REVISTA DA FUNDARTE
ANO 21
NÚMERO 44
MARÇO DE 2021
FUNDAÇÃO MUNICIPAL DE ARTES DE MONTENEGRO

POÉTICAS DO ISOLAMENTO:
EXPERIÊNCIAS EM ARTE E EDUCAÇÃO EM TEMPOS DE PANDEMIA

PANDEMIA E AS MOTIVAÇÕES SOCIAIS PARA A PRODUÇÃO DE CIBERDANÇAS NO TIKTOK

Luiza Chies[1]
Rebeca Recuero Rebs[2]

Resumo: O artigo visa identificar os estímulos sociais que movem as interações na plataforma de redes sociais *TikTok* para o desenvolvimento de ciberdanças, especialmente no contexto da pandemia gerada pelo COVID-19. Trabalham-se conceitos de dinâmicas sociais e valores das redes sociais online, além de obras audiovisuais de ciberdança. Desenvolveu-se uma observação participante no aplicativo, aplicação de um questionário e entrevistas estruturais com usuários. Observou-se que as ciberdanças presentes no *TikTok* promovem dinâmicas como a competição, cooperação, agregação, adaptação e apropriação social que parecem estimular a manutenção de conexões sociais, gerando subsequentemente, o sucesso do aplicativo durante o período de distanciamento social.

Palavras-chaves: Ciberdança; TikTok; Pandemia.

THE GLOBAL PANDEMIC AND SOCIAL MOTIVATIONS FOR THE PRODUCTION OF CYBERDANCES ON TIKTOK

Abstract: The present article focuses on identifying the social interactions on the social media platform TikTok resulting in the development of cyberdances, specially in context of the COVID-19 pandemic. It studies concepts of social dynamics and social network sites values, as well as audiovisual productions of cyberdances. It was developed as a participant observation on the app, a survey and structured interviews between users. It was observed that cyberdances on TikTok promoted social dynamics such as competition, cooperation, aggregation, adaptation, and social appropriation that seemed to stimulate the maintenance of social connections, subsequently, bringing success to the app during the social distancing period.

Keywords: Cyberdance; TikTok; Global Pandemic.

Introdução

A presente pesquisa parte do contexto atual de pandemia de COVID-19. Entende-se que, com a medida de distanciamento social solicitado pela Organização

[1] Graduanda em Cinema de Animação pela Universidade Federal de Pelotas. Bolsista de Iniciação Científica CNPq. Integrante do Grupo de Pesquisa em Produções Audiovisuais na Cibercultura.

[2] Doutora e mestre em Ciências da Comunicação pela UNISNOS. Professora e pesquisadora dos cursos de Cinema, de Dança e do Programa de Pós-Graduação em Artes Visuais da UFPel. Pós-doutorado em Letras pela UFPel. Coordenadora do Grupo de Pesquisa em Produções Audiovisuais na Cibercultura.

CHIES, Luiza; REBS, Rebeca Recuero. Pandemia e as motivações sociais para a produção de ciberdanças no TikTok. *Revista da FUNDARTE.* Montenegro, p.01-19, ano 21, nº 44, janeiro/março de 2021.
Disponível em: http://.seer.fundarte.rs.gov.br/index.php/revistadafundarte/index> 30 de março de 2021.

Mundial da Saúde3 (OMS), os acessos voltados a interações sociais desenvolvidas em plataformas de redes sociais aumentaram significativamente, como mostra Scheifer (2020), em sua matéria para o site Tecmundo, já que as pessoas necessitam ficar em suas residências limitando suas interações sociais presenciais. Dentre estas plataformas que parecem promover as interações sociais, está o aplicativo TikTok4.

Caracterizando-se por ser um aplicativo de rede social online, o TikTok é disponibilizado gratuitamente para dispositivos móveis com sistemas operacionais, programas de gerenciamento dos recursos de aparelhos eletrônicos, *Android* e *IOS*, e consiste no compartilhamento de vídeos de curta duração. São oferecidos, dentro dele, diversos recursos para a realização destes produtos audiovisuais. Alguns deles são a possibilidade de acrescentar efeitos visuais, mensagens em tela e formas de interação entre usuários. Podemos citar como exemplo, os vídeos de reação (onde um usuário pode se gravar reagindo à um vídeo pré-existente e acrescentar essa gravação à tela para que os dois sejam visualizados simultaneamente) e os vídeos duetos (similares ao recurso de reação, mas com a finalidade de participar indiretamente de um vídeo já compartilhado), como explica na matéria de Nascimento (2020) para o site Enotas Blog.

