

3,2,1 gravando: a dança do TikTok

Vanessa Rodrigues de Souza¹, Paola Luzia Gomes Prudente^{2}*

¹Discente do curso de Educação Física, Universidade do Estado de Minas Gerais (UEMG), Ibirité, Brasil;

²Docente do Departamento de Ciências do Movimento Humano, UEMG, Ibirité, Brasil.

ORCID: 0009-0000-4935-6057, 0000-0002-1879-4828

* e-mail para correspondência: paola.prudente@uemg.br

RESUMO

Especificamente na área da dança, a plataforma digital “TikTok” vem ganhando destaque a partir da produção de coreografia em vídeo, intitulada *challenge*, dancinhas ou desafios. Essas coreografias são produções curtas, entre 15 e 60 segundos, com efeitos especiais e trilhas sonoras personalizadas, com o intuito de serem reproduzidos por outras pessoas. Nesse sentido, o objetivo deste trabalho é compreender a dança na perspectiva do TikTok. Utilizou-se como percurso metodológico a etnografia virtual, a partir da observação da plataforma digital, utilizando a hashtag #dançachallenge e as ferramentas de busca da própria plataforma. De acordo com as observações, as dancinhas do TikTok normalmente têm movimentos curtos, que cabem no ângulo da tela. Em sua maioria não é possível ver os joelhos, pés e as ações de membros superiores ocorrem de forma rápida em conjunto com as batidas da música. Essas características criam um grau de dificuldade maior para a realização de uma sequência de passos, e assim, os desafios são criados. Não é necessária muita estrutura para se produzir um *challenge*, a vestimenta só precisa ser confortável, não há muitas preocupações com figurino ou cenários. Em vídeos com mais de uma pessoa as coreografias acontecem de forma sincronizada, indicando pouca improvisação. Não há predominância de um estilo de música, entretanto, os movimentos corporais do hip hop aparecem com frequência nos vídeos analisados. Nesse sentido, a interação das mídias digitais está cada vez mais incentivando que os sujeitos dançam, trazendo novas possibilidades e demandas para a dança e para o corpo que dança.

Palavras- Chave: Dança; Lazer; Mídias sociais; TikTok.

3,2,1 recording: the TikTok dance

ABSTRACT

Specifically in the area of dance, the digital platform “TikTok” has been gaining prominence through the production of video choreography, titled challenge, dances or challenges. These choreographies are short productions, between 15 and 60 seconds, with special effects and personalized soundtracks, intended to be reproduced by other people. In this sense, the objective of this work is to understand dance from the perspective of TikTok. Virtual ethnography was used as a methodological path, based on observation of the digital platform, using the hashtag #dançachallenge and the platform's own search tools. According to observations, TikTok dances typically have short movements that fit the angle of the screen. For the most part, it is not possible to see the knees, feet and upper limb actions that occur quickly in conjunction with the beats of the music. These characteristics create a greater degree of difficulty in carrying out a sequence of steps, and thus, challenges are created. You don't need much structure to produce a challenge, the clothes just need to be comfortable, there aren't many worries about costumes or sets. In videos with more than one person, the choreography takes place synchronously, indicating little improvisation. There is no predominance of one style of music, however, hip hop body movements appear frequently in the videos analyzed. In this sense, the interaction of digital media is increasingly encouraging people to dance, bringing new possibilities and demands to dance and the dancing body.

Keywords: Dance; Leisure; Social media; TikTok.

INTRODUÇÃO

As mídias sociais permitem a interação entre as pessoas, possibilitando o engajamento de maneira coletiva, por meio da cooperação e do compartilhamento de informações (RECUERO, 2011). Essas experiências têm transformado nossas formas de pensar, viver, de ver e entender o mundo, modulando os ritmos de nossas vidas a partir das facilidades de produção, distribuição e consumo de conteúdos culturais.

