

Uma proposta de categorias de modelos de interação musical nas mídias sociais: Tiktok, engajamento musical e transmidialização do conhecimento musical

MODALIDADE: COMUNICAÇÃO EM SIMPÓSIO
Subárea: Música e Mídia

Igor Tolentino

Programa de Pós Graduação em Artes / Universidade do Estado de Minas Gerais
tolentas@gmail.com

Luiz Naveda

Programa de Pós Graduação em Artes / Universidade do Estado de Minas Gerais
luiz.naveda@uemg.br

Resumo. Transformações tecnológicas e sociais recentes produziram mudanças culturais que foram refletidas nas mídias sociais através novos tipos de interação musical. Estas alteram a relação entre o fazer e pensar musical por meio de mecanismos ainda pouco discutidas na literatura. Neste trabalho, discutimos a transformação que modelos de interação impõem sobre interações sociais, incluindo as trocas simbólicas no campo da fruição da música refletida nas mídias sociais de vídeos curtos, mais especificamente na mídia social TikTok. O objetivo deste estudo é compreender como as mídias sociais alteram práticas e modos de interações musicais através de uma proposta de categorização de modelos de interação. Realizamos uma coleta de um repositório de 1000 vídeos e criamos uma base de dados com uma amostragem aleatória de 100 vídeos. Foram desenvolvidas categorias que descrevem diversos tipos de interação musical baseadas nos elementos de som, movimento corporal e imagem. Os resultados indicam a prevalência da interação musical com movimento corporal e interações relevantes na produção de novos conteúdos transmidiáticos orientados pela produção musical.

Palavras-chave. Interação musical, Vídeos curtos, Mídias sociais.

Title. A proposal for categories of musical interaction models in social media: Tiktok, musical engagement and transmediaization of musical knowledge

Abstract. Technological and social transformations have produced cultural changes that have been reflected in social media through new types of musical interaction. These interactions alter the relationship between music making/thinking, guided by categories still poorly discussed in the literature. In this paper we discuss the transformation that interaction models impose on social interactions, including symbolic exchanges in the field of music fruition reflected in short video social media, more specifically in the social media TikTok. The aim of this study is to understand how social media alter practices and modes of music interactions through a proposed categorization of interaction models. We collected 1000 videos and created a database with a random sampling of 100 videos. Then, we developed sets of categories that describe various types of musical interaction based on the elements of sound, body movement, and image. The results indicate the prevalence of music interaction with body movement and relevant interactions in the production of new music-driven transmedia content.

Keywords. Music interaction, Short videos, Social Media.

Introdução

Nos anos 2000, estudantes de 12 a 17 anos acessavam música pelo *Youtube*, ouviam trilhas e listas de músicas, editadas com imagens estáticas quase desnecessárias, fotos de artistas ou capas de disco, e compartilhavam conteúdos por mídias sociais como *Facebook*, *WhatsApp*, *Snapchat* (COSTA, 2015). No mês de maio de 2022, estudantes do ensino fundamental me perguntam qual a minha dança favorita, mencionam danças indissociáveis de músicas compartilhadas e repetidas por meio de um aplicativo de vídeos curtos, onde consomem música visualizando repetições de danças e desafios em uma sequência de vídeos infinita. Devolvo a pergunta sobre sua dança preferida, os estudantes respondem em uníssono, e em gestos sincronizados: “desenrola, bate, joga de ladin”. Eles não dissociam os títulos dos gestos ou da música, nos intervalos e reuniões sociais reproduzem estas mesmas micros sequências, para as mesmas câmeras que produzem novos vídeos repetidos, mas diferentes. O que aconteceu com as relações entre música, visualidade, tecnologias e mídias sociais? Que fenômeno alterou as percepções e engajamento musical?

As inovações tecnológicas influenciam o modo como nos relacionamos com a música (IAZZETA, 2006). A notação musical, por exemplo, está no cerne da capacidade de circulação do modelo de produção musical Europeu, e seus conceitos de composição, autoria, performance e eventos musicais. A disseminação de dispositivos de gravação e reprodução sonora viabilizaram a formação de culturas musicais massificadas e novas formas de engajamento no século XX. Os computadores, por outro lado, viabilizaram a transformação do consumo de música como uma commodity tão ubíqua como o acesso à água (SERRA et al 2007), facilitando produção e circulação da música por meio de processo de criação, composição, gravação, processamento e distribuição amplamente mais acessíveis que a produção da segunda metade do séc. XX (HUGHES; LANG, 2003). Mesmo que à princípio estas mudanças interfiram localmente na interação homem máquina, no consumo e modos criação musical, essas transformações não devem ser entendidas somente em suas condições tecnológicas, mas como uma mudança cultural mais abrangente (TSCHMUCK, 2006).

Como este movimento de transformações tecnológicas transbordam em transformações culturais e nos modos de interação musical presentes nas mídias sociais? Este estudo se concentrou em diagnosticar as categorias das interações musicais presentes nas mídias sociais. Através de um repositório de vídeos curtos coletados em uma rede social desenvolvemos categorias de interação musical pela exploração e verificação dos grupos

latentes, utilizando a Teoria Fundamentada como suporte metodológico (CORBIN e STRAUSS, 1990).

Transformações na interação musical

A relevância por trás do movimento de incorporação digital das relações e ações sociais pela internet não está nos aplicativos em si, mas na transformação que eles impõem sobre as interações sociais, incluindo as preferências por trocas simbólicas no campo da fruição e estética, e a disseminação de arte e música como um campo de ação social. Em aplicativos como o TikTok, por exemplo, não encontramos com frequência a disseminação de vídeos longos de concertos ou recitais. A interação musical se realiza por práticas amplamente massificadas, impregnada no cotidiano de usuários, como a realização micro sequências de dança com música, imitação de gestos ou dublagens (KENNEDY, 2020). A reação de produtores musicais a este fenômeno os levou a transformar a produção musical de acordo com como o público utiliza e interage com a música nesses vídeos, e com os formatos que fazem sucesso no aplicativo (CASTRO, 2022). Nesse contexto, a música e a dança têm permitido surpreendentes trânsitos e articulações de experiências musicais com conteúdos transmidiáticos.