Como abordagem metodológica, desenvolvemos uma observação participante no aplicativo com duração de trinta dias (de agosto a setembro de 2020), seguido da aplicação de um questionário, pelo período de sete dias, voltado a usuários do *TikTok*. O objetivo foi o de compreender as motivações para o uso do aplicativo (*app*), especialmente nas produções de ciberdança, no período da pandemia, compreendendo assim, os tipos de interações realizadas pelos usuários e

[3] Site oficial da Organização Mundial da Saúde. Disponível em: https://www.who.int/. Acesso em: 20 de novembro de 2020.
[4] O *TikTok* é um produto da empresa chinesa *ByteDance* e foi lançado oficialmente para o mundo em 2017 após a compra e junção ao *Musical.ly* (outra rede de compartilhamento de vídeos lançada pela China em 2014), como diz na matéria do site MLabs (2019). Segundo Nascimento (2020), o aplicativo também possui uma versão em circulação voltada apenas para o mercado chinês, conhecida como *Douyin*. Site oficial do aplicativo TikTok. Disponível em: https://www.tiktok.com/. Acesso em: 20 de novembro de 2020.

as formas com que essas interações são apresentadas nos vídeos e recebidas pelos espectadores. Desse modo, também foram realizadas entrevistas estruturais com três usuários produtores de ciberdanças, visando aprofundar os pontos destacados no questionário anterior. Por fim, apresentamos as análises, sugerindo não apenas a identificação destas dinâmicas interacionais promovidas pela plataforma e suas redes, como também a facilidade da interface para a produção audiovisual e, sobretudo, o presente contexto de distanciamento social, como elementos fundamentais para o entendimento das motivações de uso de plataformas de redes sociais.

1. Redes sociais online e dinâmicas sociais

Partindo das constatações de Recuero (2009), redes sociais são estabelecidas pelo conjunto de atores e suas conexões que são representadas pelos laços sociais firmados pelas interações entre seus participantes. Estas redes, quando compostas no universo virtual (ciberespaço), são denominadas de redes sociais online e encontram plataformas virtuais que irão permitir a sua visualização, como o Facebook e Instagram. Estas plataformas são reconhecidas por boyd e Ellison (2007) por social network sites[5] (SRS). Segundo as autoras, SRS são servidores que proporcionam ao seu usuário a criação de um perfil pessoal dentro de um espaço público ou semipúblico, para que sejam realizadas interações entre ele e sua "lista de amizades", com a possibilidade de visualizar os perfis dos outros e suas respectivas listas. Desse modo, é gerada uma manutenção e ampliação de conexões sociais.

Entretanto, algumas plataformas são criadas com um propósito inicial de compartilhamento de conteúdo (como o *TikTok*) e não tanto para a exposição da

[5] *Social network sites*: sites de redes sociais, em inglês. Atualmente, poderíamos falar em Plataformas de Redes Sociais, visto que nem sempre são apenas sites que irão contemplar estas características.

rede de seus atores na sua publicização[6]. Ainda assim, estas plataformas podem ser consideradas como SRS por apropriação (BOYD e ELISSON, 2007), visto que se constituem de atores sociais com suas conexões, ainda que focadas no compartilhamento de produções audiovisuais desenvolvidas pelos usuários para suas redes.

Nestas redes sociais, entretanto, acontecem dinâmicas que se caracterizam por serem fundamentais para a compreensão dos fenômenos ali ocorrentes (BERTALANFFY, 1975). Isso devido ao fato de que existe uma constante modificação das redes ao longo do tempo, ou seja, as redes sociais não são estáticas, alterando seus sentidos ao longo de seu processo de existência. Esta dinâmica social implica em compreender os processos coletivos, em entender comportamentos que produzirão significados sociais reconhecidos e produzidos pelos sujeitos participantes do processo (RECUERO, 2005). As dinâmicas do *TikTok* são frutos da Cibercultura[7] e são caracterizadas pela potencialização da própria dinâmica cultural (compartilhamento, distribuição, cooperação, apropriação de bens simbólicos, etc.) (LEMOS, 2004).

> Muito mais do que um simples fenômeno tecnológico, a cibercultura caracteriza-se por dinâmicas sócio-comunicacional, em muitos aspectos, inovadora. A cibercultura contemporânea é fruto de influências mútuas, de trabalho cooperativo, de criação e de livre circulação de informação, através dos novos dispositivos eletrônicos e telemáticos. (LEMOS, 2004, p. 11).

Desse modo, os ambientes virtuais que suportam estas redes sociais online, desenvolvem dinâmicas que irão partir de interações provenientes de seus atores. Recuero (2009) aponta, inclusive, as interações nas redes como possíveis formas de **cooperação,** derivada de um interesse em comum, resultando na conversação de atores, a partir dos produtos compartilhados com o intuito de uma construção

[6] Como é o caso de plataformas como o Facebook, por exemplo.
[7] Pensar a cibercultura é pensar na cultura vigente, nas tecnologias e nos usos sociais que acontecem no ambiente conectado, ou seja, no ciberespaço. Ela é compreendida aqui como sendo uma "forma sócio-cultural que emerge da relação simbiótica entre a sociedade, a cultura e as novas tecnologias" (LEMOS, 2003, p. 12).

CHIES, Luiza; REBS, Rebeca Recuero. Pandemia e as motivações sociais para a produção de ciberdanças no TikTok. *Revista da FUNDARTE*. Montenegro, p.01-19, ano 21, nº 44, janeiro/março de 2021.
Disponível em: http://.seer.fundarte.rs.gov.br/index.php/revistadafundarte/index> 30 de março de 2021.

coletiva de conteúdos e propagação de informações. Ou seja, os atores sociais colaboram e exercem certas dinâmicas visando o bem do grupo de pertença.