Não podemos afirmar que essas transformações são devidas apenas ao avanço de novas tecnologias e novos meios de comunicação, nem que essas ações são responsáveis por influenciar o pensamento dos seres humanos. Mas sim, que nós, seres humanos, somos responsáveis pelos usos que fazemos dessas novas tecnologias e que tal uso corrobora com essas transformações. Não estamos dizendo que essas experiências ocorrem de maneira homogênea, para todos/as e em todos os lugares, apenas enfatizamos que, para aquelas pessoas inseridas nesse contexto, as mídias sociais têm se constituído como uma nova forma configurativa de se vivenciar o lazer. Forma essa em que os/as usuários/as passam a ter opção de escolha e oportunidades de se tornarem produtores/as, criadores/as, compositores/as, apresentadores/as, difusores/as de seus próprios produtos e ideias (SANTAELLA, 2010). Deixar um *like*¹, postar um conteúdo ou comentar um vídeo nas mídias sociais, são ações simples, mas que carregam valores afetivos tornando-se um passatempo rotineiro na vida das pessoas.

As mídias sociais são atualmente uma das principais formas de comunicação, podendo ser acessadas pelo celular, permitindo que informações sejam compartilhadas rapidamente com o mundo inteiro. Com o avanço da internet e a facilidade de compartilhar conteúdos, as danças vem ganhando destaque no meio digital. Coreografias que são publicadas em plataformas digitais ganham grande visibilidade, principalmente a partir da produção de “*challenges*”, “*dancinhas*” ou desafios para o TikTok.

O TikTok é uma mídia social originária na China, primariamente conhecido como “Douyin” ou “Musical.ly”, cujo principal objetivo é reproduzir e editar vídeos baseados em músicas, no formato de um aplicativo de compartilhamento. O conteúdo do TikTok envolve o desempenho dos/as usuários/as, memes e, especialmente, danças baseadas em trechos musicais ou outros trechos de áudios fornecidos pelo próprio aplicativo (KLUG, 2020).

¹ Palavra de origem Inglesa que se refere a “curtir” um conteúdo exposto nas diversas redes sociais.

Essas danças são intituladas como “dancinhas” ou *challenges*. Coreografias curtas, em sua maioria entre 15 e 60 segundos, com efeitos especiais e trilhas sonoras personalizadas, com o intuito de serem reproduzidas por outras pessoas. As ferramentas do TikTok facilitam o processo de gravação, indicando áudios e permitindo que outros áudios sejam utilizados, o que incentiva a reprodução ou inspiração em algo que já foi produzido por alguém. Esses vídeos atingem muitas visualizações, já que a curta duração possibilita que os/as usuários/as assistam uma grande quantidade em poucos minutos.

De acordo com o Sensor Tower², no primeiro trimestre de 2020, foram mais de 315 milhões de instalações do aplicativo TikTok, colocando-o em primeira posição no ranking de downloads. Esse recorde ocorreu no período da pandemia global de COVID-19 e levando em consideração o engajamento, a influência e o número de downloads, sua ascensão contínua já está projetada e esses resultados, pelo visto, se manterão por um longo prazo³.

De uma forma geral, as danças ganharam muita força no cenário digital durante a pandemia e se apresentaram como uma alternativa de lazer no momento de distanciamento social⁴. Mas que dança é essa? Quem dança? Quais são as suas características? Sendo assim, este trabalho busca descrever as dancinhas do TikTok na perspectiva do lazer.

MÉTODO

Para o alcance dos objetivos, esta pesquisa tem o caráter qualitativo, descritivo e utiliza a mídia social TikTok como campo de observação. De acordo com Rocha (2005) uma das possibilidades de se estudar o imaginário virtual e seus atores sociais se faz pelo método da observação. Assim como é comum para a antropologia, a observação no ciberespaço é relevante. E dessa forma, se constitui uma etnografia específica para esse meio, conhecida como etnografia virtual.

Para a produção dos dados observamos os vídeos que foram compartilhados pelos/as

² Sensor Tower é uma empresa de métricas do desempenho de aplicativos móveis que foi fundada em 2013. Informação disponível em: <<https://pt.linkedin.com/company/sensor-tower#>>. Acesso em 14 de março de 2021.

