

# ANIMADANCES E A ESTÉTICA DE FIXAÇÃO EM ANIMAÇÕES INFANTIS NO YOUTUBE

## Animadances and the aesthetics of stickiness on animations for children on *Youtube*

Rebeca Recuero Rebs

Universidade Federal de Pelotas – UFPel

Luiza Chies

Universidade Federal de Pelotas – UFPel

**Resumo:** Busca-se compreender a relação entre os elementos estéticos e compositivos de *Animadances* no *Youtube* com o fator de fixação destas obras no público infantil. Parte-se da noção da hibridização do processo de Animação com a estética da *Mediadance*, como conformadora de *Animadances*. Assim, realizou-se uma observação de *Animadances* infantis e aplicou-se um questionário em responsáveis por crianças, visando compreender a interação do público com as obras a partir da ação de seus elementos compositivos e sua possível ação de fixação no universo infantil. Como resultados, percebeu-se o uso de padrões técnicos e estéticos nestas *Animadances* capazes de propulsionar a sua visualização no ciberespaço.

**Palavras-chave:** Animadance; Fixação; *Youtube*; Mediadance.

**Abstract:** We seek to comprehend the relationship between the aesthetics and compositional elements of *Animadances* on *Youtube* and the stickiness factor in the children's audience. It parts from the notion of hybridization of the Animation process with the aesthetics of *Mediadance*, as a conformer of *Animadances*. An observation of *Animadances* was carried out, as well as a questionnaire directed to parents and guardians in order to understand the children's interaction with the content and its compositional elements as a possible stickiness factor in the chil-

Moringa Artes do Espetáculo, João Pessoa, UFPB, v. 14 n. 1, jan-jun/2023

dren's universe. It was noticed in these Animadances the use of aesthetic and technical patterns which were able to boost their views in cyberspace.

**Keywords:** Animadance; Stickiness Factor; *Youtube*; Media-dance.

Recebido em: 16/05/2022

Aceito em: 11/08/2022

As crianças têm passado cada vez mais tempo em frente às telas, visualizando repetidas vezes produtos audiovisuais nas plataformas de redes sociais, como o *Youtube* (CORRÊA, 2016). Segundo a matéria de Clarissa Orberg (2017) para o “*Think With Google*” (site informacional da empresa *Google*), em 2017, no Brasil, já eram, entre 4 a 11 anos, “[...] 24 milhões de brasileirinhos para quem controles remotos, teclados, comando de voz e telas *touch* não são problema” (ORBERG, 2017), o que remete à naturalidade de interação das crianças da atualidade com as tecnologias da informação e da comunicação. Este dado não apenas indica que crianças estão cada vez mais conectadas, estimuladas pelo contexto social midiático da atualidade (BUCKINGHAM, 2006), como também parece direcionar para a existência de um desejo de consumo destas audiovisualidades que se hospedam nestas plataformas virtuais, fazendo com que as crianças retornem aos vídeos (ou busquem produtos semelhantes).

Entre estas obras audiovisuais, encontramos as Animações, que são apontadas como um dos formatos de vídeos favoritos da primeira infância (CORRÊA, 2016). Dentro das Anima-

ções, encontramos as *Animadances*. Compreendidas aqui como um híbrido, fruto da mistura do processo de Animação com a estética da *Mediadance*<sup>1</sup> (SCHILLER, 2003), estas *Animadances* indicam envolver o público infantil ativamente, que não apenas “responde” aos diálogos propostos, imitando as danças e cantando junto às músicas que estão tocando (HOLZBACH, 2018), como também retornam aos mesmos vídeos por diversas vezes. Um exemplo marcante disso foi o fenômeno global, o vídeo viral “*Baby Shark*”<sup>2</sup>, que gerou diversas paródias, imitações e vídeos respostas de pais gravando seus filhos cantando e dançando juntos.