Primo e Recuero (2005) abordam a **competição** como sendo caracterizada por ser uma luta não hostil[8], com um propósito geralmente pré-determinado pelo conteúdo compartilhado, e que se dá entre atores ou grupos (aspirando uma demonstração de superioridade). Cabe ressaltar que essa dinâmica pode estar diretamente relacionada ao cooperativismo, uma vez que grupos de usuários podem utilizar suas conexões para competir com outros usuários ou grupos.

A dinâmica de **agregação**, também conhecida como clusterização (RECUERO, 2009), parte da mesma forma que a cooperação, com o princípio de um interesse comum entre atores gerando um sistema maior de conexões, mas prevê a necessidade da manutenção e evolução desse sistema, a partir de usuários influenciadores de audiências. Tais influenciadores proporcionam aos grupos uma maior visibilidade aos conteúdos compartilhados, além de desenvolverem e promoverem novos produtos a serem distribuídos nas redes. Desse modo, a rede social busca um aumento de adeptos, criando novos laços sociais e, consequentemente, aumentando a partilha de capital social[9]. Há, ainda, a **adaptação**, que se caracteriza pelas mudanças constantes influenciadas pela facilidade de acesso a novos conteúdos e tecnologias (RECUERO, 2009). Ou seja, a capacidade da rede se auto-organizar, adaptando-se constantemente ao contexto na qual as interações sociais virtuais se desenvolvem.

Além destas dinâmicas, Lemos (2001, p. 47) aponta o movimento de **apropriação social** como sendo outra forma característica do processo social, desenvolvido na dinâmica da Cibercultura. Ela ocorre por meio dos novos sentidos produzidos pelos seus participantes, através da ressignificação destas novas tecnologias.

[8] Quando esta competição se torna hostil, tem-se o conflito (PRIMO e RECUERO, 2005).
[9] Segundo Bourdieu (1986) capitais sociais são formados a partir de conexões sociais entre atores, que podem ser convertidos, em determinadas condições, em valores atribuídos à titulações de nobreza. No caso das redes sociais, seriam valores preconizados e buscados pelos sujeitos, como por exemplo, a autoridade e influência entre usuários.

Pode-se pensar o conceito de adaptação de Recuero em combinação à apropriação social de Lemos (2001), uma vez que se entende por adaptação nas redes, as mudanças constantes, a partir da apresentação da facilidade de acesso a novos conteúdos e tecnologias. Já o outro, como um processo social onde a sociabilidade se dá através da apropriação destas novas tecnologias (LEMOS, 2001, p. 47), resinificando ou adaptando os sentidos originais produzidos pelos atores. A junção dos dois leva à compreensão de que, no universo digital online, os atores utilizam características, conteúdos, informações e recursos destas plataformas sociais para a manutenção de suas redes e ampliação de capitais sociais adquiridos, transformando o significado de processos e estruturas.

2. Valores sociais na rede e ciberdança no TikTok

O uso de redes sociais aponta para um aumento significativo desde o começo da pandemia. Segundo o *Apptrace*, site de análise estatísticas de aplicativos, no dia 15 de outubro de 2020, o *TikTok* ocupava a sétima e a terceira posição nos rankings de aplicativos gratuitos mais baixados no Brasil[10] pelo *Itunes* e pela *Google Play Store*[11], respectivamente. Assim, dentro desta lógica do aumento de usuários no *TikTok*, buscamos analisar e identificar possíveis estímulos sociais que movem as interações - visualizados por meio de dinâmicas nestas plataformas, potencializando o uso do *app* e que são provenientes de produções audiovisuais - em especial de ciberdança - durante o período de distanciamento social.

Primo (2020), ao realizar sua pesquisa sobre a afetividade e relacionamentos em tempos de isolamento social, trouxe dados quantitativos que revelam uma crescente exponencial do entristecimento da amostra social estudada. Em contraponto a isso, uma grande maioria dessa amostra também apresenta que as

[10] Rankings de aplicativos gratuitos mais baixados no Brasil. Disponível em: https://www.apptrace.com/itunes/charts/BR/topfreeapplications/87/2020-9-15. Acesso em: 16 de outubro de 2020.

[11] *Itunes* e *Google Play Store*: Loja online de aplicativos para dispositivos IOS e Android, respectivamente.

CHIES, Luiza; REBS, Rebeca Recuero. Pandemia e as motivações sociais para a produção de ciberdanças no TikTok. *Revista da FUNDARTE*. Montenegro, p.01-19, ano 21, nº 44, janeiro/março de 2021.
Disponível em: http://.seer.fundarte.rs.gov.br/index.php/revistadafundarte/index> 30 de março de 2021.

interações sociais que realizavam na internet ajudaram na manutenção dos seus estados emocionais. Primo constata que "diante do entristecimento verificado durante o período de isolamento social [...], a interação em mídias sociais mostrou-se uma importante forma de enfrentamento das dificuldades sentidas no período (PRIMO, 2020, p.196)".