Os vídeos curtos em looping também alcançaram as mídias sociais populares, como o Facebook, Instagram e Twitter. Apesar da disseminação das mídias sociais já terem transformado o fazer e o consumo musical nas sociedades, as plataformas de vídeos curtos apresentam uma nova forma de consumo de mídia cuja discussão ainda é recente (VIZCAÍNO-VERDÚ; ABIDIN, 2022). Essas aplicações e plataformas proporcionam uma ruptura nos modelos comunicacionais tradicionais e nos modelos de produção audiovisual. Parte desta ruptura parece se estabelecer na entrega de processos de produção de áudio e relações audiovisuais para o próprio usuário, uma vez que esses aplicativos passam a permitir a gravação uma faixa de áudio ou um vídeo, edição, remix e publicação. Nesse novo cenário no qual as mídias sociais têm um papel importante nas mudanças sociais (MONTEIRO, 2020), ensinar, aprender, fruir, produzir e compartilhar ganharam novas dinâmicas de construção de significados onde as pessoas passam muito tempo compartilhando e consumindo conteúdo de curta duração, potencializada pelos modelos de interação. No entanto, as ações de produzir, distribuir e compartilhar já foram discutidas como princípios fundamentais do ciberespaço, que suporta tecnologias intelectuais que amplificam, exteriorizam e modificam várias funções cognitivas humanas, como a memória, a imaginação, a percepção de raciocínios (LÉVY, 1999).

Uma das demandas mais complexas para a interpretação desses contextos musicais reside na condição intertextual e transmidiática que caracterizam as interações musicais nas redes sociais. Estas interações estão imersas em contextos que são muito mais que ambientes puramente sonoros (como no caso da escuta instrumental, por CD, vinil ou escuta acusmática). O conceito de transmídia ganha relevância porque define um conjunto ou uma combinação de múltiplos elementos midiáticos (imagens, sons, texto) conectados por meio de várias plataformas (TOBIAS, 2014). Nesse sentido, o conjunto de visualidade, interação e acessibilidade transformou a apreciação musical em tipo de fruição musical transmidiática, onde imagem, imagem em movimento, dança, animação e interação atuam fortemente nas composições estéticas e manifestações culturais, como por exemplo nas expressões encontradas no TikTok (MONTEIRO, 2020).

O entendimento da magnitude social do impacto das mídias sociais não informa sobre a qualidade e característica que essas interações produzem na formação do conhecimento musical. É necessário entender os processos que se estabelecem neste contexto de maneira mais aprofundada que permita uma atualização de planos de trabalho de modelos pedagógico musicais, musicológicos e mesmo profissionais que sejam capazes de abarcar as relações entre interação musical e movimentos corporais nas plataformas de mídias sociais.

O estudo dessas articulações do conhecimento musical com a contemporaneidade do contexto social e tecnológico transmidiático têm uma importância significativa no estudo da música. Em um processo sem aparente retorno, as taxas de acesso à internet, o tráfego de dados por pessoas, as conexões de banda larga ou a velocidade de dispositivos móveis conectados à rede deverão aumentar ainda mais (ESCODA; PULIDO, 2018). Como organizar os elementos musicais e não musicais nas interações efêmeras das plataformas de vídeos curtos? Para tentar responder à pergunta, inicialmente nos voltaremos para uma mídia social popular de vídeos curtos.

TikTok

De acordo com relatórios métricos de downloads, o TikTok foi um dos 10 aplicativos mais baixados em todo o mundo no período de 2021 (CHAN, 2021). Cerca de 41% dos seus usuários têm entre 16 e 24 anos, sendo assim considerada como uma mídia social da cultura jovem (ASLAN, 2022). Outros dados publicados no blog da Bytedance mostram que os usuários típicos do aplicativo Android do TikTok gastam uma média de 19,6 horas por mês usando a plataforma. Usuários mais assíduos gastam em média 52 minutos por dia (ASLAN, 2022).

As funções atuais do TikTok permitem a criação de vídeos curtos (15 segundos) e vídeos longos (até 10 minutos) com um clipe de áudio ou música ou uma sequência de vídeo pré-gravada com recursos como efeitos, filtros, realidade aumentada, dentre outros. Modelos de criação audiovisual são reformulados frequentemente, mas modelos de interação como sincronização dos lábios com música ou com outros movimentos corporais são comuns (ANDERSON, 2020). Uma característica marcante da plataforma é a variedade de aptidões das comunidades musicais, que são constituídas por lista de reprodução vinculadas à rótulos e categorias como dança, comédia, comida, esportes, divididas por conteúdos musicais e efeitos especiais, atendendo às tendências contemporâneas (XU, YAN e ZHANG, 2019).

A criação de novos contextos para as músicas é um exemplo comum nas comunidades do aplicativo, onde redes de interações musicais são tecidas pelos usuários que se apropriam das tendências. As “tags” ou “desafios” são utilizados por esses indivíduos, que colaboram por meio da prática de replicar, imitar ou remixar os conteúdos dos seus pares (BRESNICK, 2019). Nesse contexto, a música abrange os elementos da imagem e/ou áudio e são ressignificados por meio de reconfigurações criativas, gerando complexas redes de interação (VIZCAÍNO-VERDÚ; ABIDIN, 2022). Os consumidores do aplicativo podem recriar um vídeo ou trilha sonora original e esta trilha se torna uma espécie de link acessível entre os vídeos, que expõe ao usuário outras criações audiovisuais relacionadas com a trilha. Esse link é uma espécie de janela de convite para interações porque que permite (1) a reutilização da trilha sonora em outros vídeos, (2) a memorização da trilha em seu perfil, e (3) o compartilhamento da trilha com outros usuários da plataforma.