Estas *Animadances* parecem apresentar características muito peculiares, repetindo certos padrões estéticos que indicam funcionar como um atrativo para a atenção e constante retorno do público infantil à obra. Ou seja, tais conteúdos conseguem “contagiar” o público a partir de elementos que agem como fatores de fixação (GLADWELL, 2009), constituindo-se em verdadeiras epidemias culturais de obras audiovisuais (DAWKINS, 2017).

Assim, o presente trabalho busca compreender a relação entre estes elementos estéticos e compositivos de *Animadances* no *Youtube* com o fator de fixação destas obras no público infantil. Partimos de que estes elementos possuem sua origem nas técnicas e princípios da Animação, bem como de elementos compositivos das *Mediadances*. Para tanto, realizamos uma

1 *Mediadances* são compreendidas como formas de arte que integram tecnologias baseadas em computador com a dança (SCHILLER, 2003).

2 Segundo o site BBC, *Baby Shark* se tornou o vídeo mais visto da história no *Youtube*. A música já foi tocada mais de 9,03 bilhões de vezes na plataforma. Dado disponível em: <https://www.bbc.com/portuguese/geral-54796003>. Acesso em: 12 de ago. 2021.

pesquisa com 50 pais/responsáveis por crianças de zero a 12 anos e uma observação destas obras audiovisuais que trouxeram dados capazes de compreender a produção em massa de conteúdos infantis com padrões estéticos muito semelhantes ou mesmo se apropriar de mecanismos que não apenas consolidam a estética audiovisual destas *Animadances* infantis, como também apontam para a cultura de um consumo padrão artístico e audiovisual na infância conectada.

## 1. *Mediadance* e Animação: *Animadance*

*Mediadance* é compreendida como sendo o processo criativo oriundo da integração da dança com as mídias<sup>3</sup> digitais e eletrônicas, capazes de potencializar suas formas de relações em ambientes virtuais mediados pela internet (SCHILLER, 2003 e PIMENTEL, 2012). Logo, as tecnologias da comunicação e da informação ampliam os sentidos da dança, fazendo com que ela ultrapasse o caráter físico do corpo, do espaço e do tempo (ainda que possa contê-los em seu sentido pela sua representação, simulação ou origem), ganhando, por meio de sua midiatização, novas possibilidades de “dar-se a existir” (SANTANA, 2013).

Esta forma híbrida de dança e mídias<sup>4</sup> tem propriedades que despertam a capacidade de imersão do espectador, que trabalham a hipertextualidade do sentido, favorecem a presença

---

3 Entendida como os meios de comunicação de massa, a mídia não apenas caracteriza essa fusão tecnológica, mas também age sobre as formas de distribuição de informações que passam a abranger uma grande quantidade de pessoas. Porém, mais do que a televisão e o rádio, as mídias englobam lugares que envolvem possibilidades interativas, colaborativas e em rede (MACHADO, 2007).

4 Rosenberg (2012) utiliza o termo *screendance* para definir a forma híbrida da dança com as telas. Compreende-se neste trabalho, então, como sinônimo de *Mediadance*.

ubíqua, a interação e possíveis coautorias de produção da arte digital (BASTOS, 2013). Entretanto, estas propriedades são frutos do uso e domínio da técnica em conjunto com a poética que é proposta pela obra mediada pelas tecnologias. Com isso, ela encontra novas possibilidades compositivas e processos criativos que são características na contemporaneidade (BASTOS, 2013). Por exemplo, a cinedança (híbrido oriundo da linguagem do cinema e da dança) (WOSNIAK, 2006), a videodança (híbrido oriundo da linguagem do vídeo e da dança) (CALDAS, 2009) e a social *dance-media* (híbrido oriundo da linguagem da dança e das mídias sociais) (BENCH, 2010)<sup>5</sup>.

As audiovisualidades, entretanto, vão além da captação de imagens do mundo físico como ocorre em boa parte das *Mediadances*, atuando também na formulação de novas imagens e espaços inéditos, não gravados no mundo físico. Entre estas capacidades e possibilidades criativas, temos o processo de Animação, da “arte do movimento” (LAYBOURNE, 1998).