Segundo a matéria de Chaple (2020) para o site *Sensor Tower*[12] (plataforma de coleta de dados e estatísticas de aplicativos), o *TikTok* obteve - no primeiro trimestre de 2020 - 315 milhões de downloads e se tornou o aplicativo com maior quantidade de downloads em um trimestre. Atualmente. Chaple apresenta a hipótese de que esse aumento está relacionado às medidas de distanciamento social impostos no começo da pandemia - como o fechamento de estabelecimentos, regulamentações sobre aglomerações e atividades sociais e, se possível, a permanência dos indivíduos em suas residências. Por conta disso, ocorreu, então, uma maior utilização de dispositivos de comunicação e uso de plataformas de redes sociais para interações sociais.

Em vista do sucesso do *TikTok* no período da pandemia, fica evidente a presença desse fenômeno na plataforma. Ao observarmos o aplicativo, nos deparamos com uma infinidade de produções audiovisuais compartilhadas pelos usuários e, entre estas produções, está a de danças desenvolvidas, exclusivamente, para circularem em plataformas de redes sociais. Este tipo de audiovisualidade é compreendida aqui, como estando enquadrada no conceito de **ciberdança**. Ela se caracteriza por ser proveniente das imbricações tecnológicas que "modificaram de forma contundente o cenário da dança tecnologizada e este fenômeno não é atemporal: a complexidade do mundo atual é responsável pelo surgimento destas tecnologias, ao mesmo tempo, que é fruto delas" (Wosniak, 2013, p. 192). Assim, buscar a compreensão da dança dentro do contexto da Cibercultura é também

[12] Site oficial da *Sensor Tower*. Disponível em: https://sensortower.com/. Acesso em: 16 de outubro de 2020.

compreender o seu imaginário, a desmaterialização, as novas possibilidades textuais, a interatividade e a difusão e circulação de informações (Lévy, 2010).

Além de englobar as linguagens da dança (coreografias, movimentações, ritmo, etc.) e do vídeo (como cortes, edições, uso de filtros, etc.), partimos de que ela também envolve a dinâmica da cibercultura, caracterizando-se não apenas pela sua desenvoltura no ciberespaço, como também por conter e necessitar das interações entre os atores pertencentes à rede para dar sentido e continuidade à obra. Ou seja, a ciberdança seria uma forma de arte construída com o propósito de gerar estas dinâmicas sociais, a qual aborda-se no trabalho.

Dentro da ciberdança, entretanto, podemos pensar em diversos "formatos" de constituição da dança, especialmente quando ela não apenas se apoia nas tecnologias disponíveis, mas também nas redes sociais online. Bench Harmony (2010) diz que as mídias sociais e a dança convergiram para produzir uma área de experimentação inserida no espaço virtual, a qual ela denomina de "*social dance-media*[13]", ou seja, a dança inserida na cultura popular, suportada pelo ciberespaço e pelas tecnologias de aplicativos que proporcionam a hibridização de linguagens juntamente com a dinâmica social.

É importante ressaltar que estas dinâmicas (ainda que pensadas na ciberdança - dança mídia social) apontam pela busca e partilha de capital social (todo conteúdo valorizado que é trocado e compartilhado entre e com um grupo social) o que indica mover estes sujeitos a cultivarem valores sociais agregados a si, como a visibilidade, a viralização, a reputação, a autoridade e a popularidade (RECUERO, 2009).

A visibilidade é compreendida como o valor de tornar-se visível na rede. Pensando nesse valor dentro da estrutura do *TikTok*, podemos focar na quantidade de visualizações do vídeo compartilhado que irá determinar a propagação, em quais e quantos *feeds*[14] tal vídeo irá aparecer, e a facilidade do acesso de outros usuários

[13] Podemos traduzir como a "dança mídia social".
[14] Páginas de exibição de conteúdos compartilhados nas redes sociais. É possível existirem, dentro das redes inúmeros *feeds* e plataformas, que podem possuir dependendo da plataforma, nomes

a ele. Tal valor tem relação direta com a viralização, que é determinada como a potencialização e alcance das publicações. Em relação ao aplicativo, essa viralização pode ser reconhecida também como as "*trends*"[15], que englobam diversos conteúdos conectados a partir de uma característica em comum, gerando assim, uma tendência dentro dos produtos compartilhados. Um exemplo é a *#emojidance*, *trend,* que consiste em vídeos de dança, onde o ator coloca na tela uma lista de *emojis*[16]*,* e deve realizar uma interpretação gestual de cada emoji listado, acompanhado de uma música, criando, assim, uma coreografia (essa *trend* possuía, até o dia 24 de dezembro de 2020, 2.6 bilhões de visualizações).

A popularidade entre audiências é compreendida como a capacidade do sujeito de ser reconhecido na rede (RECUERO, 2009), podendo ser positiva, um ator que os usuários gostam de ver e interagir; ou negativa, um ator que não possui conteúdos agradáveis e/ou não é admirado por outros fatores). Dentro do *TikTok* essa popularidade é proveniente, não apenas da quantidade de visualizações dos conteúdos compartilhados pelo ator, mas também, pela qualidade e criatividade que são apresentadas nessas produções (julgada pelos seus demais atores da rede).