³ Apesar do esforço de certas autoridades em deslegitimar o risco verdadeiro da contaminação massiva pelo COVID-19, grande parte da população passou a ficar em casa por período indeterminado (LUPINACCI, 2021). Essa estratégia de isolamento social recomendada pela OMS e adotada por vários países serviu para desacelerar a curva de contaminação pelo coronavírus criando uma espécie de tempo suspenso.

próprios/as usuários/as e estão disponíveis TikTok. Quando esses vídeos são publicados os usuários tem o hábito de utilizarem a ferramenta hashtag (que consiste em acrescentar o símbolo "#" antes da palavra) para identificar que esse vídeo está relacionado a um determinado assunto (ex: #dança).

Ao longo desta pesquisa observamos as publicações de dança mais curtidas no TikTok, a partir da *hashtag* #dançachallenge. A observação se deu entre os dias 1 e 30 de novembro de 2021. Todos os dias dentro desse período foi selecionado o vídeo mais curtido das últimas 24 horas, totalizando no final 30 vídeos.

Os vídeos foram escolhidos seguindo a ordem de procedimentos no aplicativo. Ao abrir o aplicativo no smartphone, no ambiente "descobrir" digitamos o termo com a *hashtag* "#dançachallenge" no campo de procura. Em seguida clicamos na opção hashtag, acessando nos filtros a opção "publicado nas últimas 24 horas". Em seguida clicamos na opção "mais curtidos" e após confirmar as informações colocamos o aplicativo para buscar.

Para a análise de dados foi utilizado um roteiro de observação que levou em consideração às características relacionadas ao vídeo, as pessoas que dançam e a coreografia.

RESULTADOS E DISCUSSÃO

Sobre o vídeo

De acordo com as observações, na plataforma TikTok, as danças *challenges* foram gravadas em ambientes que apresentaram características similares, 21 vídeos foram gravados em ambientes internos de uma casa (70%), como quarto e outros cômodos, e 9 vídeos em ambientes externos (30%), como academia, festa, área com piscina e ambiente virtual. Entretanto, dos 9 vídeos que apareceram em área externa, 5 apresentaram configurações da parte externa de uma casa. Por se tratar de um período de pandemia e isolamento social, é coerente que a maior parte dos resultados seja de vídeos em ambientes caseiros. De acordo com Meneguello (2021), durante a crise provocada pelo covid-19, mesmo diante de exemplos de uma figura pública com grande representatividade no Brasil apresentando atitudes que negavam a gravidade da situação, as pessoas seguiram as instruções da comunidade científica e adaptaram suas atividades seguindo as orientações em relação ao distanciamento social.

Dentro dos recursos oferecidos pelo TikTok⁵, existem várias funções para edição de vídeo: filtros, maquiagem, temporizador, velocidade, efeito de voz e o corte de cena. Tudo isso, com o objetivo de gerar engajamento nesses conteúdos, aumentando a influência no contexto de conexão do sujeito com o uso das mídias sociais. Nesta pesquisa nem todos os vídeos apresentaram essas funções de edição. Dos 30 vídeos analisados, 16 não utilizaram nenhum recurso e apresentaram apenas a dancinha. Os outros vídeos apresentaram recurso como dança espelhada, avatar, corte de cena e legenda. A legenda foi o que mais se destacou, aparecendo em 11 dos 30 vídeos, com funções diferentes. Em 5 vídeos elas serviram como uma ferramenta para trazer informações extras para quem assistia, principalmente sobre a música e a coreografia. Já em 3 vídeos a legenda complementava a filmagem, trazendo o contexto em que a dança estava inserida. Também foram encontrados vídeos didáticos, em que legenda servia para ensinar a coreografia. Isso foi observado com o vídeo em formato de aula, no qual as informações complementavam e explicavam o passo a passo das movimentações. Esse estilo de vídeo é considerado como recursos tecnológicos de aprendizagem. Segundo Prudente (2020), por meio da observação do corpo dançando na filmagem e da mimese, o processo de ensino aprendizagem acontece, ver a coreografia repetidas vezes e de ângulos diferentes facilita a reprodução dos movimentos ensinados.