Entendida como a precursora e base do Cinema, “caracterizando a desmaterialização e permeabilidade dos suportes de produção e hibridização das linguagens cinematográficas” (RIBEIRO, 2019, p. 57), a Animação contempla a criação de imagens em movimento através da manipulação de variadas técnicas (como Animação 2D, Animação 3D e *stop-motion*) que

<sup>5</sup> Partilho da concepção de videodança apontada por Paulo Caldas (2009) como sendo um híbrido oriundo da junção das linguagens da dança e do vídeo. Do mesmo modo, compactuo com os pensamentos de Wosniak (2006) ao tratar o conceito de cinedança a partir da compreensão do gênero cinematográfico, o qual se tem os filmes de dança (como por exemplo, as obras de Maya Deren). Por fim, entendo a *Social Dance-Media* conforme apontada por Harmony Bench (2010), ou seja, produtos artísticos oriundos da hibridização das mídias sociais com a dança, como dança viral, dança *crowdsourcing*, dança flash e, até mesmo, *social network dances* (REBS, 2021).

utilizam a computação gráfica e softwares para o seu desenvolvimento digital (RIBEIRO, 2019). Ela não apenas cria os acontecimentos utilizando estes procedimentos tecnológicos, como também estes acontecimentos ocorrem, pela primeira vez na tela, por meio dela (diferente do cinema *live action*, por exemplo) (BENDAZZI, 2004, p. 03). Tem-se produções audiovisuais que se concretizam de forma virtual, apontando para outros significados de corpos, tempos e espaços.

A partir deste entendimento, da presença das tecnologias audiovisuais da Animação e da dança como formas que se hibridizam para compor uma terceira linguagem, tratamos aqui o entendimento de outra forma de composição da *Mediadance* ou da Animação: a *Animadance*. Ou seja, produções audiovisuais, frutos das tecnologias da informação e da comunicação que contemplam a dança tecnológica e o processo técnico e artístico da Animação. Justamente por esta junção poética, técnica e artística, este formato audiovisual engloba uma complexidade de elementos que têm a sua existência advinda desta homogeneização.

## 2. Elementos Estéticos da Animação e da *Mediadance*

Como abordado anteriormente, pensar as *Animadances* é pensar sobre *Mediadance* e sobre Animação de forma híbrida. A dança, por si só, é composta por elementos essenciais para a sua função que a caracterizam como tal (LABAN, 1978 e HANNA, 2014), seja ela mediada pelas tecnologias ou ocorrendo no espaço físico.

Há a presença de um corpo (seja físico ou virtual, ou mesmo não humano) que se movimenta em um espaço, em um

**Moringa Artes do Espetáculo, João Pessoa, UFPB, v. 14 n. 1, jan-jun/2023**

tempo específico, em diferentes velocidades e ritmos (de acordo com o seu objetivo) e com uma função característica. Logo, o corpo dotado de uma visualidade tem um deslocamento perceptível que o coloca em um ritmo capaz de estabelecer uma sequência de movimentos. Este corpo pode ser compreendido de uma nova maneira devido às transformações oriundas das tecnologias (FIALHO, 2012, p. 7), como ocorre na *Mediadance*. É o corpo que Santaella (2004 e 2007) chama de pós-humano (ou pós-orgânico). Não apenas mudanças físicas, mentais, psíquicas, perceptivas e sensoriais ocorrem, mas a própria forma de significação do que é um corpo é transformada pelas tecnologias. A natureza desta percepção implica em um hibridismo entre as relações de sujeito e tecnologias, e do humano com o inorgânico. Ser alguém ou algo “vivo” não implica mais em ter um corpo físico (ainda que se tenha a associação constante a ele). Este novo “design” de corpo (SPANGHERO, 2003) redefine a proposição de corpo também na dança para a tela (e na *Mediadance*) – para a dança tecnologizada, “corpo é informação” (WOSNIAK, 2013, p. 49).

