.

Por isso, entendeu-se que é importante analisar tanto coreografias criadas por coreógrafos profissionais, quanto criadas por usuários amadores. Assim, para análise dos foram selecionados cinco casos, a partir dos respectivos critérios pontuados: (01) Vermelho - Glória Groove: coreografia oficial da cantora, com autoria da coreógrafa profissional Flávia Lima, para o videoclipe de lançamento da música e utilizada no TikTok para divulgação; (02) Coreografia não oficial, criada por um usuário do TikTok e publicada dentro do aplicativo, para a música Pique, Piquezin x cintura ignorante - DJ Patrick Muniz & Pet & Bobii & MC Buraga; (03) Coreografia publicada pela cantora Ludmilla dentro do aplicativo para a música de sua autoria Socadona [Funk remix] - Ludmilla & DJ Will22 & Topo La Maskara, sem indicação de autoria de coreógrafo; (04) Duas coreografias diferentes para a música Dançarina - DJ Pedro Sampaio & Mc Pedrinho. Foi criada uma coreografia para o lançamento da música e videoclipe oficial, porém outra coreografia se popularizou no app, criada por uma usuária; (05) Coreografias para a música Café Da Manhã ;P - Luísa Sonza & Ludmilla. Foi criada uma coreografia oficial para o videoclipe de lançamento da música pelo coreógrafo profissional Flávio Verne, dividida em dois trechos para o TikTok, mas também houve a criação de outra coreografia por um usuário amador. Os números de visualizações e curtidas em cada vídeo também são um indicativo de quais conteúdos geram maior interesse dentro do aplicativo.

A análise foi feita a partir das informações dos vídeos disponíveis no aplicativo e da observação de seus conteúdos. Visto que a dinâmica de participação do TikTok consiste na produção de vídeos por seus usuários, as categorias foram separadas em dois blocos: coreografias oficiais e reproduções. Desta forma foi possível coletar dados sobre as coreografias oficiais, tanto as características dos movimentos, bem como legenda e *hashtags* incluídas, e, no segundo bloco, avaliar as características da reprodução destas pelos usuários, conforme tabelas abaixo.

Cada bloco possui informações numéricas (visualizações, comentários, curtidas, entre outros) e descritivas, conforme as tabelas 01 e 02 (abaixo). A tabela completa com todos os

dados coletados está disponível no Apêndice A deste artigo. Após a coleta, foi possível cruzar os dados obtidos dos vídeos e realizar observações sobre cada um.

CATEGORIAS DE ANÁLISE DAS COREOGRAFIAS - OFICIAL									
Vídeos oficiais/originais - Aspectos técnicos/ numéricos - TikTok									
Visualizações	Comentários	Curtidas	Compartilhamentos fora do app	Legenda do vídeo	Hashtags	Credito ao coreógrafo	Perfil de publicação	Link	Data de publicação
Aspectos vídeo original									
Duração	Cenário	Figurino	Quantidade de pessoas	Uso de filtro	Posição câmera	Enquadramento	Ferramentas de edição		
Aspectos coreografia									
Descritivo	É oficial do artista?	Estilo de música	Tutorial disponível no aplicativo?	Tutorial	Coreógrafo				
Aspectos coreografia - descrição de movimentos									

Tabela 1 - categorias de análise das coreografias oficiais.

CATEGORIAS DE ANÁLISE DAS COREOGRAFIAS - reproduções												
Aspectos técnicos/ numéricos - TikTok												
Hashtag	Visualizações totais	Música oficial no aplicativo	Quantidade de vídeos utilizando a música oficial	Tipo de vídeos encontrados pela música								
Resultados de vídeos a partir da hashtag												
Categorias de vídeos identificadas	Resultados "melhores"	Observações										
Características dos vídeos de reprodução da coreografia - a partir da hashtag												
Duração	Cenário	Figurino	Quantidade de pessoas	Posição câmera	Enquadramento	Ferramentas de edição	Variações					
Novas coreografias												
Visualizações	Comentários	Curtidas	Compartilhamentos fora do app									
Mais curtidas - resultados a partir da #												
visualizações	curtidas	comentários	Compartilhamento	assunto do vídeo	créditos	Cenário	Figurino	enquadramento e posição da câmera	Hashtags	Legenda	filtro /edição	Link

Tabela 2 - categorias de análise da reprodução das coreografias.

4.1 Caso 01

O caso (01) refere-se a coreografia publicada no perfil do TikTok da cantora *drag queen* Glória Groove da música Vermelho e é a mesma apresentada no videoclipe oficial¹⁴, criada pela coreógrafa profissional Flávia Lima.

¹⁴ Videoclipe oficial da música Vermelho publicado no canal oficial do Youtube da cantora drag queen Gloria Groove, disponível em: <https://www.youtube.com/watch?v=p4aPIYN6x1Q> Acesso em 20 mar 2022.

	Vídeos oficiais/originais - Aspectos técnicos/ numéricos - TikTok					Credito ao coreógrafo	Perfil de publicação	Link	Data de publicação	
	Visualizações	Comentários	Curtidas	Compartilhamentos fora do app	Legenda do vídeo					Hashtags
Caso 01 - Coreografia oficial - coreógrafa	639.8 mil	478	61.8 mil	638	quero vê todo mundo fazendo o #vermelhochallenge DC: @Flávia Lima #VERMELHO #LADYLESTE #GloriaGroove	#vermelhochallenge / #vermelho / #ladyleste / #gloriagroove	DC: Flavia Lima	Oficial da cantora @gloriagroove	https://www.tiktok.com/@gloriagroove/video/7063804156082949382?is_copy_uri=1&is_from_webapp=v1&lang=pt-BR	12/02/2022
Caso 01 - Coreografia oficial - Glória Groove	2.7 milhões	2.555 mil	223.4 mil	2.698	de olho em vocês fazendo o #VermelhoChallenge e #LadyLeste #GloriaGroove	#VermelhoChallenge / #LadyLeste / #GloriaGroove	não	Oficial da cantora @gloriagroove	https://www.tiktok.com/@gloriagroove/video/70686898662432083205?is_copy_uri=1&is_from_webapp=v1&lang=pt-BR	24/02/2022

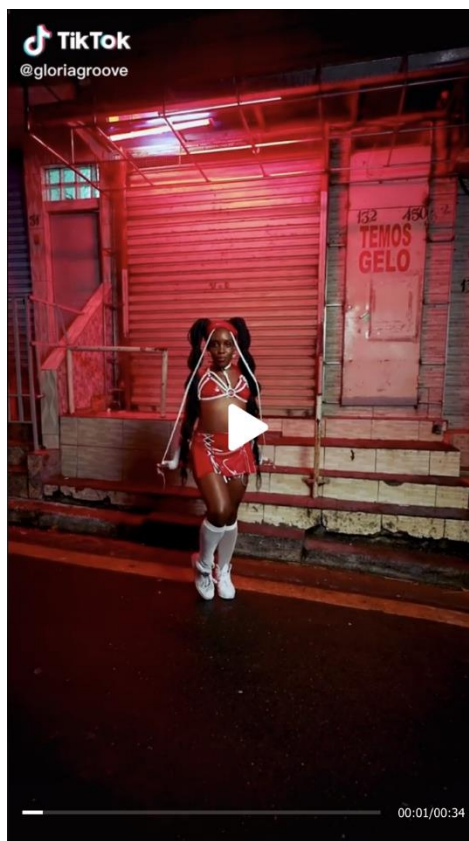
Tabela 3 – Dados dos vídeos publicados pela cantora Glória Groove.

Aspectos técnicos/ numéricos - TikTok				
Hashtag	Visualizações totais	Música oficial no aplicativo	Quantidade de vídeos utilizando a música oficial	Tipo de vídeos encontrados pela música
#vermelhochallenge - promovida pela cantora	50.2 milhões	sim	144.6 mil	Dança / Maquiagem / Tutoriais / diversos

Tabela 4 - Dados dos resultados da hashtag #vermelhochallenge.