O TikTok é orientado por algoritmos que auxiliam o aplicativo a determinar quais vídeos os usuários devem assistir (ANDERSON, 2020). Pesquisas apontam que o algoritmo da plataforma consiste em um mecanismo automático de recomendação de conteúdo (XU; YAN; ZHANG, 2019). Baseado em um sistema de classificação métrica para cada ação que se pode tomar, o algoritmo é capaz de detectar ações excessivas. Ao compartilhar, comentar ou rever um vídeo, os ciclos do sistema de avaliação completam o sistema de recomendação, que por sua vez recomenda principalmente o conteúdo baseado nas preferências de cada pessoa (REN, QUI, FAN, 2021).

Classificação da experiência nas mídias sociais

VIZCAÍNO-VERDÚ e colegas (2022) realizaram um trabalho centrado na hashtag *#MusicChallenge*, que buscou investigar o modelo de “desafio musical” no TikTok. Este modelo consiste em um jogo no qual os autores dos vídeos perseguem um objetivo relacionado

à música, via estratégias de imagem, áudio, texto e histórias (VIZCAÍNO-VERDÚ; ABIDIN, 2022). Baseado na Teoria Fundamentada, os autores criaram uma variedade de categorias que envolveram grupos relacionados à nostalgia, expertise, amizade, cidadania, idade, filtros, dentre outras. A contribuição do estudo está na identificação de uma série de padrões narrativos, definidos pelo meme¹ do desafio musical, que é apontado pelos autores como fenômeno transmídiaico, *storytelling* (contação de histórias), de auto-expressão e conexão de pessoas (VIZCAÍNO-VERDÚ; ABIDIN, 2022).

No entanto, na categoria classificada como *storytelling* (contação de histórias), foram identificados o que os autores chamaram de três aspectos estéticos: *Syntagmatic* (sintagmática), que identifica as interações entre imagem ao ritmo da música através de transições, filtros outros efeitos; a *Kinetic* (cinética) que refere-se a adequação da música/áudio com a seção de texto; e *Content* (conteúdo), que ocorre quando os usuários fazem referência direta ao áudio/música (VIZCAÍNO-VERDÚ; ABIDIN, 2022). Apesar dessa contribuição, as classificações relacionadas à interação musical são insuficientes para um entendimento aprofundado das relações com o conhecimento musical. Nas próximas seções, elaboramos uma metodologia que permite estabelecer um ponto de partida para entender as interações musicais neste tipo de mídia.

Metodologia

A metodologia deste estudo consistiu na categorização da interação musical em vídeos curtos partindo de um desenvolvimento iterativo de categorias específicas e da verificação empírica de conteúdos compartilhados nas redes. O desenho metodológico consiste em obter uma amostragem representativa de conteúdos da plataforma e desenvolver um conjunto de categorias que reflita modelos de interação com música sendo operados pelos usuários.

Base de dados de vídeos curtos

Os dados do conteúdo foram extraídos de um repositório de endereços de vídeos² organizada para pesquisa em *data science*. Esta coleção representa 1000 vídeos que foram recomendados no perfil do pesquisador em março de 2021 (<https://bit.ly/3OCvEkk>). Até o presente momento, as limitações da rede social não permitem que se acessem listas de vídeos mais compartilhados e não existe outra possibilidade de coleta de que permita a coleta vídeos

¹ O meme se refere aos artefatos de mídia produzidas por usuários amadores da internet; esses artefatos possuem ampla disseminação e são modificados continuamente por diferentes participantes nas redes de mídia social (MILNER, 2012).

² Disponível em <https://bit.ly/3tjmKzr>.

mais visualizados na plataforma. A coleta dos dados do repositório envolveu um método de *scraping*³ que consiste em capturar automaticamente o conteúdo presente em repositórios de links ou mídia. No processo de *scraping* de cada vídeo foram registrados o nome do usuário, as *hashtags* (rótulos), as relações com *trends* (tendências) atuais e/ou postagens pelo identificador de música. Para o trabalho de categorização foi extraído um subgrupo de 100 vídeos da lista inicial de 1000 vídeos por amostragem aleatória.

As classificações dos vídeos foram desenvolvidas por meio da metodologia conhecida como Teoria Fundamentada, de natureza exploratória. Os princípios desta metodologia enfatizam o desenvolvimento e a geração de teorias que especificam “um evento, acontecimento ou incidente, na qual, um conjunto de ações ou interações é direcionada e gerenciada, ou na qual um conjunto de ações é relatado” (CORBIN e STRAUSS, 1990, p. 96). Ou seja, essa teoria é uma abordagem comparativa que caracteriza o fenômeno e as condições para a sua manifestação (GASQUE, 2007), por meio da coleta, análise e codificação de dados.

Realizamos as descrições dos vídeos considerando: 1) os elementos que se relacionavam com sons, movimentos corporais e imagens; 2) os tipos de sincronização entre esses elementos, ou seja, sincronização entre: som e movimento, som e imagem, som e som, movimento e som, movimento e imagem, movimento e movimento, imagem e som, imagem e movimento, imagem e imagem; e 3) as ferramentas de pré e pós produção dos vídeos. A partir dessas informações, desenvolvemos uma base de dados onde o conteúdo foi classificado e onde as categorias criadas foram registradas. Essa base que pode ser acessada por meio do link: <https://airtable.com/shrg0MzcJcnQb9gcn/tblYocyFPmcfXFrR>. Uma ilustração dessa base de dados se encontra na Figura 1.

Figura 1 – Tela da base de dados relacional onde as categorias foram registradas.