O corpo na Animação tem ação das tecnologias do audiovisual (assim como na *Mediadance*), não agindo como um corpo consciente – como é no caso da dança feita por um sujeito em um espaço físico –, mas sim como uma representação de um corpo que se dá, de forma consciente, pelo seu criador.

Estes corpos animados ou virtualizados irão compor sujeitos da ação, ou mesmo personagens, dependendo da construção narrativa da obra audiovisual. Eles são os agentes da narrativa e são criados a partir de inúmeras possibilidades esté-

ticas-visuais não limitadas aos traços humanos regulares. Furtado (2015) inclusive traz a percepção do *baby schema* como uma forma de atrair a atenção e a preferência de crianças por relacionar-se ao conceito de fofura, direcionando o comportamento para o cuidado parental. Desse modo, personagens (corpos) da Animação são criados a partir do desenvolvimento de traços de personalidade, formas de movimentação e alterações comportamentais identificadas com o auxílio da liberdade criativa e estética da produção digital 2D e 3D (FURTADO *et al.*, 2015), possíveis graças aos *softwares* que permitem o processo de animar.

Quando mesclado com o processo da Animação, mais características e possibilidades são associadas aos formatos e percepções do corpo animado, como as técnicas de movimentação dos personagens (caminhadas, flexibilidade, antecipação<sup>6</sup>) (WILLIAMS, 2016), a valorização das expressões faciais (caricaturização) (CHEN *et al.*, 2009) e até mesmo o antropomorfismo<sup>7</sup>. Estas técnicas têm a sua base no entendimento da comunicação humana a partir da aplicação de qualidades, características, emoções e motivações do próprio ser humano que aplica em tudo ao seu redor (sejam entes animados ou mesmo abstratos) (MATTOS, 2013).

Entretanto, ainda que mediado pelas tecnologias ou mesmo criado por meio delas, o corpo animado necessita ter um deslocamento virtual que partirá de uma intencionalidade do criador do personagem em fazê-lo se mover. Logo, existe um

6 Antecipação é o nome dado ao movimento preparatório da ação principal, o impulso do pulo ou o aspirar do fôlego antes de dar um grito alto.

7 Antropomorfismo deriva da combinação das palavras gregas “*antrophos*” (humano) e “*morphé*” (forma). É entendido como a atribuição a animais e objetos diversos, com capacidades e feições humanas, falantes e cantantes (MATTOS, 2013).

movimento visual que é planejado e estruturado dentro de uma sequência progressiva desenvolvida em intervalos para agir na mente do espectador, gerando assim, sentido, a partir da ilusão de movimento físico (GRAÇA, 2015). Este movimento é o que vai ditar o ritmo da narrativa (PARRA e PARRA, 1985, p. 65). No caso da *Mediadance*, esta movimentação é entendida como a intencionalidade de dançar, o que, justamente, caracteriza a presença da dança. Fraleigh (1987) já trazia esta percepção da intencionalidade da dança como uma noção consciente de indicar a presença da ação dançar.

Elementos sonoros também podem ditar este ritmo e fazer despertar a intencionalidade de movimento. Eles são capazes de proporcionar uma maior imersão do espectador à obra audiovisual, pois além de transmitirem sensações espaciais com grande precisão, ainda conduzem a interpretação do conjunto audiovisual e organizam a narrativa do fluxo do discurso audiovisual (RODRIGUEZ, 2006). Logo, a sonoridade (tanto da Animação, quanto da *Mediadance*) ambientaliza e pode conduzir o movimento do corpo/personagem.