No vídeo, a coreógrafa Flávia Lima dança sozinha com o figurino e no cenário do videoclipe oficial, a filmagem é com a câmera estática e cobre um plano aberto que mostra todo seu corpo, sem variações de enquadramento ou cortes de cena. A legenda e a inclusão da hashtag #vermelhochallenge deixa clara a intensão da artista em estimular a reprodução da coreografia pelos usuários.

Imagem 1: Vídeo da coreografia publicado no perfil de Glória Groove.



Fonte: Captura do vídeo disponível no TikTok feita pela autora.

Apesar de ser direcionada para a coreografia, a *hashtag* também apresenta como resultado de busca diversos vídeos de maquiagem, em um formato bastante popular no aplicativo: etapas da elaboração/aplicação de uma maquiagem com cortes feitos com uma ferramenta do aplicativo e, após cada corte, uma nova etapa é incluída. No final, a pessoa aparece com a maquiagem finalizada¹⁵. O vídeo com mais visualizações identificado com a música e com a *hashtag* - 5 milhões - segue esse formato.

A partir da *hashtag* também foram identificadas duas outras coreografias criadas com a mesma música, mas não foram encontradas reproduções destas por outros usuários. Os resultados estão bastante divididos entre os desafios de coreografia e maquiagem, mostrando que, apesar do estímulo da cantora para a coreografia, os usuários criaram um desafio de maquiagem que também se popularizou. Tanto os vídeos de dança quanto os de maquiagem seguiram a temática da cor vermelha proposta pela letra da música, utilizando roupas, maquiagens e iluminação desta cor.

¹⁵ Vídeo com mais visualizações neste formato, utilizando a música Vermelho, disponível em: https://www.tiktok.com/@renatasanti/video/7065695057432612102is_copy_url=1&is_from_webapp=v1&lang=pt-BR&q=vermelho&t=1647819188939 Acesso em 22 mar 2022.

A cantora Gloria Groove publicou em seu perfil um de si mesma reproduzindo a coreografia, que também continuou o estímulo para a reprodução do desafio (tabela 3) e alcançou um alto volume de visualizações. Publicou, também, um mês depois do vídeo de sua coreógrafa, um compilado de vídeos de outros usuários reproduzindo a coreografia¹⁶, com a legenda: “#VERMELHOCHALLENGE continuem fazendo e me marcando 📌”.

A coreógrafa disponibilizou em seu perfil na rede um tutorial da coreografia, em que repassa os passos de forma lenta e utiliza um recurso de edição do próprio aplicativo para incluir texto no vídeo, descrevendo os passos conforme são reproduzidos. Existe uma variação de nível, grande parte da movimentação acontece em pé, mas em alguns momentos são feitos movimentos abaixando e levantando, e de angulação do corpo (variando entre frente, lado e costas). Em alguns passos há uma tradução literal ao que está sendo cantado na letra, por exemplo, no trecho “só para ver” a dançarina apoia a mão reta acima da testa.

Imagens 2 e 3: Vídeo do tutorial da coreografia publicado por Flávia Lima.

¹⁶Disponível

em: https://www.tiktok.com/@gloriagroove/video/7074367301448944902is_copy_url=1&is_from_webapp=v1&lang=pt-BR Acesso em 27 mar 2022.



Fonte: Captura do vídeo disponível no TikTok feita pela autora.

4.2 Caso 02

O caso (02) refere-se a uma coreografia criada pelo usuário que se identifica como Samambaia, publicada em seu perfil: @samambaiaa_, com a música Pique, Piquezin x cintura ignorante - DJ Patrick Muniz & Pet & Bobii & MC Buraga.

Vídeos oficiais/originais - Aspectos técnicos/ numéricos - TikTok										
	Visualizações	Comentários	Curtidas	Compartilhamentos fora do app	Legenda do vídeo	Hashtags	Credito ao coreógrafo	Perfil de publicação	Link	Data de publicação
Caso 02 - Coreografia Pique, Piquezin	18.2 milhões	10.8 mil	1.4 milhões	28.6K	piquezin 🍷👯 @gustavinho_dancy #samambaia #fy	#samambaia #fy	Perfil próprio	@samambaiaa	https://www.tiktok.com/@samambaiaa_video/7037219084412521734?is_copy_url=1&is_from_webapp=v1&q=pique%20pique%20piquezin&t=1647784933377	02/12/2021

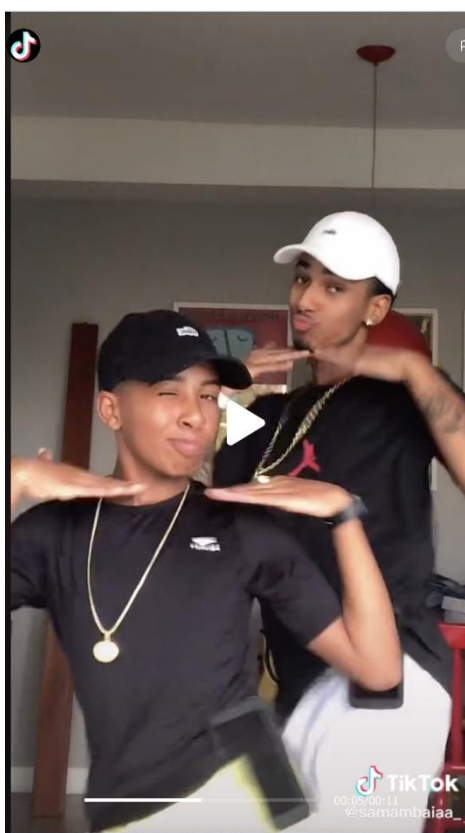
Tabela 5 – Dados dos vídeos publicados pelo usuário Samambaia.

Não foi identificada nenhuma sinalização de que esta seja a coreografia da música no TikTok ou por parte dos artistas (que não possuem perfis na rede), fator que indica que a coreografia não foi criada com objetivo comercial ou publicitário. Na legenda foram utilizadas duas *hashtags*: a primeira pode ter sido incluída para reforçar a origem do vídeo ou autoria do usuário, mas a inclusão da segunda aponta a intenção de viralização do conteúdo. A sigla “fy” é a abreviação de “for you”, ou “para você”, sessão onde são sugeridos vídeos para os usuários

de acordo com seus interesses. Esta é uma prática comum entre os usuários pois pode auxiliar o algoritmo a incluir o vídeo na sessão e facilitar que seja encontrado.

O vídeo apresenta duas pessoas (o autor e outro usuário identificado como @gustavinho__dancy) e foi gravado no interior de uma casa, com roupas comuns, sem nenhuma ferramenta de edição identificada. A câmera está estática e o enquadramento mostra os corpos do joelho para cima. A coreografia é composta por movimentos de braços, com variações nos sinais feitos com as mãos a cada repetição, alternados por movimentos de quadril.

Imagem 4: Vídeo da coreografia publicado por Samambaia.



Fonte: Captura do vídeo disponível no TikTok feita pela autora.

O aplicativo indicou que existem 301.4 mil vídeos utilizando a mesma música. Destes, quatro dos cinco vídeos são variações da reprodução da coreografia, com altos volumes de visualizações e curtidas. O aplicativo não possui uma ferramenta que permita filtrar apenas os vídeos que reproduzem a coreografia e não houve uma *hashtag* criada pelo autor para sinalizar a coreografia, mas os números encontrados apontam um grande volume de reproduções e de interesse por parte dos usuários.