Ainda de acordo com Recuero (2009), a autoridade é referida ao valor de reconhecimento social sobre o domínio ou conhecimento sobre determinado assunto. Essa autoridade possibilita aos atores o poder de influência (ditos os tais influenciadores digitais), onde usuários utilizam as autoridades dentro das plataformas como forma de inspiração e modelo a seguir para, possivelmente, atingirem um nível de sucesso semelhante.

Por fim, temos também o valor referente à reputação (RECUERO, 2009). Ela se refere ao posicionamento do ator na rede, ou seja, como se comportam, agem e interagem com suas conexões. A reputação pode ser diretamente ligada aos valores de popularidade e autoridade, tendo em vista que, dependendo do comportamento

---

diferenciados. No caso do *TikTok* o *feed* mais acessado e mais relevante no app é o "*For You*", em português "Para você".

[15] *Trends*: tendências, em inglês.

[16] *Emojis*: símbolos utilizados dentro do mundo virtual para representarem palavras, frases e/ou sentimentos dos atores.

apresentado pelo ator e interações ocorridas entre ele e sua audiência, são determinados o grau de autoridade e influência deste usuário e o tipo de popularidade adquirida por ele.

3. Usuários do TikTok e dinâmicas sociais

Visando analisar e identificar os estímulos sociais que movem as interações na plataforma de redes sociais *TikTok* para o desenvolvimento de ciberdanças (através da compreensão das dinâmicas desenvolvidas neste aplicativo), especialmente no contexto da pandemia, desenvolvemos uma observação participante, seguida da aplicação de questionários com 38 usuários do *TikTok* e entrevistas estruturais, trazendo questionamentos mais específicos sobre as produções de ciberdança (dança mídia social), com 3 usuários voluntários.

Inicialmente foi perguntado sobre a motivação para os participantes baixarem o aplicativo em seus dispositivos durante a pandemia. Observamos que cerca de 29% teve como motivação o tédio durante a quarentena. 47% buscou apenas entretenimento e diversão e 24% sentiu curiosidade sobre o aplicativo, ou seja, teve influência de outros usuários ou focou-se na possibilidade de produção e compartilhamento de conteúdos autorais.

Quando questionados sobre a produção e compartilhamento (além da simples visualização e consumo) destes conteúdos, obtivemos o resultado de quase 53% dos respondentes se identificando como produtores de produtos audiovisuais no *app*. Dentro das produções, 65% eram voltadas, exclusivamente, para ciberdanças. Novamente aqui, a justificativa esteve atrelada à situação pandêmica, à busca pela diversão e interação com amigos enquanto realizam o distanciamento e/ou isolamento social. Tal atração, consequentemente, parece despertar motivações nos novos usuários para criarem e compartilharem o próprio conteúdo, a partir das dinâmicas interativas incorporada nos vídeos compartilhados. Nestas dinâmicas,

CHIES, Luiza; REBS, Rebeca Recuero. Pandemia e as motivações sociais para a produção de ciberdanças no TikTok. *Revista da FUNDARTE*. Montenegro, p.01-19, ano 21, nº 44, janeiro/março de 2021.
Disponível em: http://.seer.fundarte.rs.gov.br/index.php/revistadafundarte/index> 30 de março de 2021.

observamos a presença da busca pela agregação, a competição, a cooperação e a adaptação e apropriação social.

A dinâmica de agregação apareceu em certas falas, que demonstram certa necessidade de manutenção e associação de novos laços sociais na rede dos usuários, além do estímulo de produção causado pela influência de suas conexões, conforme é possível perceber nos comentários a seguir:

> *Eu compartilhei pra fazer as pessoas rirem um pouco, as mensagens fofas são p pessoa se sentir especial e de ginástica eu mando dizendo que gostaria de conseguir fazer (trecho da resposta do respondente A).*
>
> *Eu amo vídeos de dança e de roupas. Me identifico muito com as pessoas que fazem e sempre tento entrar nas "trends"(trecho da resposta do respondente B).*

Percebe-se que os usuários buscam essa interação. Buscam, de algum modo, promover suas ligações com os demais atores de suas redes, podendo, assim, incorporar novos sujeitos como "seguidores" a partir do conteúdo que é compartilhado e, consequentemente, admirado e "curtido" pelos demais. Do mesmo modo, entrar para os "*trends*" implica em agregar novos seguidores, pois mais visível o sujeito é tornado dentro da rede.