Parra e Parra (1985) apontam ainda as cores como elementos importantes para se pensar a Animação e demais processos audiovisuais. Segundo os autores, as obras audiovisuais dotadas de cores (diferente das em preto e branco) despertam mais atenção por ficarem mais associadas à realidade do mundo concreto, visto que enxergamos o mundo com diversas tonalidades e contrastes coloridos. Com isso, as cores possuem a capacidade de aumentar a eficiência do processo comunicativo e, conseqüentemente, são utilizadas na maior parte da constru-

ção estética de narrativas animadas e/ou audiovisuais, a fim de influenciar direta e indiretamente os consumidores, pois agem na formação de concepções e sentidos (CARMO, 2020).

Assim, é possível entender que o planejamento da estética e da composição audiovisual de conteúdos é um ponto importante para qualquer processo de produção de Animações e, também, de *Mediadances*, visto que eles irão agir na imersão e na identificação do espectador, estimulando sentimentos (por meio de cores, áudios expressões significativas, etc.). Desse modo, não apenas a obra é fixada, como também pode ser rapidamente reproduzida, disseminada e tornada popular em níveis mundiais.

### 3. *Animadances* infantis e o contexto para a fixação

Após refletirmos sobre os elementos estéticos advindos das Animações e das *Mediadances*, buscamos identificá-los em *Animadances* infantis no *Youtube*, a fim de compreender como estes mecanismos compositivos agem na fixação destas obras assistidas pelas crianças. Esta fixação, no entanto, tem relação direta com a capacidade de direcionamento da atenção dos sujeitos para as obras audiovisuais, fazendo com que elas sejam constantemente revisitadas. É o que aborda Gladwell (2009) ao trabalhar o “fator de fixação”, explicando que ele se caracteriza por ser uma qualidade que algumas ideias comportam, capaz de torná-las contagiantes, fixadas à mente dos sujeitos/espectadores, sendo assim, mantida nas suas memórias, reproduzidas e repassadas.

Buscando compreender como este fenômeno estético acontece, aplicamos um questionário, com perguntas abertas e fechadas, para 50 responsáveis por crianças (de zero a 12 anos). Também realizamos uma observação das obras citadas pelos responsáveis, buscando não apenas identificar os elementos estéticos citados no texto, como encontrar possíveis relações da fala dos responsáveis com o fator de fixação das *Animadances* pelas crianças.

A fixação da ideia (ou produto audiovisual) pode ter fatores que irão favorecer a sua lembrança ou mesmo o seu “contágio” na mente das pessoas. Por exemplo, Gladwell (2009) traz a reflexão acerca do contexto (na qual elas estão inseridas) como um determinante para influenciar indivíduos. Logo, o contexto (seja ele histórico, social, cultural, político, etc.) agirá nas escolhas e/ou mesmo nas visualizações de quais *Animadances* assistir.

É o que verificamos ao observar que 60% dos pais disseram selecionar, determinar e vigiar quais vídeos, no *Youtube*, as crianças poderiam assistir. Desse modo, eles não apenas direcionam o olhar das crianças, como também vão constituindo e delimitando o seu mundo audiovisual.

Além deste dado, foi possível perceber na fala dos respondentes que muitos costumam assistir às *Animadances* junto com as crianças, funcionando como possíveis futuros estimuladores pela busca das obras audiovisuais pelas crianças.

“São meus netos. Adoram vídeos e eu, por tabela, assisto e danço junto com eles”.

“Costumo assistir Galinha Pintadinha junto”.

“É um momento em que interagimos bastante juntos”.

“Gosto de participar das músicas e danças para que este momento seja não só de entreter a criança e sim uma interação da família”.

(Trechos coletados dos questionários aplicados)

Este fato pode favorecer o contexto de repetições provocado pelos próprios pais/responsáveis ao selecionarem sempre os mesmos (ou semelhantes) produtos audiovisuais aos quais aprovam para a visualização da criança, consolidando possíveis formatos virais. Ou seja, ideias, narrativas, performances e estéticas acabam propagando-se entre os realizadores destas *Animadances* como fórmulas de “sucesso” (visto que são as mais assistidas no *Youtube*), constituindo verdadeiros formatos meméticos (DAWKINS, 2017) na concepção das *Animadances*.