Vídeos mais curtidos - Resultados a partir da música												
	Visualizações	Curtidas	Comentários	Compartilhamento	assunto do vídeo	Crédito ao criador da coreografia	Cenário	Figurino	Enquadramento e posição da câmera	Hashtags	Legenda	Filtro ou edição aplicados
1	41.7 milhões	3 milhões	111.2 mil	269.9 mil	dança - não é a coreografia	n/a	Casa	Roupas comuns	corpo inteiro / câmera estática	não	não tem	não
2	24.1 milhões	1.9 milhões	9.659 mil	9.654 mil	Coreografia original	não	Casa/lugar aberto	Roupas de banho	corpo inteiro / câmera estática	não	Sdds bronzeeee	não
3	14 milhões	1.8 milhões	9.384 mil	1.406 mil	Coreografia original	não	Casa/sala	Roupas comuns	estático / joelho pra cima	não	Que comece esse novo ciclo! ❤️	sim - áudio narrando o texto do vídeo + texto no vídeo
4	20.2 milhões	1.7 milhões	31 mil	42.3 mil	Coreografia original	não	Casa	Roupas comuns	corpo inteiro / câmera estática	#foryou #fyp> #viral #piquezin #filha	Piquizinha 🍷🍷 #foryou #fyp> #viral #piquezin #filha	inclusão de texto no vídeo
5	842.6 mil	1.7 milhões	7.223 mil	1.307 mil	Coreografia original	não	Lugar aberto/quintal	Roupas comuns	estático / joelho pra cima	não	Saudades do meu fundo fake	sim - áudio narrando o texto do vídeo + texto no vídeo

Tabela 6 - Vídeos mais curtidos a partir dos resultados da música utilizada.

As coreografias que serão analisadas nos casos a seguir possuem um ponto em comum: em algum momento da sequência apresentam a mesma movimentação da coreografia (02), mas que foram apresentadas aos usuários de formas diferentes.

4.3 Caso 03

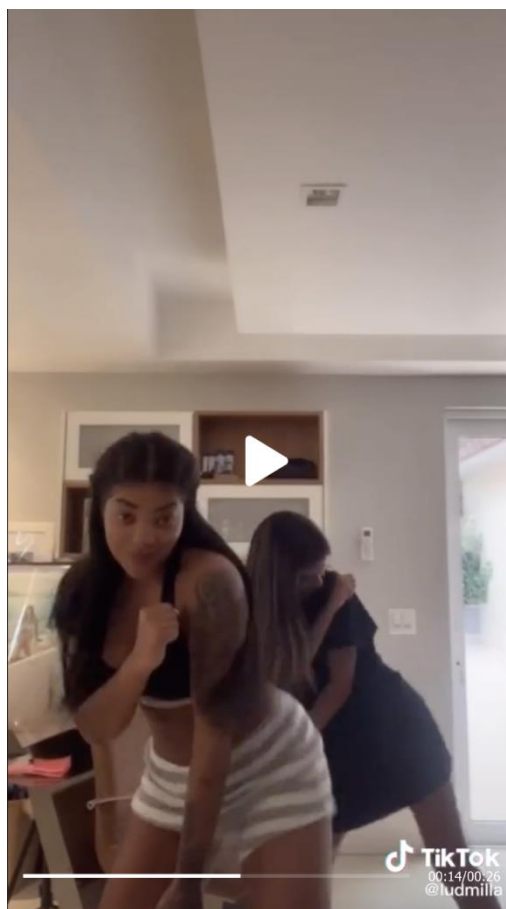
O caso (03) refere-se a coreografia publicada pela cantora Ludmilla para a música "Socadona [Funk remix]", remix de uma música já lançada anteriormente. Apesar da primeira versão possuir um videoclipe com coreografia oficial, a cantora apresentou outra sequência em seu perfil para a nova versão.

Vídeos oficiais/originais - Aspectos técnicos/ numéricos - TikTok										
	Visualizações	Comentários	Curtidas	Compartilhamentos fora do app	Legenda do vídeo	Hashtags	Crédito ao coreógrafo	Perfil de publicação	Link	Data de publicação
Caso 03 - Coreografia Ludmilla	3.6 milhões	1122	464.7 mil	1412	#SocadonaFunk Challenge	#SocadonaFunk Challenge	não	Ludmilla - artista	https://www.tiktok.com/@ludmilla/video/7050211816785349893?is_copy_url=1&is_from_webapp=v1&lang=pt-BR	02/12/2021

Tabela 7 – Dados dos vídeos publicados pela cantora Ludmilla.

O vídeo se inicia com a cantora realizando alguns movimentos aparentemente improvisados. Em seguida, uma segunda pessoa aparece no quadro da câmera e elas iniciam a coreografia com uma sequência de movimentação de braço, seguida pela sequência que aparenta ser a mesma criada por Samambaia (caso 02), finalizada por um passo com os pés. A cantora não sinaliza nenhuma autoria da coreografia, mas a *hashtag* indica a intenção em apresentá-la como um desafio, ou seja, estimular a reprodução pelos usuários.

Imagem 5: Vídeo da coreografia publicado por Ludmilla.



Fonte: Captura do vídeo disponível no TikTok feita pela autora.

A intenção da cantora foi alcançada, vistos os altos números de visualizações e vídeos utilizando a música. Dos cinco vídeos mais curtidos a partir dos resultados da música, dois utilizaram a *hashtag* do desafio e marcaram apenas a Ludmilla, sem creditar nenhum coreógrafo. O vídeo com maior volume de visualizações (18.5 milhões) e maior volume de curtidas (1.5 milhões) obteve um alcance muito maior que o vídeo original da cantora.

Aspectos técnicos/ numéricos - TikTok - reproduções				
<i>Hashtag</i>	Visualizações totais	Música oficial do app	Quantidade de vídeos utilizando a música oficial (remix <i>funk</i>)	Tipo de vídeos encontrados pela música
#socadonafunkchallenge	28.6 milhões	sim	258.8 mil	A maior parte dos vídeos reproduzem a coreografia

Tabela 8 - Dados dos resultados da hashtag #socadonafunkchallenge.

4.4 Caso 04

O caso (04) refere-se às coreografias criadas para a música Dançarina, do DJ Pedro Sampaio em parceria com o MC Pedrinho. O videoclipe de lançamento da música apresenta uma coreografia oficial, com a duração do tempo total da música.

Vídeos oficiais/orinais - Aspectos técnicos/ numéricos - TikTok										
	Visualizações	Comentários	Curtidas	Compartilhamentos fora do app	Legenda do vídeo	Hashtags	Credito ao coreógrafo	Perfil de publicação	Link	Data de publicação
Caso 04 - Coreografia DJ Pedro Sampaio	4.6 milhões	793	352.7mil	1661	// dançarina 🌶️👉	não	não	oficial do artista	https://www.tiktok.com/@pedrosampaio/video/7051290664861868261?e_copy_url=1&is_from_webapp=v1&lang=pt-BR	05/02/2022

Tabela 9 – Dados dos vídeos publicados pelo DJ Pedro Sampaio.

Em seu perfil do TikTok, o DJ publicou um vídeo em dança o trecho do refrão com quatro bailarinas, sem créditos ao coreógrafo. O crédito à coreografia foi buscado nos vídeos do TikTok e Youtube oficiais do artista, e não foi possível encontrar a ficha técnica do videoclipe¹⁷. A coreografia é focada em movimentos amplos de braço e movimentos de quadril. Por parte do DJ não houve uma *hashtag* oficial para divulgação da música ou da coreografia, bem como não houve a criação de um desafio (*challenge*).