Outro aspecto observado foram as curtidas do vídeo. Elas são métricas medidas pelo TikTok que indicam que o usuário assistiu e gostou do conteúdo do vídeo. Quanto mais esse conteúdo é curtido por quem assiste, mais ele é compartilhado. Essa entrega varia bastante e pode depender de vários fatores como o número de seguidores, média de comentários e alcance nos últimos vídeos. Quanto maior a participação, maior será a entrega do conteúdo de forma orgânica, mas essa não é a única forma de garantir uma grande visibilidade em uma postagem. É possível usar a ferramenta para “impulsionar” o vídeo, que permite selecionar qual é o público-alvo da publicação e garantir uma grande entrega desse conteúdo mesmo se não houver engajamento, chamamos essas publicações de “conteúdo pago”.

Os conteúdos orgânicos são aqueles propagados sem que a empresa em si gaste dinheiro para reverberar a exposição da marca, os conteúdos produzidos por fãs, *haters* ou apenas opiniões postadas se encaixam nessa categoria. O conteúdo pago é aquele que é impulsionado pela marca para expandir o discurso do produto em si (GENUINO, 2021, p. 4).

⁵ Informação disponível em: https://support.tiktok.com/pt_BR/using-tiktok/creating-videos/editing-tiktok-videos-and-photos. Acesso em 22 de abr de 2024.

Segundo Genuino (2021) essa ação está atrelada a cultura de participação, a interação é incentivada por meio das funcionalidades que a plataforma disponibiliza. Dessa forma, o público-alvo abandona o papel de receptor e passa a ser também um emissor de mensagem.

Ao longo da etnografia virtual percebemos um grande potencial de visibilidade nos conteúdos de dança, o que tem chamado a atenção de grandes empresas e gravadoras. Promover uma *trend*⁶ com o áudio de uma música lançamento criando uma coreografia no formato de “*challenge*” tem contribuído para que outras pessoas vejam e participem dessa ação reproduzindo o desafio. Dessa forma cria-se um ciclo e a música começa a ganhar mais visibilidade, até chegar ao ponto de viralizar. Segundo Bench (2010, p. 201, tradução nossa) “vídeos virais e coreografias virais são determinados pelo público” e podem ser encontrados rapidamente por causa do número de visualizações. Quanto maior o número, maior será a entrega de determinado conteúdo para o público. Para a mesma autora, as coreografias virais circulam contagiosamente fazendo com que usuários/as saiam do computador e fiquem em frente a uma câmera reproduzindo ou criando novos conteúdos. Assim, vídeos virais são vídeos com uma rápida circulação e ampla visualização, estabelecendo um lugar comum de referência à audiência da internet.

As empresas veem isso como uma ótima oportunidade de marketing e os/as usuários/as que possuem um grande nível de engajamento fazem disso uma profissão. De acordo com a revista Forbes⁷, as estrelas mais bem pagas do TikTok ganharam coletivamente US\$ 55,5 milhões em 2021, um aumento de 200% em relação à última vez que contaram os salários, em 2020. Isso envolve os conteúdos que são gerados para a mídia social somados as outras oportunidades que aparecem em consequência a grande visibilidade. Genuino (2021) observa que a publicidade é consumida de uma forma diferente, quem assiste quase não percebe que é uma propaganda. Isso garante uma identificação maior entre o público e a empresa, e consequentemente, aumenta a credibilidade em cima do produto/serviço divulgado.

Ao longo dessa etnografia virtual, o vídeo com o maior número de curtidas se refere a uma mulher, dançando em um cômodo dentro de casa e executando a maior parte das movimentações com os braços e tronco. No ângulo filmado não é possível ver os joelhos e pés na filmagem. Com duração de apenas 19 segundos, o vídeo alcançou um total de 330,6 mil likes, no período de 24

⁶ Expressão inglesa que significa “tendência”.