³ Disponível em <https://bit.ly/3x6KeZP>.

url_source	som_type	moviment...	image...	likes...	engaja...	production_tools_relation	sincronização_type
https://www.tiktok...	trilha sonora	desenhar	imagem	5000000	alto	speed transition	gesto com imagem
https://www.tiktok...	trilha sonora	soltar	imagem	3500000	alto	zoom	imagem com som
https://www.tiktok...	trilha sonora	indefinido	imagem	1200000	alto	zoom	não tem
https://www.tiktok...	trilha sonora	dançar	imagem	607600	alto	não tem	gesto com som
https://www.tiktok...	ambiente	indefinido	imagem	441200	alto	transition	não tem
https://www.tiktok...	trilha sonora	cortar	imagem	365600	alto	não tem	não tem
https://www.tiktok...	trilha sonora	indefinido	imagem	343000	alto	não tem	não tem
https://www.tiktok...	trilha sonora	mímica	imagem	305300	alto	transition speed	não tem
https://www.tiktok...	voz ambiente	falar	imagem	299500	alto	transition speed text	não tem
https://www.tiktok...	trilha sonora	andar	imagem	249800	alto	transition text	não tem
https://www.tiktok...	trilha sonora	mímica	imagem	205500	alto	transition	som com imagem
https://www.tiktok...	voz ambiente	falar	imagem	157700	alto	não tem	não tem
https://www.tiktok...	trilha sonora	exercitar	imagem	153600	alto	não tem	não tem
https://www.tiktok...	trilha sonora	malabarismo	imagem	153400	alto	speed transition	gesto com imagem

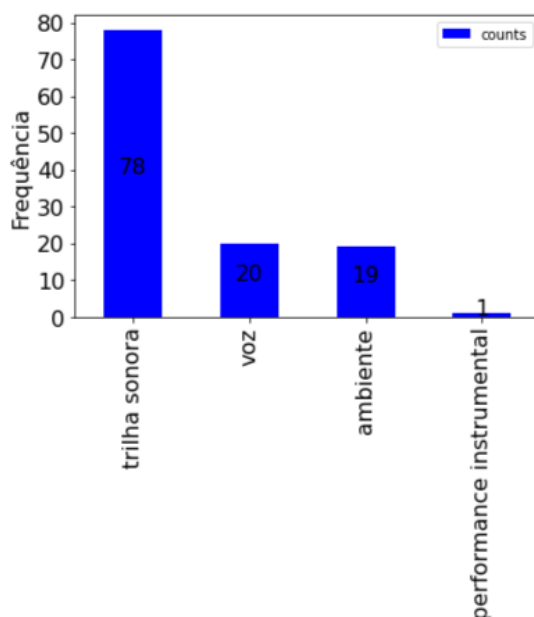
Fonte: Elaborado pelo autor, 2022.

Resultados e Discussão

A análise dos dados forneceu uma visão da amostragem em relação às descrições apresentadas anteriormente. O processo interativo de formulação da categorização partir de 3 conjuntos categorias: “Tipos de Trilha Sonora”, “Tipos de Movimento Corporal” e “Tipos de Imagem”. Em seguida, estipulamos relações entre essas categorias e criamos outros dois conjuntos categorias: “Tipos de Sincronização” e “Ferramentas de Produção”.

A figura 2 mostra a recorrência de cada tipo de trilha sonora no conjunto de dados e indica a incidência de tipos de trilhas sonoras que acompanham cada vídeo. O conjunto de vídeos apresentou 4 tipos de categorias: trilha sonora, voz, som ambiente e performance instrumental. Os dados mostraram que a “trilha sonora” foi utilizada 78 vezes nos vídeos, indicando um alto nível de compartilhamento de músicas/sons. Trilhas formadas por conteúdos de “voz” aparecem 20 vezes. Trilhas sonoras formadas por “som ambiente” 19 vezes e “performance instrumental” apenas 1 vez.

Figura 2 - Histogramas dos Tipos de Trilha sonora. O gráfico representa a quantidade de vídeos classificados em cada tipo em uma amostragem de 100 vídeos extraídos da lista inicial de 1000 vídeos.

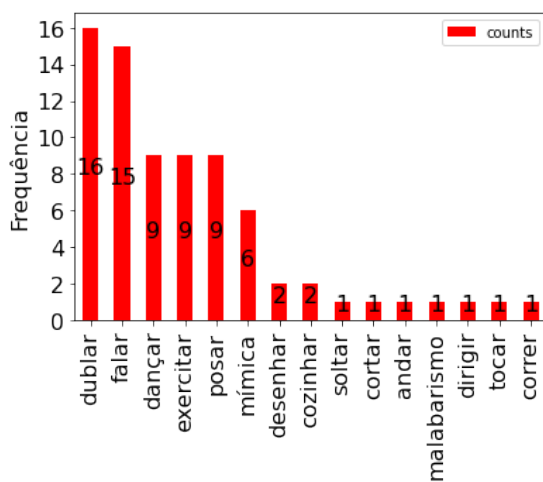


Fonte: Elaborado pelo autor, 2022.

Por que a “trilha sonora” é a mais recorrente neste contexto? Diferente de outras mídias sociais tradicionais, os aplicativos de vídeos curtos permitem uma interação relacionada à participação dos autores com diferentes mídias. Uma dessas propostas é a ressignificação de músicas e áudios de diversos contextos e épocas, como por exemplo na criação de novas danças; na construção de diferentes narrativas (veja exemplo em <https://bit.ly/3bLA0XX>) e na construção de outras interpretações (ex.: <https://bit.ly/3ug8TdY>).