No mesmo dia da publicação original, a usuária do TikTok Gi Cardoni publicou em seu perfil @gicardoni_ uma coreografia de sua autoria para a mesma música, que alcançou os seguintes resultados (tabela 10):

Nova coreografia para esta música - Gi Cardoni																			
	Visualizações	Comentários	Curtidas	Compartilhamentos fora do app	Legenda do vídeo	Hashtags	Credito ao coreógrafo	Perfil de publicação	Link do vídeo	Tutorial	Link	Duração	Cenário	Figurino	Quantidade de pessoas	Posição câmera	Enquadramento	Ferramentas de edição	Descrição dos movimentos
Coreografia Gi Cardoni	1,6 milhões	834	116,2 mil	1022	dc: euzinha façam e me marquem 🌶️👉 // @Pedro Sampaio @Mc Pedrinho	não	mesma pessoa	@gicardoni_	https://www.tiktok.com/@gicardoni_/video/7051311544512843200?e_copy_url=1&is_from_webapp=v1	Sim, feito como resposta a pedido de uma usuária.	https://www.tiktok.com/@gicardoni_/video/70513170326984150?e_copy_url=1&is_from_webapp=v1	mesma da original	quarto	roupas simples	1	estática	acima do joelho	não foi identificada nenhuma ferramenta de edição do TikTok	Coreografia da usuária: maior quantidade de movimentos / segue a letra da música (algumas movimentações literais - balada: sinal de DJ / rebola - rebolada) - repetição de piquezin no final

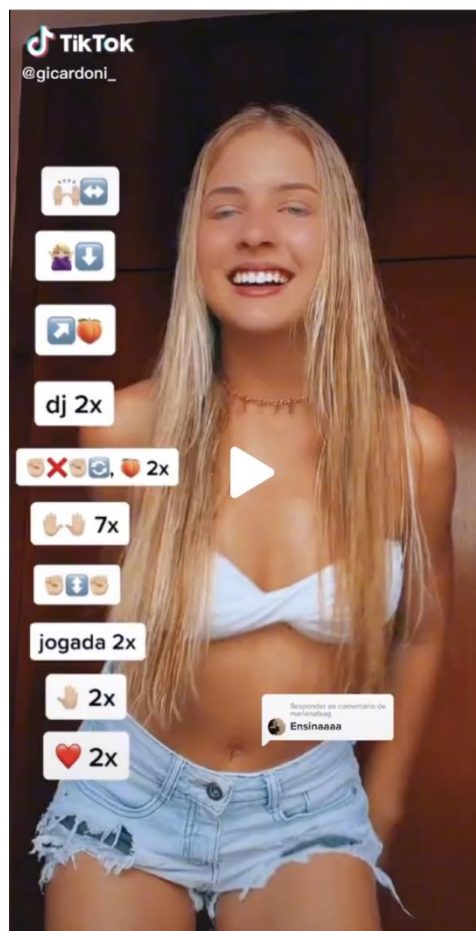
Tabela 10 – Dados do vídeo publicado pela usuária Gi Cardoni.

Esta sequência apresenta uma quantidade maior de passos e em maior velocidade, se comparada à original, e segue o ritmo da letra. Em alguns momentos, reproduz movimentos literais do que está sendo cantado. Um dia depois da publicação, a pedido de uma usuária por meio de um comentário, a autora publicou um tutorial da coreografia que alcançou 6.1 milhões de visualizações. Para auxiliar no passo a passo da sequência, a autora utiliza *emojis*¹⁸ que representam os movimentos, direções (uma seta apontando para a esquerda, por exemplo) e repetições de cada passo.

Imagem 6: Vídeo do tutorial da coreografia publicado por Gi Cardoni.

¹⁷Por esses motivos, não foi possível confirmar a autoria da coreografia apresentada nos materiais oficiais do DJ Pedro Sampaio.

¹⁸ “*Emoji* é um pictograma ou ideograma, ou seja, uma imagem que transmite a ideia de uma palavra ou frase completa. [...] Atualmente, os *emojis* são muito populares nas redes sociais e em aplicativos de mensagens instantâneas, como o WhatsApp.” Definição disponível em: <https://www.significados.com.br/emoji/> Acesso em 27 mar 2022.



Fonte: Captura do vídeo disponível no TikTok feita pela autora.

Dentre os 1.2 milhões de vídeos encontrados a partir da música oficial no aplicativo, o maior volume de coreografias reproduz a versão de Gi Cardoni, e não a versão oficial. O DJ Pedro Sampaio compartilhou o vídeo do tutorial em seu perfil¹⁹ com uma ferramenta chamada dueto, que divide a tela em duas partes para que dois vídeos possam ser reproduzidos simultaneamente, alcançando também mais visualizações que o vídeo original. Com esta mesma ferramenta ele publicou outros vídeos reproduzindo esta coreografia e outros formatos de vídeo (sem dança).

A reprodução de vídeos com a coreografia não oficial, a ausência de *hashtag* para o desafio de dança e a falta de crédito para o coreógrafo da versão oficial, indica que não houve um interesse do artista na divulgação da coreografia oficial e nem em sua reprodução pelos usuários, apenas na divulgação da música em qualquer formato.

¹⁹Disponível

https://www.tiktok.com/@pedrosampaio/video/7062390867717262597?is_copy_url=1&is_from Acesso em 27 mar 2022.

em:

4.5 Caso 05

O caso (05) refere-se a coreografia oficial, criada pelo coreógrafo profissional Flávio Verne, para o videoclipe de lançamento da música Café da Manhã, da artista Luísa Sonza com participação da cantora Ludmilla. A música possui uma coreografia completa para os 2 minutos e 59 segundos de duração, publicada na íntegra no canal do Youtube de Sonza²⁰. Para o TikTok, dois trechos foram transformados em desafios, o refrão e a ponte cantada por Ludmilla, diferente da prática comum de criar um desafio apenas a partir do refrão.

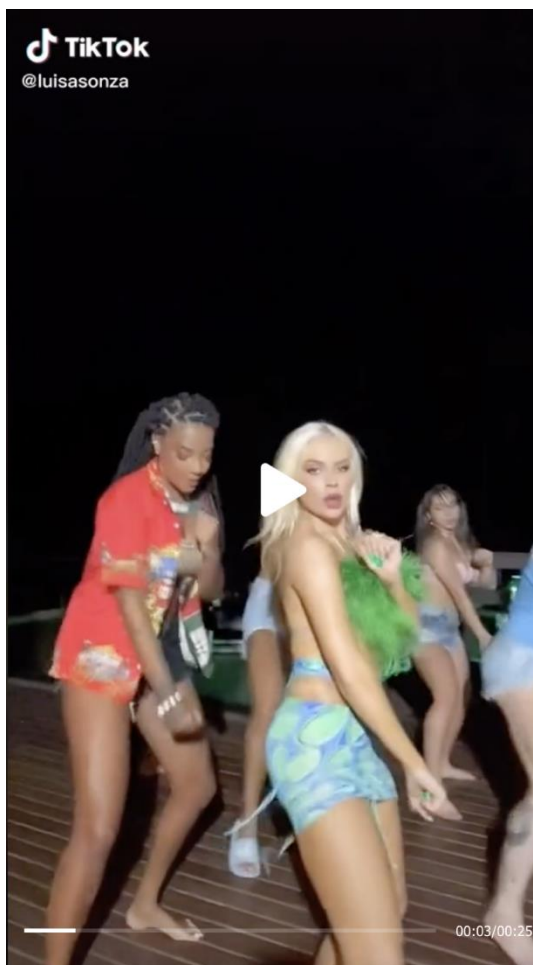
Vídeos oficiais/originais - Aspectos técnicos/ numéricos - TikTok										
	Visualizações	Comentários	Curtidas	Compartilhamentos fora do app	Legenda do vídeo	Hashtags	Crédito ao coreógrafo	Perfil de publicação	Link	Data de publicação
Caso 05 - Primeiro vídeo postado por Luísa Sonza	1.6 milhões	822	129.9 mil	632	@ludmilla	não	não	luisasonza	https://www.tiktok.com/@luisasonza/video/7062522082079483909/?is_copy_url=1&is_from_webapp=1&lang=pt-BR	8/2/2022
Caso 05 - Vídeo com maior visualização no perfil de Luísa Sonza	4.7 milhões	1.976 mil	398.3 mil	2098	#CAFEDAMANHACHALLENGE @vanessalopesr @ciaragnds @_amandaraujo @renansilveira @_mariapaulamarques	#cafeda manhach allenge	não	oficial da cantora - @luisasonza	https://www.tiktok.com/@luisasonza/video/7062525481585765638/?is_copy_url=1&is_from_webapp=1&lang=pt-BR	10/2/2022
Caso 05 - coreografia oficial (parte 2)	3.2 milhões	670	370.6 mil	1.499 mil	E o #CAFEDAMANHACHALLENGE continua com tudo, agora com o trecho da @ludmilla! Já aprenderam essa parte da coreo?! Façam e me marquem, quero ver vocês reproduzindo muito 🥰 #fp	#cafeda manhach allenge	sim	flavio verne - verneverne	https://www.tiktok.com/@verneverne/video/7073485213233401094?is_copy_url=1&is_from_webapp=1&lang=pt-BR	10/3/2022

Tabela 11 – Dados dos vídeos publicados pela cantora Luísa Sonza e pelo coreógrafo Flávio Verne (oficiais).