É possível perceber, também, que o próprio contexto tecnológico age na fixação destas obras, especialmente pela sociedade vivenciar a experiência das infâncias midiáticas (BUCKINGHAM, 2006), caracterizando uma tríade que envolve as tecnologias, a cultura vigente e as próprias crianças. Neste cenário, além de consumidoras de produtos audiovisuais, as crianças parecem agir como construtoras de percepções dominadas pelo êxtase da celebridade e do imediatismo (PRIMO, 2016), o que aponta para uma construção identitária permeada e influenciada pelas possibilidades, desde cedo, de acesso aos aparatos tecnológicos. É o que percebemos quando verificamos nas respostas que crianças, mesmo antes de um ano (4% das crianças sob responsabilidade dos respondentes da pesquisa), já possuem acesso a dispositivos móveis como celulares e *tablets*.

Desse modo, é importante considerar que ambiente tecnológico e social, ao qual a criança espectadora das *Animadances* está inserida, é composto por uma imersão inevitável, ou seja, o modo com que se comporta, seus gostos e escolhas estarão diretamente associados ao contexto cultural (BROUGÈRE, 2010). Logo, as construções das *Animadances* e seus elementos estéticos utilizados como forma de fixação apontam para modos de ver de um espaço social específico e construído, assim como a presente pesquisa.

#### 4. Elementos estéticos e compositivos de *Animadances* e o fator de fixação

Com base nas referências teóricas apresentadas até então, na observação realizada e nos dados obtidos através dos 50 questionários com perguntas abertas e fechadas, verificamos existir certa presença padronizada de elementos estéticos e compositivos das *Animadances* infantis, que são: (a) *personagens eleitos*, (b) *estética visual animada*, (c) *a narrativa lúdica*, (d) *movimento performático*, (e) *a simplicidade da sonoridade*.

##### a) **Personagem eleitos**

As *Animadances* de canais do Youtube “Galinha Pintadinha”, “Mundo Bitá”, “*Baby Shark*”, “*Cocomelon*”, “*Super Simple Songs*”, músicas da Disney, “*Bob Zoom*” e “*Bumble Nums*” foram apontadas como exemplos de Animações que envolvem música e dança assistidas pelas crianças indiretamente que participaram da pesquisa. Todas estas obras possuem personagens que buscam atrair a atenção da criança, estando associadas ao comportamento parental, ou seja, trazem traços de personali-

dade e modos de comportamento ligados a crianças, conforme trabalhado por Furtado (*et al.*, 2015).



Figura 1: Prints de tela de Animadances observadas e citadas pelos entrevistados.

FONTE: dados adquiridos pelas autoras.

Nas imagens, é possível percebermos a presença de crianças, animais, “monstrinhos” e até mesmo adultos com feições simpáticas, amigáveis, traços simples nas animações que acabam por indicar que tanto protagonistas quanto personagens secundários são pensados e desenvolvidos pela equipe de produção audiovisual com o intuito de atraírem a atenção da criança que está assistindo.

Como resultados dessa possível identificação das crianças com os personagens, percebemos que todos (100%) os responsáveis participantes da pesquisa afirmaram que verificam que os personagens das *Animadances* influenciam seus filhos de algum modo, sendo que 75% consideram suas crianças muito influenciadas.