Ainda pensando na ideia de *trends* e viralização de conteúdo, podemos perceber a dinâmica de competição pela atenção e cooperação do público, uma vez que existe a necessidade de interação para o "sucesso" da postagem, como vemos nos seguintes comentários:

> *"Em vez de pedir rt ou compartilhamento, você tem que pedir interação pra ir pro for you das pessoas, além do youtube essa é a primeira rede social que eu uso em que manipular o algoritmo é algo que tem tanto protagonismo no próprio conteúdo" (trecho da resposta do respondente C).*
>
> *"(...) Acho um aplicativo muito legal, ainda mais que tu não precisa ter muitos seguidores para viralizar, é algo 'aleatório'. Foi divertido, mas não viralizei então não tinham muitos comentários." (trecho da resposta do respondente D)*

Do mesmo modo, é possível perceber a busca por valores sociais oriundos destas dinâmicas, ou seja, "viralizar" está associada ao ser visível (visibilidade), ao mesmo tempo em que está associada ao valor de ser reconhecível na rede

CHIES, Luiza; REBS, Rebeca Recuero. Pandemia e as motivações sociais para a produção de ciberdanças no TikTok. *Revista da FUNDARTE*. Montenegro, p.01-19, ano 21, nº 44, janeiro/março de 2021.
Disponível em: http://.seer.fundarte.rs.gov.br/index.php/revistadafundarte/index> 30 de março de 2021.

(popularidade, ou seja, quanto mais visível, mas reconhecido posso me tornar). Consequentemente, a vantagem em construir autoridade sobre determinado assunto e adquirir uma boa e reconhecida reputação diante dos demais usuários, aumentam. Adquirindo esses valores, as chances de ampliar a sua rede por meio da agregação também são potencializadas.

É possível ainda pensarmos que a plataforma do *app* também propicia a potencialização para estas dinâmicas, uma vez que foi observado a utilização do recurso de *hashtags* para impulsionar o poder de visibilidade nos vídeos compartilhados. Destacando-se entre essas *hashtags*, temos as *#foryoupage #fyp* e *#fy* (todas referentes ao *feed* principal do *TikTok*, o "*for you page*") que, ao serem colocadas na descrição das ciberdanças, geram um estímulo de competição entre os usuários do *app*, uma vez que desejam ter seus vídeos aparecendo no *feed* mais relevante da plataforma e, assim, proporcionando um maior alcance e números de visualizações dos produtos.

A atribuição de valores sociais aos usuários também é vista na facilidade em que os atores possuem em se tornarem "verificados", isto é, serem reconhecidos como influenciadores digitais de audiências, como é explicado no artigo de Velasco (2020), para o site Canaltech[17] sobre como conseguir o selo de conta verificada no *TikTok*.

> A conta verificada no TikTok abrange mais pessoas do que nas outras redes sociais, uma vez que o grande potencial de viralização do conteúdo postado no aplicativo pode transformar muito mais pessoas em potenciais influenciadores. Por isso, as regras para conseguir o selo de verificação tendem a ser um pouco diferente: enquanto em outras redes sociais você deve provar que é uma figura pública, no TikTok o selo é dado a celebridades e anônimos automaticamente. (VELASCO, 2020).

Essa possibilidade movimenta, tanto dinâmicas de agregação de comunidades virtuais que comentam, compartilham e reproduzem os vídeos de

[17] Site oficial da Canaltech. Disponível em: https://canaltech.com.br/. Acesso em: 07 de janeiro de 2021.

determinados atores no intuito de ajudarem na “verificação” dessas contas, quanto na competição gerada pelos próprios atores que também desejam possuir o título de influenciadores na plataforma.

Quando questionados sobre a razão do aplicativo possuir um grande número de usuários, cerca de 68,4%, afirmam ser uma forma de sociabilidade e interação com outras pessoas durante esse período de distanciamento social. Esse dado retoma as constatações de Primo (2020) e Chaple (2020) sobre a necessidade de interações entre indivíduos durante a pandemia, situação essa que aponta ser suprida pelas plataformas de redes sociais.

Quase 66% disseram ser as produções audiovisuais do *TikTok* uma forma de mostrar o seu cotidiano, funcionando como uma "vitrine da nossa vida", onde se pode mostrar eventos e situações que poderiam não ser divulgadas fora do mundo online, mas que funcionam na plataforma, justamente pela sua dinâmica. Ou seja, a exposição da privacidade na rede online (SIBILIA, 2008), como uma forma de potencializar interações, agregar capital social e partilhar/adquirir valores diante de suasredes.

57,9% acreditam que é uma oportunidade para colaborar e “brincar” com outras pessoas por meio da internet, apontando para a dinâmica de cooperação das redes sociais online. Ou seja, por vezes eram lançados convites entre os atores da rede para produzirem/darem continuidade à produção da dança na mídia social, indicando um possível despertar do sentimento de coletividade, levando aos sujeitos a cooperarem, entrarem no "jogo" das redes da plataforma. Um exemplo presenciado no *app* a partir da *#duet*, onde os usuários marcavam o vídeos que fizeram utilizando o recurso de duetos ou, também, chamar outros usuários para participar indiretamente de seus vídeos, a partir desse recurso (tal *hashtag* possuía até o dia 08 de janeiro de 2021, 1780.4 bilhões de visualizações).

Quando perguntamos o motivo de serem realizadas ciberdanças no TikTok, obtivemos repostas que giravam em torno de uma exposição do que “sabem fazer”

ou mesmo por estar associada a algo que promove interações sociais (dança e música).