⁷ Revista sobre economia e negócios dos Estados Unidos, apresenta uma matéria sobre o faturamento dos TikTokers e seus faturamentos. Disponível em: < <https://forbes.com.br/forbes-money/2022/01/saiba-quem-sao-os-tiktokers-mais-bem-pagos-do-momento/>>. Acesso em 16 de fevereiro de 2022.

horas. A interação das mídias digitais está cada vez mais incentivando que sujeitos dançantes. A dança na cultura digital vem trazendo novas possibilidades e demandas para a dança e para o corpo que dança (PRUDENTE, 2020).

Sobre as pessoas dançantes

A dança digital “pode acontecer em qualquer ambiente e em temporalidades diversas ou não, mas que em sua expressão necessariamente se utilize o digital, podendo ou não ter uma presença física humana como corpo dançante (RIBEIRO, 2013, p. 2). Entretanto, nesta etnografia virtual todos os vídeos analisados continham pessoas dançando, o que é uma característica da “Dança Challenge”.

Com relação aos sujeitos que dançaram nos vídeos analisados a maioria (em 21 vídeos) dançava individualmente, apenas em 4 vídeos se dançava em duplas, 3 em trios, 1 quarteto e 1 grupo (composto por 12 pessoas). Escolher a roupa para usar durante a coreografia parece não ser a maior preocupação dos usuários, em 22 vídeos as roupas foram codificadas como casuais, entendidas como roupas para diversas situações do cotidiano. Em 3 vídeos os usuários mostraram roupas voltadas para a prática de esportes, como shorts, leggings e camisetas esportivas. Apenas em 5 vídeos foi possível observar roupas mais elaboradas voltadas para apresentação e show, codificadas como figurino. Entretanto, percebemos que independente de ser um figurino mais elaborado ou não essa vestimenta acabou se tornando um meio de comunicação e instrumento de construção de uma identidade tanto para um indivíduo, quanto para um grupo.

Sobre a coreografia

As dancinhas de desafio do TikTok no geral apresentaram características similares em relação as ações de movimento do corpo. Analisando o fator tempo de acordo com as teorias descritas em Rengel et al (2017), é possível observar que a maioria das ações ocorreram de forma rápida e em conjunto com as batidas da música. Em coreografias nesses estilos, são poucos momentos em que as ações desaceleram e ficam lentas. Essas características criam um grau de dificuldade maior para realizar uma sequência de passos, e assim os desafios são criados. A utilização do espaço também foi outro fator observado, as movimentações em sua maioria ocorrem

de forma direta, o que isso quer dizer, que tem um foco para onde se movimentar. Mas essas ações diretas não são manifestadas em todo o corpo e nem utilizando todo o espaço visível no vídeo. Em relação ao ângulo da filmagem, observa-se em 12 vídeos a captura apenas de meio corpo, não dando para visualizar os joelhos e pés dos sujeitos. Do quadril para baixo aconteciam poucas movimentações e quase nenhum deslocamento no espaço disponível. A maior parte das ações coreográficas foram nas direções médias e altas e feitas com os braços.

Outra preocupação que os usuários tiveram na hora de gravar foi em relação ao fundo do cenário, dos 30 vídeos, 12 vídeos apresentavam um fundo neutro, na maioria das vezes apenas uma parede, com o intuito de dar enfoque para a dança.

Uma observação importante foi que, nesses vídeos com mais pessoas dançando 100% das danças eram feitas de forma sincronizada. Não havia improvisos, o que indica que antes daquela filmagem aconteceram outras tentativas, treinos e combinados para que todos se movimentassem de forma sincronizada na coreografia da música.

Não há um estilo de música predominante, o que conseguimos notar é que imediatamente após o lançamento de discos e/ou canções, seja no Brasil ou mundo os desafios com coreografias curtas são criados. Mas analisando cautelosamente os movimentos é possível ver passos de alguns estilos de hip hop. Os estilos de hip hop (top rock, *popping* e *locking*) que tem muitos movimentos de braços, mãos e tronco em suas características são os mais identificados nos vídeos analisados.

De uma forma menos tecnicista, essas danças se aproximam mais da realidade do dia a dia, quando o usuário compreende identificação com o conteúdo consumido. A escolha das músicas, a possibilidade de fácil reprodução dos gestos e o tempo curto de realização da coreografia são fatores facilitadores para que aquele/a que consome determinado conteúdo, seja também produtor/a do mesmo.