O conjunto de categorias “Tipos de Movimento Corporal” apresentou uma variedade maior de categorias em relação às demais, como ilustrado na figura 3. A incidência de movimentos de “dublagem” apresentou a maior recorrência, aparecendo 16 vezes nos vídeos; em seguida “falar”, 15 vezes; “dançar”, “exercitar” e “posar”, 9 vezes; “desenhar” e “cozinhar” 2 vezes; "soltar", "cortar," "andar", "malabarismo", "dirigir", "tocar" e "correr", 1 vez. A descrição mais popular do conjunto é um exemplo de como os autores dos vídeos utilizam o corpo através da apropriação dos sons e das músicas.

Figura 3 - Histogramas dos Tipos de Movimento corporal. O gráfico representa a quantidade de vídeos classificados em cada tipo em uma amostragem de 100 vídeos extraídos da lista inicial de 1000 vídeos.



Tipos de Movimento Corporal

Fonte: Elaborado pelo autor, 2022.

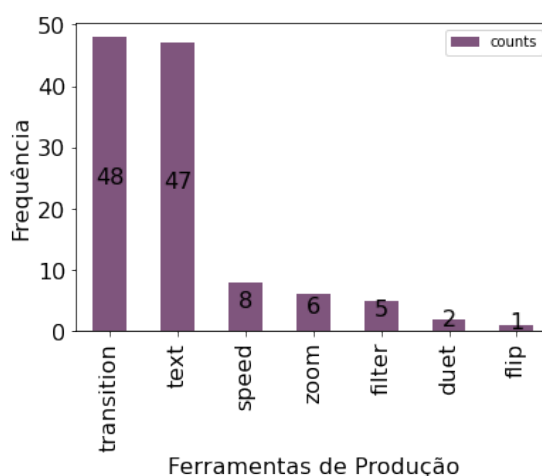
Além da categoria “dançar”, as outras categorias podem ampliar os estudos sobre os “textos” no movimento corporal, que parecem ter uma grande relevância nos mecanismos de interação musical. O impacto do movimento musical parece aprofundar relações transmidiáticas, por sua capacidade de integração com elementos sonoros (ex.: <https://bit.ly/3bILkUC>), animações (ex.: <https://bit.ly/3ueunrC>), conteúdo musical (ex.: <https://bit.ly/3uk1Kt4>), entre outros. Este resultado sugere como o corpo é uma variável determinante na produção de sentidos, significados e códigos, o que reforça a ideia que o “o estilo de movimento é um importante modo de distinção entre grupos sociais e é, em geral, ativamente apreendido ou passivamente absorvido em casa ou na comunidade” (DESMOND, p. 96, 2013). No entanto, é muito difícil desvincular o som e dos movimentos corporais no TikTok, pois a popularidade dessa relação é ubíqua, que estas manifestações são disseminadas em larga escala repetidamente (ex.: <https://bit.ly/3a6h6dL>).

A categoria “Tipos de Imagem” indicou apenas duas descrições, sendo elas a “filmagem”, que apareceu 92 vezes e “animação”, 8 vezes. Dessa forma, os dados indicaram que a maior parte da amostragem se concentra nas produções de filmagem, do que com animações.

As *Creator tools* (Ferramentas de Criação) são as ferramentas disponibilizadas pela plataforma. Nesta amostragem, os resultados apresentados na Figura 4 mostram como essas ferramentas viabilizam as produções dos vídeos, substituindo, por exemplo, softwares de edição e equipamentos de audiovisual de alta qualidade pelo *smartphones*. A categoria “Ferramentas de Produção” apresentou 7 descrições e suas características são detalhadas pelo site do TikTok: "transition" aparece 48 vezes e são os efeitos de transição que são utilizados para aplicar filtros na passagem de uma cena para outra em um post;"text" aparece 47 vezes; "speed" - uma

ferramenta de edição que controla a velocidade do vídeo - apareceu 8 vezes; "zoom", apareceu 6 vezes; "filter" apareceu 5 vezes e são os efeitos usados para personalizar e adicionar detalhes aos vídeos do TikTok; "duet" que permite a publicação dos vídeos lado a lado com um vídeo de outro criador no TikTok, apareceu 2 vezes; e "flip" (altera a direção da câmera durante a gravação) 1 vez. Uma das principais práticas durante a produção dos vídeos curtos envolvem a edição e adição de elementos. A recorrência de textos pode sugerir a necessidade de explicar informações complementares, considerando a duração dos vídeos.

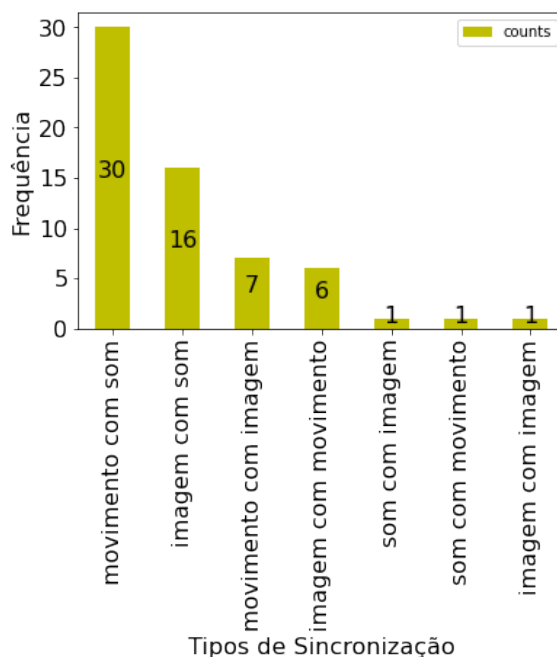
Figura 4 - Histogramas das Ferramentas de Produção. O gráfico representa a quantidade de vídeos classificados em cada tipo em uma amostragem de 100 vídeos extraídos da lista inicial de 1000 vídeos.



Fonte: Elaborado pelo autor, 2022.