As dinâmicas de adaptação e apropriação social, parecem contribuir para esta sociabilidade por meio da dança, nas redes sociais online. Isso se deve ao fato de que, ao observarmos os sujeitos participando dos desafios (seja por competição ou colaboração), percebemos a busca por trazer elementos autorais, ou seja, partes das coreografias originais, por exemplo, eram modificadas, marcando suas identidades na rede. Do mesmo modo, outras formas de ciberdança eram apropriadas com a possível motivação de viralizar, de adquirir os valores sociais trabalhados por Recuero (2009).

Na imagem a seguir, apontamos exemplos de ciberdanças (*dance social-media*), na qual usuários eram "desafiados" a postarem um vídeo dançando a música "Someone you loved" (de Lewis Capaldi) com seu "par".



Figura 1: Exemplos da ciberdança #somebodytolove em suas diferentes apropriações sociais no TikTok. FONTE: imagens coletadas do Youtube (https://www.youtube.com/watch?v=vFz0RpzJfRQ e https://www.youtube.com/watch?v=vFz0RpzJfRQ (acesso em 11 jan. 2021).

É possível observar que a apropriação social aparece na própria forma "criativa", resinificando a tradicional "dança de casais", apontando para uma construção bem particular de identidade de cada ator participante.

A busca pela interação entre usuários a partir do aplicativo, durante a pandemia, fica mais evidente nos comentários a seguir:

> *'Interessante, acho que sempre dá pra agregar algum conhecimento, além de conhecer outras pessoas, culturas, lugares, histórias, sem sair de casa" (trecho da resposta do respondente E).*
>
> *'Foi uma experiência divertida, os amigos que receberam o vídeo gostaram e acabaram fazendo também. Uma maneira de passar o tempo dando algumas risadas" (trecho da resposta do respondente F).*

Novamente, nestes trechos, é possível identificar a busca pela agregação de novos sujeitos para a interação, bem como uma possível cooperação no que diz respeito ao entretenimento desenvolvido pelos grupos da rede de pertença.

Percebemos, entretanto, que as possíveis motivações para estimular as interações na plataforma de redes sociais vão além das dinâmicas propostas pela rede (de competir, cooperar, achar novos integrantes para sua rede sociais ou mesmo produzir um conteúdo criativo ou inovador por meio da apropriação). Ou seja, por meio da observação participante, percebemos que existirão fatores associados ao domínio técnico e ao próprio contexto histórico. Significa que é necessário pensarmos que estas produções audiovisuais focadas em ciberdança e que são desenvolvidas pelos usuários no *TikTok*, apontam ter seus estímulos, atualmente, provenientes de três fatores: a interface intuitiva, a busca por interações através das dinâmicas sociais e o contexto da pandemia.

A *interface intuitiva* do aplicativo é o que torna a sua compreensão fácil pelos atores sociais. Um dos usuários afirma, inclusive, que a sua experiência com a produção de ciberdanças "foi legal, uma ferramenta que gera um resultado bom, sem precisar saber editar" (trecho da resposta do respondente G). Não é necessário, por exemplo, a utilização de softwares específicos para a edição de vídeos como em outros tipos de produções audiovisuais (ainda que se reconheça as limitações deste processo no aplicativo). Logo, funções como "cortar", "colar" e "sobrepor" cenas (por exemplo), são simplificadas no *TikTok*.

CHIES, Luiza; REBS, Rebeca Recuero. Pandemia e as motivações sociais para a produção de ciberdanças no TikTok. *Revista da FUNDARTE*. Montenegro, p.01-19, ano 21, nº 44, janeiro/março de 2021.
Disponível em: http://.seer.fundarte.rs.gov.br/index.php/revistadafundarte/index> 30 de março de 2021.

O segundo fator, parece estar associado à possibilidade destas interações sociais, que se dão por meio das *dinâmicas sociais* promovidas pelo *app*. Elas, não apenas proporcionam valores sociais de visibilidade, popularidade, aumento da reputação positiva e da autoridade destes sujeitos, como também proporcionam espaços para divulgação de facetas identitárias dos seus usuários que, aproveitando as características da conexão em rede, são potencializadas, dando voz a estes atores, incidindo no acúmulo de capital social (conforme vimos nos dados apresentados anteriormente).

O terceiro fator se dá por meio do *contexto histórico da pandemia,* pelo COVID-19 que implicou em uma "falta" do contato social - gerada pelo distanciamento e consequente "fechamento" de diversas atividades sociais (como escolas, bares, academias, etc.). Logo, estes aplicativos - aqui, focando no *TikTok* - parecem suprir (até certo ponto) esta carência social que é potencializada pelo contexto de saúde pública mundial e atual (tanto no “encurtamento” de distância entre amigos, como pela promoção do entretenimento até mesmo com quem está perto).

Considerações finais

Em perspectiva à situação atual, o distanciamento social apresentou novos obstáculos à manutenção de conexões e realização de interações sociais, que passaram a ser, então, essencialmente virtuais. Entretanto, percebemos que a possibilidade de interações focadas no desenvolvimento de dinâmicas sociais promovidas pelas redes sociais, indicam ser fatores preponderantes para o sucesso do *TikTok* no momento atual. Dentro dessa plataforma, ciberdanças (também chamadas de dança mídia social) são desenvolvidas pelos usuários com um intuito primário de obter formas de entretenimento durante o período de distanciamento social. Entretanto, percebemos que existirão dinâmicas sociais como a competição,

a cooperação, a agregação, a adaptação e apropriação social que parecem ser forças motivadoras para o estabelecimento destas interações no aplicativo.