A coreografia do refrão tem como maior foco a movimentação de braços, facilmente encaixável no enquadramento da câmera de celular, e um trecho segue a mesma estrutura da sequência do usuário Samambaia, com variação na movimentação do braço (que é alternada com a movimentação de quadril).

Imagem 7: Vídeo da coreografia publicado por Luísa Sonza.

²⁰ Disponível em: <https://www.youtube.com/watch?v=E13bBO0tEQg> Acesso em 27 mar 2022.



Fonte: Captura do vídeo disponível no TikTok feita pela autora.

A cantora Luísa Sonza publicou nove vídeos em seu perfil reproduzindo esta coreografia, em três deles o coreógrafo é creditado. Em alguns dos vídeos a cantora utiliza a *hashtag*. Além disso, publicou um compilado de vídeos de usuários²¹ reproduzindo o desafio, informando que os melhores seriam colocados em seu perfil. A cantora Ludmilla também publicou um vídeo reproduzindo a coreografia em seu próprio perfil.

Aspectos técnicos/ numéricos - TikTok				
<i>Hashtag</i>	Visualizações totais	Música oficial do app	Quantidade de vídeos utilizando a música oficial	Tipo de vídeos encontrados pela música
#cafedamanhachallenge	85.9 milhões de visualizações	sim	48.4K	coreografia / diversos

Tabela 12 - Dados dos resultados da hashtag #cafedamanhachallenge.

²¹Disponível em:

https://www.tiktok.com/@luisasonza/video/7071656736255429893is_copy_url=1&is_from_webapp=v1&lang=pt-BR Acesso em 27 mar 2022.

O desafio para o segundo trecho, referente a ponte da música, não foi divulgado da mesma forma. Apesar de possuir maior quantidade de vídeos a partir desta parte da música, a cantora Luísa não publicou a coreografia oficial em seu perfil. No TikTok, esta foi encontrada no perfil de Flavio Verne em formato de tutorial. A sequência possui um nível de complexidade maior se comparada com o refrão, pois apresenta uma variação maior de passos, trabalha em mesma proporção as pernas e os braços, e uma parte é executada no chão. Ainda assim, o vídeo de Verne foi o mais compartilhado dentre os oficiais.

Contudo, assim como o caso (04), este trecho também recebeu uma nova versão, criada pelo usuário Gui Gonzastri em seu perfil @gonzastrigui, e apresentou os resultados abaixo. O tutorial encontrado foi feito por outra usuária.


Nova coreografia para esta música - Gui Gonzastri																			
	Visualizações	Comentários	Curtidas	Compartilhamentos fora do app	Legenda do vídeo	Hashtags	Credito ao coreógrafo	Perfi de publicação	Link do vídeo	Tutorial	Link	Duração	Cenário	Figurino	Quantidade de pessoas	Posição câmera	Enquadramento	Ferramentas de edição	Descrição dos movimentos
Coreografia Gui Gonzastri	1,2 milhões	1036	90,9 mil	1108	De novaaaaaaas, marque o(a) famoso(a) de q vocês querem q faça 	não	mesma pessoa	@gonzastrigui	https://www.tiktok.com/@gonzastri/video/6941177930097181776?copy_from=webshare	Sim - feito por outro usuário	https://www.tiktok.com/@flavioverne/video/6941177930097181776?copy_from=webshare	00:27	fundos/quintal de uma casa	roupas simples, calça jeans e camiseta e boné	1	estática	acima do joelho	não foi identificada nenhuma ferramenta de edição do TikTok	Movimentação apenas braços, literal com alguns trechos da música. Sem variação de ângulo e níveis.

Tabela 13 - Dados dos resultados da coreografia publicada pelo usuário Gui Gonzastri.

A sequência é composta por braços, acompanhada por poucos movimentos de quadril. Diversos passos reproduzem de forma literal o que está sendo dito na letra da música (“presa”: braços cruzados / “calada”: dedo em sinal de silêncio a frente da boca / “você”: dedos apontados para frente etc.). Os resultados a partir deste trecho da música apresentam maior volume para a coreografia de Gui do que para a original. As próprias cantoras, Luísa Sonza e Ludmilla, que não publicaram vídeos com a original, reproduziram esta versão, utilizando a mesma *hashtag*, mas sem creditar a autoria.

4.6 Análise comparativa

Ao analisar as cinco coreografias selecionadas, é possível identificar alguns pontos em comum, que serão citados a seguir. A primeira questão que pode ser levantada é a de autoria das coreografias. Foi encontrado um formato padrão para sinalizar o autor/coreógrafo, com a sigla DC (abreviação para *dance challenge*) na legenda do vídeo, seguido pelo nome e/ou seu perfil no TikTok. É uma prática opcional dos usuários, pois não há uma ferramenta ou exigência

do aplicativo para essa referência. Porém, não existe uma consistência na indicação de créditos e, na maioria dos vídeos nos casos analisados, não é feita.

Nos casos das coreografias oficiais para lançamentos de músicas, ou seja, em que os coreógrafos foram contratados pelos artistas, também não há padronização nos créditos. Nos casos (03) e (04), não foi possível confirmar a autoria pela falta de crédito por parte dos artistas. As coreografias oficiais (04) e (05 – parte 2) ganharam menos destaque nos perfis dos artistas do que as sequências criadas por usuários. Estes fatores demonstram que existe maior atenção em coreografias virais do que, necessariamente, nas oficiais. Consequentemente, entende-se que os artistas estão mais preocupados na viralização em si, e as coreografias são um instrumento para a divulgação de música. Para todas as coreografias foram encontrados vídeos de tutoriais, principalmente em dois formatos, ambos que surgiram especificamente a partir das ferramentas de edição do TikTok. O primeiro é com a tela dividida e uma mesma pessoa reproduzindo, de um lado, a coreografia e, de outro, passando a sequência de forma lenta e pausada para que os passos fiquem claros. A edição permite que estes dois vídeos diferentes sejam mesclados em uma única cena, conforme a imagem 7, com a inclusão de textos para identificação de cada vídeo.

Imagem 7: Vídeo do tutorial da coreografia publicado por Flávio Verne.



Fonte: Captura do vídeo disponível no TikTok feita pela autora.

O outro formato comum, identificado no perfil de Gi Cardoni (imagem 6), é com a utilização de *emojis* que simbolizem os movimentos, como mãos e setas apontando a direção, que vão mudando de cor conforme são reproduzidos, para que seja possível identificar qual é o momento de cada passo na coreografia.

Os tutoriais foram encontrados para diversas outras coreografias disponíveis no aplicativo e, em geral, apresentam altos números de visualizações. Existem também perfis de usuários que produzem apenas esse tipo de conteúdo, como de Elen Portugal²², que possui dois milhões de seguidores. Os tutoriais mostram o interesse dos usuários em, de fato, aprender as coreografias que circulam dentro do aplicativo, mas que sentem a necessidade de algum auxílio. Apesar de não ser possível afirmar a partir desta pesquisa, a busca e demanda de tutoriais indica também o amadorismo dos usuários em relação a dança, que entraram em contato com esta arte apenas a partir do TikTok.

O uso de *hashtags* também foi identificado nos vídeos, feito para estimular a visualização e a reprodução. Quando um usuário inclui uma *hashtag* como *#fy*, por exemplo, ele busca ser incluído nos vídeos de recomendações para outros usuários, aumentando, assim o potencial de viralização. Já as variações com o termo *challenge* são utilizadas para desafiar e,

²² Disponível em: <https://www.tiktok.com/@elenportugal> Acesso em 02 abr 2022.

portanto, estimular os usuários a reproduzirem a coreografia. Consequentemente, o volume de vídeos com o mesmo conteúdo e com a mesma música, aumentam.