Na Figura 5 podemos observar uma forte relação entre movimento corporal e a música. Isso significa que um dos tipos de interação mais recorrentes na amostragem é a sincronização entre movimento e som. Na categoria "Tipos de Sincronização", os dados mostram que o "movimento com som" aparece 30 vezes; "imagem com som" 16 vezes; "movimento com imagem" 7 vezes, "imagem com movimento" 6 vezes; e "som com imagem", "som com movimento" e "imagem com imagem" uma vez cada. As práticas corporais nas sincronizações entre "movimentos corporais e som" indicam que o discurso corporal desempenha um papel relevante na construção social e nas negociações de identidade (DESMOND, 2013). Considerando a relação entre movimento corporal e música, aprofundamos a investigação nas categorias "Tipos de Sincronização" e "Tipos de Movimento Corporal". Os dados apontam que a descrição "movimento com som" está mais relacionada com as descrições de "dublagem", "indefinido" e "dançar". A descrição "indefinido" se refere aos vídeos que não foram possíveis identificar generalizações, como por exemplo em que muitas pessoas realizam ações diferentes

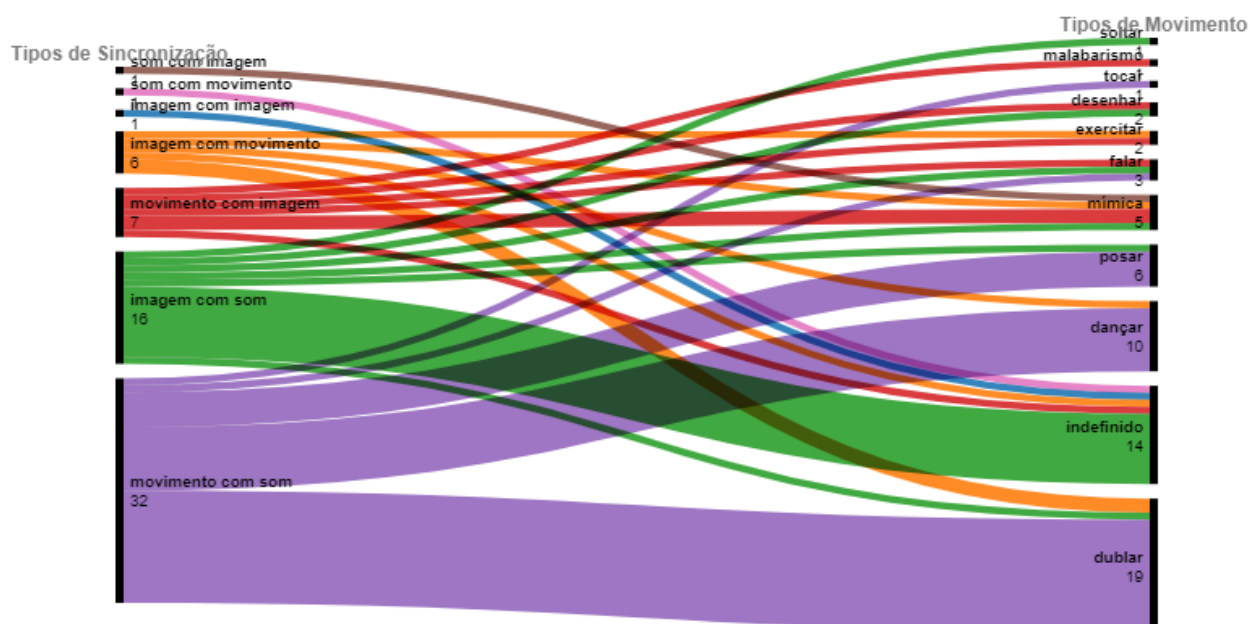
Figura 5 - Histogramas dos Tipos de Sincronização. O gráfico representa a quantidade de vídeos classificados em cada tipo em uma amostragem de 100 vídeos extraídos da lista inicial de 1000 vídeos.



Fonte: Elaborado pelo autor, 2022.

A análise da Figura 6 mostra que um dos principais modos de interação musical acontecem por meio da sincronização do movimento com som, através das interações com dublagem e dança. Ou seja, a interação musical entre movimento corporal e som são as mais recorrentes nos dados analisados. Por outro lado, a categoria “imagem com som” acontece quando os autores dos vídeos sincronizam vídeos com fotografias, ilustrações, imagens ou texto com a métrica musical, com a voz ou gravações de áudios. Os vídeos a seguir ilustram essa sincronização: <https://bit.ly/3NvMq3j>, <https://bit.ly/3nv5B2n>. A interação “indefinido” faz parte desse tipo de sincronização e muitas vezes está relacionado com animações (que não apresentam movimentos corporais), como no exemplo disponível em <https://bit.ly/3y8DPh5>. Os vídeos a seguir ilustram os tipo de interação da sincronização do “movimento com som” e “dublar” <https://bit.ly/3yrVYIi>, “movimento com som” e “dançar” <https://bit.ly/3bzAyQn> e “movimento com som” e “posar” <https://bit.ly/3bvCd9v>.

Figura 6 - Gráfico aluvial demonstrando como os Tipos de Sincronização estão relacionados com os Tipos de Movimento Corporal. As relações entre as faixas representam a proporção com que um tipo de sincronização está relacionado com um tipo de movimento corporal na base de dados analisada.



Fonte: Elaborado pelo autor, 2022.

Na Figura 7, a relação entre “Tipos de Sincronização” e “Tipos de Som” revela que a descrição “movimento com som” está associada com todas as categorias de “Tipo de Som”, e que grande parte dos vídeos desta categoria está relacionada com “trilha sonora”. De maneira geral, todas as outras categorias de “Tipos de Sincronização” utilizaram a música como elemento de sincronização com “trilha sonora”. Os resultados apontam para a relevância da “trilha sonora” enquanto um elemento fundamental nesta amostragem. Isto sugere que a preocupação dos autores dos vídeos está voltada para a criação dos conteúdos, baseados na sincronização dos movimentos corporais e no seu engajamento com a música.