CONSIDERAÇÕES FINAIS

A partir dessa etnografia virtual podemos concluir que na área da dança, o TikTok vem ganhando destaque a partir da produção de coreografia em vídeos. De acordo com as observações, as dancinhas normalmente têm movimentos curtos, que cabem no ângulo da tela. Em sua maioria não é possível ver os joelhos, pés e as ações de membros superiores ocorrem de forma rápida em conjunto com as batidas da música. Essas características criam um grau de dificuldade maior para a realização de uma sequência de passos, e assim, os desafios são criados.

Não é necessária muita estrutura para se produzir um *challenge*, a vestimenta só precisa ser confortável, não há muitas preocupações com figurino ou cenários. Em vídeos com mais de uma pessoa as coreografias acontecem de forma sincronizada, indicando pouca improvisação. Não há predominância de um estilo de música, entretanto, os movimentos corporais do hip hop aparecem com frequência nos vídeos analisados. Também foram encontrados vídeos com caráter didático, em que a legenda servia para auxiliar no processo de aprendizagem da coreografia.

Nesse sentido, a interação das mídias digitais está cada vez mais incentivando que os sujeitos dancem, trazendo novas possibilidades e demandas para a dança e para o corpo que dança. Especificamente na área da dança as mídias digitais vêm instigando seus usuários a interagirem de forma ativa, por meio de vídeos de danças e humor. Os conteúdos são gerados e postados nas mídias sociais, permitindo interação entre os sujeitos. Nesse sentido, espera-se que novos trabalhos com essa temática sejam produzidos, principalmente analisando as interações que essas mídias digitais proporcionam.

REFERÊNCIAS

BENCH, H. Screendance 2.0: Social Dance-Media. **Participations: Journal of Audience & Reception Studies**, v. 7, n. 2, p. 183-214, 2010.

GENUINO, L.; LIRA, T.; SOARES, T. O tiktok e as jornadas estratégicas na publicidade. In: **Anais do Congresso Internacional Comunicação e Consumo**, 2021

KLUG, D. "It took me almost 30 minutes to practice this". Performance and Production Practices in Dance Challenge Videos on TikTok. In: **NCA 106th Annual Convention: Communication at the Crossroads**, 2020.

LUPINACCI, L. "Da minha sala pra sua": Teorizando o fenômeno das lives em mídias sociais. **Galáxia (São Paulo)**, p. e49052, 2021.

MENEGUELLO, R.; DEL PORTO, F. A. A confiança em um governo de crise e retrocesso. **Revista USP**, n. 131, p. 81-98, 2021.

PRUDENTE, P. L. G. **Dançando e jogando em frente à tela: o exergame Just Dance na perspectiva dos jogadores**. 132 p. 2020. Tese (Doutorado em Estudos do Lazer). Universidade Federal de Minas Gerais, Belo Horizonte, MG.

RECUERO, R. **Redes sociais na internet**. 2. ed. Porto Alegre: Sulina, 2011.

RENGEL, L. P. et al. **Elementos do Movimento na Dança**. Salvador: UFBA, 2017.

SOUZA, VR; PRUDENTE, PLG.

3,2,1 gravando: a dança do TikTok. Revista Saúde, Corpo e Movimento, ano 3, v. 3, n. 1, 2024. ISSN 2965-4017. Passos (MG).

RIBEIRO, N. P. R. Dança digital: uma emergência poética do contemporâneo. In: **Encontro internacional de arte e tecnologia: Prospectiva poética**, v. 12, 2013.

SANTAELLA, Lúcia. **Culturas e artes do pós-humano**: da cultura das mídias à cibercultura. 4. ed. São Paulo: Paulus, 2010.

Recebido em: 18/11/2023

Aprovado em: 25/04/2024



Os direitos de licenciamento utilizados pela revista Saúde, Corpo e Movimento é a licença *Creative Commons Attribution-NonCommercial 4.0 International* (CC BY-NC-SA 4.0)