A prática de desafios surgiu de forma espontânea entre os usuários do TikTok, mas foi apropriada pelos artistas porque popularizam não só a coreografia, mas também a música, seu maior interesse. Para eles, os *challenges* se tornaram uma ferramenta para alcançar o público dentro do aplicativo. Um exemplo de como isto acontece pôde ser visto nos casos (01) e (05), em que as artistas publicaram vídeos dos usuários em seus perfis para estimular a reprodução.

Um dos principais pontos identificados durante a análise foi a criação de coreografias por usuários não contratados por artistas, ou seja, não oficial. Sem um vínculo comercial e com o curto tempo de duração, o vídeo do usuário Samambaia foi o que alcançou o maior número de visualizações entre os cinco casos e altos números de reproduções, que mostra o grande interesse dos usuários. Sua popularização no TikTok foi expressiva a ponto de ser utilizada nas coreografias oficiais dos casos (03) e (05), lançadas com *challenges*. Contudo, estas não conseguiram ultrapassar a coreografia original em números, o que reforça que a preferência não necessariamente é por vídeos de artistas à usuários comuns, com produções simples. Alguns dos vídeos que reproduziram essas coreografias, inclusive, alcançaram números de visualização muito maiores que os originais das artistas²³.

Transferir uma coreografia de um videoclipe para TikTok não significa que ela será automaticamente reproduzida, como foi observado no caso (01). Ainda que existam as sequências oficiais, os usuários se sentem motivados a criar suas próprias, que estão mais próximas das dinâmicas e movimentos utilizados especificamente no TikTok, pois surgiram dentro dele. Este aspecto foi identificado na coreografia do caso (05), que utilizou movimentos mais adequados/adaptados a rede e, consequentemente, foi mais reproduzida pelos usuários.

A relação entre amadores e profissionais da dança dentro do TikTok pode ser analisada sob a construção dos valores de visibilidade e autoridade definidos por Recuero (2009). Ainda que existam celebridades e influenciadores digitais nessa rede, não há uma priorização por profissionais em conteúdos relacionados à dança. A coreografia que estiver mais adequada a este ambiente será a mais aceita. Um profissional da dança não necessariamente segue como autoridade ou como destaque nos desafios²⁴. Além disso, as possibilidades de popularização,

²³ O vídeo da usuária Camila Loures, influenciadora digital, alcançou 18.5 milhões de visualizações até a data de análise. Disponível no link https://www.tiktok.com/@camilaloures/video/70542367707246341?is_copy_url=1&is_from_webapp=v1 Acesso em 15 mar 2022.

²⁴ Apesar de não ser o objeto de estudo desta pesquisa, vale mencionar que existem amadores que se tornaram influenciadores digitais por meio da produção de vídeos reproduzindo desafios de dança, como o caso da usuária

como *hashtags* e o volume de reproduções de uma mesma coreografia, contribuem diretamente para a dinâmica de visibilidade dentro da rede.

Para além dos números, a análise da movimentação das coreografias permitiu a identificação de alguns fatores que ajudam a construir um entendimento sobre o formato de sequência e passos de dança que surgem especificamente dentro desta rede e, por isso, geram maior interesse nos usuários que a utilizam. As coreografias são criadas a partir do refrão das músicas, uma parte curta, o que faz com que tenham em torno de 30 segundos ou menos. Isto está relacionado também ao próprio funcionamento do TikTok, que tem como proposta ser um aplicativo para vídeos curtos e na vertical.

Este segundo aspecto influencia diretamente na criação, pois limita o espaço em que a coreografia será apresentada. Além disso, visto que a proposta do aplicativo são produções caseiras com o celular, as gravações são, em sua maioria, feitas com a câmera em um apoio, ou seja, com a filmagem estática. Em alguns vídeos foi possível perceber que a pessoa grava a si mesma, iniciando e pausando a própria gravação, sem cortar esse momento na edição. Os artistas que se propõem a gravar as coreografias também seguem esse formato.

As coreografias criadas ou adaptadas para o TikTok – como a coreografia do caso (05) - se adequam com movimentos principalmente acima do quadril e movimentos de braços pois, assim, o enquadramento na câmera estática é facilitado. As sequências são majoritariamente com a frente do corpo direcionada para a câmera, e sem grandes variações de ângulo (para baixo ou para os lados), que desloquem a pessoa do enquadramento. Este fator contribui para que uma coreografia como a do usuário Gui Gonzastri se torne mais popular do que a coreografia oficial (05 – parte 02), para o mesmo trecho da música.

Esses aspectos específicos do TikTok apontam para as razões pelas quais as coreografias criadas dentro do aplicativo têm maior potencial para viralização e reprodução do que as coreografias oficiais. Ainda que não tenham sido criadas por coreógrafos profissionais, foram feitas por quem participa e, conseqüentemente, entende as dinâmicas desse espaço.

A produção de conteúdo por usuários amadores está inserida na cultura da participação, definida nesta pesquisa a partir dos conceitos de Shirky (2011) e Jenkins; Green; Ford (2014). Nos casos analisados foi possível identificar o protagonismo dos usuários com a criação de seus próprios conteúdos, com auxílio das ferramentas disponíveis no aplicativo.

Luara, uma adolescente com 21.6 milhões de seguidores em seu perfil: <https://www.tiktok.com/@luara?lang=pt-BR> Acesso em 09 abr 2022.

Ao analisar os comentários nos vídeos da série de coreografias que, em algum momento, utilizaram a sequência de movimentações semelhantes à do caso (02), identificou-se que os usuários não demonstram rejeição ou desinteresse pela repetição de movimentos em coreografias diferentes. Os altos números de visualização e curtidas encontradas nos vídeos das quatro coreografias mostram que eles aceitaram tanto a sequência original, quanto as que surgiram depois.

Não foram encontrados, também, apontamentos negativos sobre a falta de indicação de créditos para os coreógrafos de modo geral. Isto significa que, dentro da dinâmica do TikTok, a apropriação e reutilização de passos/sequências não é vista como um problema para os usuários, bem como a respectiva autoria também não é um ponto de destaque nas reproduções.

Percebe-se, a partir da definição de Martino (2015), como a dança se torna um meme. O alto volume de vídeos reproduzindo as mesmas coreografias mostra que a dança é a forma de criar laços e pertencer no ambiente do TikTok e, por isso, os usuários buscam tutoriais e reproduzem as sequências populares. O formato de desafios estimula ainda mais essa dinâmica de reprodução. Por isso, entende-se por que passos podem ser repetidos em coreografias diferentes e estes continuam fazendo sucesso, como observado nos casos (02), (03), (04) e (05), ainda que houvessem as coreografias oficiais.

Os passos de dança também se tornam memes ao serem repetidamente reproduzidos e, conseqüentemente, conhecidos pelos usuários. Vale destacar a diferença entre a viralização e os memes no TikTok. Os vídeos originais de cada perfil, ao alcançarem altos números de visualização, comentários, curtidas e compartilhamentos, se tornam virais. Contudo, a reprodução faz com que as coreografias se tornem memes, visto que não foi observado um objetivo dos usuários em reproduzir a coreografia ou o vídeo em si (cenário, figurino etc.) de maneira idêntica. Percebe-se, então, a “viagem” da movimentação entre os corpos, por meio do TikTok, mencionada por Bench (2010) na categoria de coreografias virais.

Outra característica específica do aplicativo são as produções dos vídeos. Apesar de o aplicativo disponibilizar uma série de ferramentas de edição, como filtros e cortes, os vídeos das coreografias analisadas – tanto os vídeos oficiais, quanto as reproduções - são feitos em uma única cena, sem modificações identificadas.