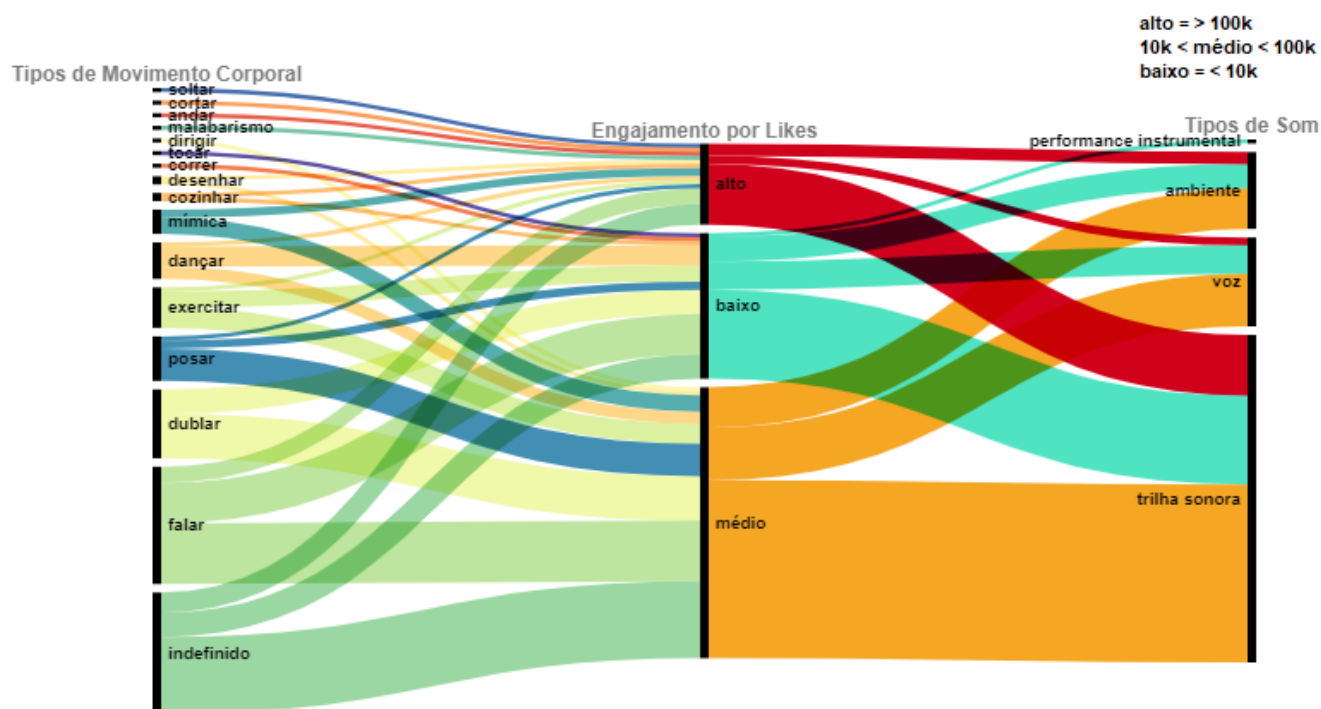
Figura 7 - Gráfico aluvial demonstrando como os Tipos de Sincronização estão relacionados com os Tipos de Som. As relações entre as faixas representam a proporção com que um tipo de sincronização está relacionado com um tipo de movimento corporal na base de dados analisada



Fonte: Elaborado pelo autor, 2022.

A figura 8 representa a relação entre os descritores da categoria dos “Tipos de Movimento Corporal”, “Engajamento por Likes” e “Tipos de Som”. Os dados indicam que vários descritores dos “Tipos de Movimento Corporal” possuem uma alta taxa de engajamento através de “likes”, assim como nos “Tipos de Som”. No entanto, vídeos de ações categorizadas como “indefinido” e “falar” possuem um alto índice de engajamento, assim como “trilha sonora” em relação às outras descrições. Os dados indicam que vídeos curtos apresentam engajamento médio (entre 10k e 100k). Nesta amostragem, a descrição os dados indicam que muitas categorias de vídeos podem ser populares, mas que essa taxa de popularidade está mais relacionada com a categoria de “trilha sonora”. O que está em jogo aqui não são os “Tipos de Som”, os “Tipos de Movimento Corporal” e as suas relações que definem essa popularidade, mas a qualidade do engajamento dos vídeos.

Figura 8 - Gráfico aluvial demonstrando como os Tipos de Movimento Corporal estão relacionados com o Engajamento por Likes e os Tipos de Som. As relações entre as faixas representam a proporção com que um tipo de sincronização está relacionado com um tipo de movimento corporal na base de dados analisada



Fonte: Elaborado pelo autor (2022).

Considerações finais

Este trabalho apresenta uma proposta inicial de organização de conjuntos de categorias para auxiliar a visualização da massiva transformação nos meios de interação musical que ocorre no tempo presente. Descrevemos como as categorias som, movimento corporal e imagem são utilizados nas produções dos vídeos curtos e estimamos a recorrência destas categorias a partir de uma amostragem de vídeos. Desenvolvemos outros dois conjuntos de categorias que apresentam a utilização das ferramentas de produção dos vídeos e também as relações entre sincronização entre os elementos descritos. Os dados sugerem que os produtores de conteúdos buscam a sincronização entre esses elementos, em especial do movimento corporal com o som. Constatamos que as ferramentas de produção auxiliam os autores a desenvolverem as relações entre som, movimento corporal e imagem. Além disso, os dados sugerem que o engajamento por meio dos *likes* (curtidas) está mais relacionado com a descrição “trilha sonora”, o que ressalta a importância da música dentro do complexo intermediário desse contexto.