Além disso, percebemos que as motivações para o uso do *TikTok* para a produção audiovisual (especialmente ciberdanças), parece permear três fatores, ou seja, vai além das dinâmicas promovidas pelas redes sociais online (as quais detalhamos neste artigo), agindo pela facilidade da interface (que é intuitiva), facilitando o desenvolvimento de ciberdanças por uma única pessoa, bem como o contexto de distanciamento social, que acabou por fazer com que as pessoas buscassem o mundo virtual com mais intensidade, para interagirem com suas redes de conexões sociais.

É importante ainda ressaltar que esta pesquisa não tem a intenção de generalizar processos sociais desenvolvidos nas plataformas online e nem das dinâmicas provenientes dos formatos de manifestações artísticas na Cibercultura (como da dança mídia-social), mas sim oferecer bases para uma reflexão acerca deste comportamento dentro, exclusivamente, do recorte histórico da pandemia de 2020.

Referências:

ADJUST. *Apptrace*, c2019. Ranking brasileiro de aplicativos gratuitos pelo Itunes. Disponível em: https://www.apptrace.com/itunes/charts/BR/topfreeapplications/87/2020-9-15. Acesso em: 16 de outubro de 2020.

CHAPLE, Craig. (2020). TikTok Crosses 2 Billion Downloads After Best Quarter For Any App Ever. Sensor Tower. Disponível em: https://sensortower.com/blog/tiktok-downloads-2-billion. Acesso em: 16 de outubro de 2020.

BENCH, Harmony. Screendance 2.0: Social dance-media. *Journal of Audience & Reception Studies*, v. 7, n. 2, p. 183-214, 2010.

BERTALANFFY, Ludwig. *Teoria geral dos sistemas.* Petrópolis: Vozes, 1975.

BOURDIEU, Pierre. *The forms of capital*. 1986.

BOYD, Danah M.; ELLISON, Nicole B. Social network sites: Definition, history, and scholarship. *Journal of computer-mediated communication*, v. 13, n. 1, p. 210-230, 2007.

Como fazer vídeo no TikTok? Conheça a rede social do momento! *mLabs*, 2019, atualização em 2020. Disponível em: https://www.mlabs.com.br/blog/como-fazer-video-no-tik-tok/#:~:text=Como%20dissemos%2C%20o%20TikTok%20permite,duetos%20e%20as%20famosas%20reaction. Acesso em: 16 de outubro de 2020.

LEMOS, André. Cibercultura, cultura e identidade. *direção a uma "Cultura Copyleft*, v. 2, 2004.

LEMOS, André. Apropriação, desvio e despesa na cibercultura. *Revista Famecos*, v. 8, n. 15, p. 44-56, 2001.

LEVY, Pierre. *Cibercultura.* Editora 34, 2010.

NASCIMENTO, Gabriel. TikTok: o que é e como funciona o aplicativo para criar vídeos. *Enotas Blog.* 2020. Disponível em: https://enotas.com.br/blog/tiktok/. Acesso em: 16 de outubro de 2020.

PRIMO, Alex. Afetividade e relacionamentos em tempos de isolamento social: intensificação do uso de mídias sociais para interação durante a pandemia de COVID-19: Emotions and relationships during social isolation: intensifying the use of social media for interaction during the COVID-19 pandemic. *Comunicação & Inovação*, v. 21, n. 47, 2020.

PRIMO, Alex; RECUERO, Raquel. Conflito e cooperação em interações mediadas por computador. *Contemporanea: Revista de Comunicação e Cultura*, v. 3, n. 1, p. 38-74, 2005.

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

RECUERO, Raquel. Redes sociais na internet, difusão de informação e jornalismo: elementos para discussão. *Metamorfoses jornalísticas*, v. 2, p. 1-269, 2009.

SCHEIFER, Verônica. Tráfego da internet brasileira na pandemia: quais foram os impactos? *Tecmundo,* 2020. Disponível em: https://www.tecmundo.com.br/internet/154628-trafego-internet-brasileira-pandemia-impactos.htm. Acesso em: 20 de novembro de 2020.

SIBILIA, Paula. *O show do eu***.** Rio de janeiro: nova fronteira, 2008.

Velasco, Ariane.Como conseguir o selo de conta verificada no TikTok. *Canaltech,* 2020. Disponível em: https://canaltech.com.br/redes-sociais/como-ter-conta-verificada-tiktok/. Acesso em: 07 de janeiro de 2021.

WOSNIAK, Cristiane. Mini@ aturas de um corpo semiósico em ambiente digital: a ciberdança em rede1. 7º Simpósio Nacional da Associação Brasilera de Cibercultura – *ABCiber.* Disponível em: http://abciber.org.br/simposio2013/anais/pdf/Eixo_6_Processos_Esteticas_de_Arte_Digital/25156arq77025911968.pdf. Acesso em 19 dez. 2020.