As gravações são feitas em ambientes comuns, principalmente salas, quartos e quintais de casas e com roupas também comuns, como camisetas, bermudas e roupas de banho. Pode-se observar, portanto, que a produção caseira é bem aceita pelos usuários entre si. Isto permite e estimula a participação de todos na criação de conteúdo com os recursos disponíveis e, além

disso, valorizada. Estes fatores auxiliam na exploração da criatividade, um dos objetivos do aplicativo. Assim, amadores conseguem produzir e ganhar visibilidade com suas próprias coreografias, podendo alcançar os mesmos números que uma coreografia de um videoclipe oficial.

Com a autoria de profissionais colocada em segundo plano e surgimento de um tipo de padrão para as movimentações, como foi observado, é possível constatar que os amadores estão participando da frente criativa da dança. Este envolvimento utiliza o formato de desafios pois a participação de todos os usuários na reprodução de uma coreografia é essencial para que o conteúdo funcione, e para manter uma conversa seguindo as dinâmicas estabelecidas pelos usuários no TikTok.

5. Considerações finais

Minha vivência em uma companhia de dança hip-hop desenvolveu em mim muito carinho e prazer pela dança e pelo movimento do corpo. Somado a isso, minha vivência profissional no meio da comunicação, especificamente na publicidade digital, me aproximou de um universo que me despertou muito interesse, o das redes sociais online, precisamente o comportamento dos usuários nestas. Assim, quando vi a dança se popularizando no TikTok e novas movimentações surgindo, a curiosidade para entender este fenômeno que mistura a arte com as redes me motivou no desenvolvimento deste artigo.

Para entender como a dança está presente nesta rede social online e como os usuários interagem com a dança, foi realizada uma revisão bibliográfica e análise das coreografias existentes no TikTok.

Arlindo Machado (2008) já havia compreendido que a arte em rede iria proporcionar criações que ainda não poderiam ser mapeadas na época e, principalmente, as criações de forma colaborativa. As definições de dança apresentadas aprofundaram a relação com tecnologia em diferentes campos. A contraposição com estas e as teorias de mídias e redes sociais online, então, permitiram uma análise mais completa considerando o contexto da cultura da participação dos indivíduos nesse processo.

É possível identificar pontos em comum entre a dança no TikTok e a categoria *mediadance* (BASTOS, 2013), principalmente por ser mediada por um aplicativo. Contudo, não é suficiente para abranger todas as suas características. No vídeo-dança os movimentos se relacionam diretamente com o movimento da câmera e quem a opera (WOSNIAK, 2006). A

novidade do TikTok é que, na maioria das vezes, não há um operador. O próprio usuário coordena sua gravação e a câmera fica estática. Por isso, o movimento precisa se limitar ao enquadramento. É um formato que se distancia da ciber-dança, pois não utiliza recursos avançados de edição, filtros ou realidade aumentada, disponíveis no aplicativo, em sua composição.

A categoria mais adequada que pode englobar essa dança é, portanto, a de *social dance-media* de Bench (2010), pois é definida pelos modos de composição e circulação no ambiente do TikTok, e está ligada ao comportamento dos usuários neste. A categoria de coreografias virais da autora destacou a ação ativa do usuário de reproduzir e publicar sua versão e, na rede social em questão, a reprodução é, não apenas uma possibilidade, mas uma condição necessária para sua popularização.

Com ferramentas de edição, além do funcionamento do algoritmo e *hashtags*, o TikTok fornece os meios que a cultura da participação necessita para que haja, de fato, este protagonismo na produção, viralização e reprodução de conteúdo. Além disso, as *hashtags* influenciam na viralização e os perfis com maior quantidade de seguidores, como os dos artistas, também possuem naturalmente, maior alcance.

Contudo, a dança no TikTok acrescenta um aspecto específico não mapeado por Bench (2010): a criação não só na produção dos vídeos, mas de coreografias feitas por usuários amadores. Por utilizarem o aplicativo, eles conhecem as dinâmicas de movimentação, enquadramento, música e recursos específicos do aplicativo e, então, criam coreografias mais próximas ao interesse dos demais usuários. Por isso, algumas das coreografias não oficiais dos casos apresentados foram mais aceitas e reproduzidas do que as coreografias oficiais. No entanto, percebe-se um movimento de cantores/artistas para se encaixarem a esse contexto, criando *challenges* e utilizando os passos já populares em suas coreografias, como visto nos casos (03) e (05 – parte 1), com a intenção comercial de divulgação de músicas.

Porém, o principal para que uma coreografia viralize e se torne um meme entre os usuários é a motivação para a reprodução. Os passos simples, focados em braços e quadril, com movimentos literais do que está sendo cantados e reutilizados de uma coreografia para outra também fazem parte da construção das coreografias que se popularizaram, se transformando no que se entende como dança do TikTok.

Ao longo do processo de construção deste artigo, muitos fatores foram levantados e considerados. Primeiramente, havia a intenção de ouvir os profissionais da dança brasileiros para entender sua percepção sobre esse formato de dança. Além disso, havia uma avaliação,

também inicial, de que as coreografias estavam diretamente ligadas à dança hip-hop, o que não foi possível comprovar visto que essa é uma linguagem específica e, portanto, esta frente foi descartada.

A análise de um fenômeno da internet, principalmente recente, como é o caso da dança no TikTok, é desafiadora, pois é um ambiente em constante mudança. Diariamente, às vezes em minutos, os números variam muito dentro do aplicativo. As coreografias mais populares também mudam rapidamente, pois a velocidade de viralização é alta, podendo acontecer em algumas horas. Reforça-se, também, que a amostra é um pequeno recorte da incontável quantidade de coreografias disponíveis, mas que foi selecionada criteriosamente para identificar possíveis padrões ou pontos em comum, que representassem esse universo.

Contudo, para entender o que de fato é a dança no TikTok e como os usuários se motivaram para reproduzir e se tornarem protagonistas da criação coreográfica, foi essencial olhar para as movimentações e números disponíveis no próprio aplicativo. Esta análise permitiu a descoberta de padrões de movimentação, interesses dos usuários e as dinâmicas dos valores construídos.

É importante ressaltar a necessidade de um olhar crítico para essa dinâmica, ainda que esteja em sua fase inicial. Existe a questão do apagamento dos coreógrafos/profissionais da dança que merece atenção, pois trata-se de uma profissão já desvalorizada no mercado artístico. Ainda que usuários amadores ganhem visibilidade com sequências simples e de fácil reprodução, se há um interesse real das pessoas por dança, deve haver espaço para que os profissionais possam se destacar e trabalhar neste ambiente digital. A utilização da dança por artistas da música é muito válida para endossar e auxiliar na divulgação do trabalho dos profissionais, mas observa-se que em alguns casos as coreografias estão sendo apresentadas apenas como uma ferramenta publicitária.

Contudo, é visível que o protagonismo dos usuários na produção de dança estimula que mais indivíduos participem e ocupem ativamente este ciberespaço que, de fato, lhes pertence. Além disso, sua participação fez com que a dança se popularizasse e desenvolvesse a ponto de desencadear um formato de movimentação característico. Os vídeos com as reproduções por amadores são a maioria, e são feitos de forma simples, mas exigem o empenho e motivação do usuário em aprender e gravar a sequência. Ainda assim, escolheram a dança como forma de participar e produzir conteúdo no TikTok e foi assim que a dança se tornou um dos principais assuntos.

De modo geral, foi observado durante a análise que os indivíduos se mostram em um momento descontraído, em seu tempo de lazer, em um momento em que estão se divertindo e se movimentando. Na visão da autora, essa é uma das propostas mais ricas que a dança pode oferecer a qualquer um.

Algumas perguntas ainda valem ser levantadas, para aprofundar temas como: motivação e considerações dos usuários para gravação de vídeos; caminhos deste formato de dança caso o TikTok perca a força; interesse dos usuários em dança para além da rede; evolução da dança a partir

Alguns caminhos ainda podem ser aprofundados, como: quais as motivações e considerações dos usuários para gravar um vídeo? Os usuários se interessam na dança a ponto de buscarem aulas com profissionais, para além dos tutoriais curtos? Como os profissionais enxergam a evolução da dança? Por se tratar de um fenômeno recente, esta pesquisa possui muitos caminhos de desenvolvimento. Seria válido aumentar a amostra para aprofundar ainda mais a pesquisa sobre a composição coreográfica, ouvir os usuários e, também, ouvir os profissionais da área.