Esta proposta apresenta um fio condutor inicial para o desenvolvimento de outros estudos. Apresentamos apenas uma das perspectivas possíveis para classificar os modos de interação musical, que podem ser ampliadas ou discutidas em outros contextos e a partir de objetivos. Descrições como “Tipos de Movimento Corporal” podem ser aprimoradas na busca de uma melhor definição das relações entre corpo na perspectiva transmídia, especificando as

ações dos movimentos do corpo humano que se mostram relevantes nesse contexto. É necessário aprimorar as descrições das categorias, focando principalmente nos modelos de movimentos corporais, dada sua importância neste contexto.

Referências

ASLAN, Salman. **TikTok by the Numbers: Stats, Demographics & Fun Facts**. Omnicore, Healthcare Digital Advertising & Marketing Agency, 13 mar. 2022. Disponível em: <https://www.omnicoreagency.com/tiktok-statistics/>. Acesso em: 21 abr. 2022

ANDERSON, K. E. **Getting acquainted with social networks and apps: it is time to talk about TikTok**. Library Hi Tech News, v. 37, n. 4, 1 jan. 2020.

BRESNICK, E. **Intensified Play: Cinematic study of TikTok mobile app**. p. 13, 2019.

CASTRO, G. **Mercado musical e streaming: como ganhar dinheiro com música?** Lado B, 30 mar. 2022. Disponível em: <https://revistaladob.com.br/mercado-musical-streaming-redes-sociais-ganhar-dinheiro-musical/>. Acesso em: 20 abr. 2022.

CHAN, J. **Top Apps Worldwide for August 2021 by Downloads**. Sensor Tower, Store Intelligence, set. 2021. Disponível em: <https://sensortower.com/blog/top-apps-worldwide-august-2021-by-downloads>. Acesso em: 30 jun. 2022.

CORBIN, J.; STRAUSS, A. **Basics of Qualitative Research**. Sage publications, 1990.

COSTA, G. M. M. **As músicas veiculadas pelas mídias entre jovens: consumo, tendências e comportamentos**. 16 jun. 2015. Tese (Doutorado em Educação) – Faculdade de Educação, Universidade Federal de Minas Gerais, Minas Gerais, 2015.

DESMOND, J. C. **Corporalizando a diferença: Questões entre dança e estudos**. Tradução: NOGUEIRA, T. de M. de M.; AMOROSO, R. T. de D. M. *Dança: Revista do Programa de Pós-Graduação em Dança*, v. 2, n. 2, p. 93–120, 2013.

DODGE, C.; JERSE, T. A.; JERSE, T. A. A. **Computer Music: Synthesis, Composition, and Performance**. [S.l.] Schirmer Books, 1997.

ESCODA, A. P.; PULIDO, P. C. *Smartphone y redes sociales para el desarrollo de competencias mediáticas y digitales en niños y adolescentes: Musical.ly*. **Aula abierta**, 2018.

FENG, Y. L.; CHEN, C. C.; WU, S.-M. *Evaluation of Charm Factors of Short Video User Experience using FAHP – A Case Study of Tik Tok APP*. **IOP Conference Series: Materials Science and Engineering**, v. 688, n. 5, p. 055068, nov. 2019.

GASQUE, K. C. G. D. **Teoria fundamentada: nova perspectiva à pesquisa exploratória**. 2007.

HUGHES, J.; LANG, K. R. **If I had a song: The culture of digital community networks and its impact on the music industry**. *International Journal on Media Management*, v. 5, n. 3, p. 180–189, 1 jan. 2003.

IAZZETTA, F. **Música e mediação tecnológica**. São Paulo: Perspectiva, 2006.

KENNEDY, M. **‘If the rise of the TikTok dance and e-girl aesthetic has taught us anything, it’s that teenage girls rule the internet right now’: TikTok celebrity, girls and the Coronavirus crisis**. *European Journal of Cultural Studies*, v. 23, n. 6, p. 1069–1076, 1 dez. 2020.

LEVY, P. **Cibercultura**. Tradução de Carlos. Irineu da Costa. Editora 34 Ltda - São Paulo: Ed. 34, 1999.

MILNER, R. M. **The World Made Meme: Discourse and Identity in Participatory Media**. 31 ago. 2012.

MONTEIRO, J. C. DA S. **TIKTOK COMO NOVO SUPORTE MIDIÁTICO PARA A APRENDIZAGEM CRIATIVA**. *Revista Latino-Americana de Estudos Científicos*, p. 05–20, 13 jul. 2020.

REN, Y.; QI, W.; FAN, M. **The Development of Tik Tok’s Global Market**. Em: 2021 3RD INTERNATIONAL CONFERENCE ON ECONOMIC MANAGEMENT AND CULTURAL INDUSTRY (ICEMCI 2021). Atlantis Press, 15 dez. 2021. Disponível em: <https://www.atlantis-press.com/proceedings/icemci-21/125966281>. Acesso em: 22 mar. 2022.

SERRA, X.; LEMAN, M.; WIDMER, G. **A roadmap for sound and music computing**. The S2S Consortium, 2007.

TOBIAS, E. S. **Inter/Trans/Multi/Cross/New Media(ting): Navigating an Emerging Landscape of Digital Media for Music Education**. Em: **Music Education**. Routledge, 2014.

TSCHMUCK, P. (ED.). **Creativity and Innovation in the Music Industry**. Em: **Creativity and Innovation in the Music Industry**. Dordrecht: Springer Netherlands, 2006. p. 205–230.

VIZCAÍNO-VERDÚ, A.; ABIDIN, C. **Music Challenge Memes on TikTok: Understanding In-Group Storytelling Videos**. *International Journal of Communication*, v. 16, n. 0, p. 26, 14 jan. 2022.

XU, L.; YAN, X.; ZHANG, Z. **Research on the Causes of the “Tik Tok” App Becoming Popular and the Existing Problems**. *Journal of Advanced Management Science*, p. 59–63, 2019.