Neste cenário, a dança pode ser repensada de inúmeras formas, e um ponto de equilíbrio pode ser encontrado a fim de permitir a participação dos profissionais na construção dessa dança com a merecida visibilidade, e sem limitar a criatividade dos usuários no TikTok e permitir que eles dance, independente do formato. Sua expansão nas redes sociais online irá permitir que mais pessoas entrem em contato com essa arte, e participem de sua evolução de forma colaborativa. Dança, em sua essência permite a inclusão e participação de todos, todo e qualquer corpo pode ser um corpo dançante.

6. Referências

AGRELA, Lucas. Brasil é segundo país que mais usa TikTok no mundo. **Exame**. 28 set 2021. Disponível em: <https://exame.com/tecnologia/brasil-e-segundo-pais-que-mais-usa-tiktok-no-mundo/> Acesso em 30 mar 2022.

BASTOS, Dorotea Souza. **Mediandance: Campo expandido entre a dança e as tecnologias digitais**. 2013. 166 f. Dissertação (Mestrado) - Curso de Programa de Pós-Graduação em Dança, Universidade Federal da Bahia, Salvador, 2013. Disponível em: <https://repositorio.ufba.br/handle/ri/11942>. Acesso em: 02 dez. 2021.

BENCH, Harmony. Screendance 2.0: Social Dance-Media. **Participations: Journal of Audience & Reception Studies**, online, v. 7, n. 2, p. 183-214, nov. 2010. Disponível em: https://www.academia.edu/20798881/Screendance_2_0_Dance_and_Social_Media. Acesso em: 15 dez. 2021.

CHEN, Xu; KAYE, D. Bondy Valdovinos; ZENG, Jing. The co-evolution of two Chinese mobile short video apps: Parallel platformization of Douyin and TikTok. **Mobile Media &**

Communication, Online, v. 9, n. 2, p. 229-253. Maio 21. <https://doi.org/10.1177/2050157920952120> Acesso em: 28 nov 21.

ÉPOCA NEGÓCIOS ONLINE. Antes de criticar TikTok, Zuckerberg tentou comprar. 13 nov 2019. <https://epocanegocios.globo.com/Empresa/noticia/2019/11/antes-de-criticar-tiktok-zuckerberg-tentou-comprar.html> Acesso em: 28 nov 21.

FABRO, Clara. Como ganhar dinheiro com o TikTok? Campanha recompensa quem usa o app. **Techtudo**. 27 mar 2020. <https://www.techtudo.com.br/listas/2020/03/como-ganhar-dinheiro-com-o-tiktok-campanha-recompensa-quem-usa-o-app.ghtml> Acesso em: 28 nov 2021.

FELIX, Victor Hugo. O que é TikTok?. **Tecnoblog**. 08 mai 2020. Disponível em: <https://tecnoblog.net/337651/o-que-e-tiktok/> Acesso em 20 set. 2021.

G1. Biden revoga decreto de Trump que bloquearia TikTok nos EUA. 08 jun 2021. <https://g1.globo.com/economia/tecnologia/noticia/2021/06/09/biden-revoga-decreto-de-trump-que-bloquearia-tiktok-nos-eua.ghtml> Acesso em: 28 nov 2021.

GRANDINETTI, Justin. Examining embedded apparatuses of AI in Facebook and TikTok. **Ai & Society**, Online, v. 35, n. 3, p. 611-623, set. 2021. Disponível em: <https://doi.org/10.1007/s00146-021-01270-5>. Acesso em: 28 nov 2021.

JENKINS, Henry; GREEN, Joshua; FORD, Sam. **Cultura da conexão: criando valor e significado por meio da mídia propagável**. São Paulo: Aleph, 2014.

LÉVY, Pierre. **Cibercultura**. São Paulo: Ed. 34, 1999.

MACHADO, Arlindo. **Arte e mídia**, 2a edição, Rio de Janeiro: Zahar, 2008.

MACIEL, Rui. "Os brasileiros são nossos preferidos". Os planos do TikTok para o país em 2020. **Canal Tech**. 21 jan 2020. <https://canaltech.com.br/redes-sociais/os-brasileiros-sao-nossos-preferidos-os-planos-do-tiktok-para-o-pais-em-2020-159343/> Acesso em: 28 nov 21.

MARTINO, Luís Mauro Sá. **Teoria das mídias digitais: linguagens, ambientes e redes**. Petrópolis: Vozes, 2015.

MATOS, Thaís. Como nascem as dancinhas dos maiores hits do Brasil? Por dentro de uma 'TikTok house'. **G1**. 16 set. 2021. <https://g1.globo.com/pop-arte/musica/noticia/2021/09/16/como-nascem-as-dancinhas-dos-maiores-hits-do-brasil-por-dentro-de-uma-tiktok-house.ghtml> Acesso em: 24 set. 2021.

ORTEGA, Rodrigo. A receita de 'Tipo gin': o que o hit de Kevin o Chris revela sobre as estratégias do pop atual. **G1**. 08 jun 2021. <https://g1.globo.com/pop-arte/musica/noticia/2021/06/08/a-receita-de-tipo-gin-o-que-o-hit-de-kevin-o-chris-revela-sobre-as-estrategias-do-pop-atual.ghtml> Acesso em 19 fev 2022.

PANCINI, Laura. TikTok ultrapassa Facebook e vira app mais baixado do mundo. **Exame**. 13 ago 2021. <https://exame.com/tecnologia/tiktok-app-mais-baixado-do-mundo/> Acesso em 28 nov 21.

RECUERO, Raquel. **Redes sociais na internet**. Porto Alegre: Sulina, 2009.

ROCK CONTENT. Saiba como funciona um algoritmo e conheça os principais exemplos existentes no mercado. **Rock Content**. 7 fev 2019. Disponível em: <https://rockcontent.com/br/blog/algoritmo/> Acesso em: 28 nov 2021.

SCHILLER, Gretchen Elizabeth. **The kinesfield: a study of movement-based interactive and choreographic art**. 2003. 163 f. Tese (Doutorado) - Curso de Science, Technology And Art Research, University Of Plymouth, Plymouth, 2003. Disponível em: <https://pearl.plymouth.ac.uk/handle/10026.1/2384>. Acesso em: 08 jan. 2022.

SHIRKY, Clay. **A cultura da participação: criatividade e generosidade no mundo conectado**. Rio de Janeiro Zahar, 2011.

SILVA JÚNIOR, Flávio M. M. TikTok e música pop: relações entre mídia, plataformas e produção de conteúdo no meio digital. **TROPOS: COMUNICAÇÃO, SOCIEDADE E CULTURA (ISSN: 2358-212X)**, [S. l.], v. 10, n. 1, 2021. Disponível em: <https://periodicos.ufac.br/index.php/tropos/article/view/4978>. Acesso em: 28 nov 2021.

WOSNIAK, Cristiane do Rocio. **Dança, cine-dança, vídeo-dança, ciber-dança:** dança, tecnologia e comunicação. Curitiba: UTP, 2006.

WOSNIAK, Cristiane do Rocio. **O corpo e as midi(ações) tecnológicas na emergência de novas subjetividades para a dança em ambientes digitais.** *In* Tuiuti: Ciência e Cultura, n. 46, p. 187-203, Curitiba, 2013. Disponível em: <https://portalintercom.org.br/anais/sul2013/resumos/R35-0446-1.pdf> Acesso em 06 fev 2022.

APÊNDICE A – Tabela de resultados da análise dos cinco casos apresentados. Disponível em: [Juliana T. de Oliveira Análise Coreografias.xlsx](#) ou https://drive.google.com/drive/folders/1a6Oi_lfQXCIxGQyzORwIbZ3ZC7LCdPRU?usp=sharing.