Este dado fica de acordo com a citação de Sartori, Souza e Kamers que afirmam que:

[...] desenhos animados, que reúnem elementos como imagem, movimento, sons e narrativas, que juntos atraem as crianças pela possibilidade de identificação, criação,

interação, significação, ressignificação etc., integrando-se assim, à cultura infantil. Diante de tantos elementos de sedução e de identificação não é de se estranhar que as crianças também queiram se transformar nos personagens e viver suas incríveis aventuras. [...] as animações trazem elementos comuns em suas narrativas, capazes de nutrir a imaginação infantil ao possibilitar sua identificação com os personagens e histórias e, igualmente, a criação de novas combinações, ampliando seus saberes e suas produções e reproduções culturais. (SARTORI; SOUZA; KAMERS, 2011, p. 3-4)

A importância dessas características para a composição final do personagem é abordada por Carmo (2020, p. 50), quando a autora trata da percepção da criança no processo psicológico de internalização, processo que “[...] ocorre quando o receptor de uma mensagem aceita a posição do emissor endossante em um assunto como sendo sua própria posição”. Essa internalização pode ser atribuída também ao pensamento da criança de identificação pessoal com o personagem e apropriação do universo narrativo do conteúdo às vivências lúdicas do mundo infantil (BROUGÈRE, 2010; SALGADO, PEREIRA e JOBIM E SOUZA, 2006; e SARTORI, SOUZA, KAMERS, 2011).

Logo, esses personagens e sua visualidade parecem agir como direcionadores de comportamentos e, até mesmo, influenciadores do público infantil. Gladwell (2009), inclusive, propõe que existirão sujeitos “eleitos” que serão os responsáveis por distribuir, de forma epidêmica, ideias ou mesmo conteúdos capazes de influenciar e contagiar outras pessoas. Estes “eleitos” se caracterizam por serem pessoas notáveis, normalmente com valores sociais positivos, como a visibilidade, a popularidade,

boa reputação e autoridade no assunto disseminado (RECUE-RO, 2009).

Quando focamos nas *Animadances* observadas no *YouTube*, é possível pensarmos que os “eleitos” serão justamente estes protagonistas animados, que agem como influenciadores a partir de valores ligados à atração e/ou semelhança visual com os receptores de suas mensagens, atuando como sujeitos com opiniões e formas de pensar similares aos receptores infantis ou dotados do mesmo modo de se expressar.

#### b) A estética visual animada

Outro ponto interessante foi o fato de 48% dos responsáveis considerarem a presença de cores e o próprio visual estético da *Animadance* como sendo algo que influencia a criança a assistir às produções audiovisuais. Acerca disso, Carmo (2020, p. 44) afirma que as cores “influenciam diretamente e indiretamente os consumidores, despertando diversas sensações, desempenhando papéis importantes na formação de ideias, opiniões e atitudes [...]” e, quando usados de forma estratégica, podem auxiliar no fator de fixação, pela ideia de que o empacotamento de um produto pode torná-lo ainda mais desejável e atrativo pelo seu público-alvo (CARMO, 2020; GLADWELL, 2009).

Logo, as cores, a iluminação, os traços dos personagens de todas as *Animadances* observadas apontaram carregar este padrão estético de técnicas utilizadas nas Animações infantis. Cores vibrantes, cenários mais simples (dando prioridade para a movimentação do protagonista), altura e formato do corpo dos personagens, vestuário, tons de pele e estilo de cabelo, por exemplo (conforme é possível observar na Figura 1), apontam

**Moringa Artes do Espetáculo, João Pessoa, UFPB, v. 14 n. 1, jan-jun/2023**

ser um desenvolvimento estratégico das equipes de Animação para maior aproveitamento da história/obra e personagem, agindo como um possível lugar de fixação e identificação infantil.

Ainda que a tecnologia atual permita deformar e recriar corpos humanos das mais variadas maneiras a partir de registros filmados, toda a inspiração para essa habilidade vem de décadas de tradição de animação. O musical representa a forma mais fantasiosa de expressão humana – sem esses artifícios de pós-produção – que o cinema pode mostrar. Ainda que filmes de luta e de ação repletos de dublês apresentem gestos e movimentos impossíveis para um ser humano sobreviver no mundo real, eles ainda assim se prendem à necessidade da verossimilhança. Cantar e dançar como livre expressão humana sem motivação aparente em meio a interações cotidianas descolam-se dessa necessidade lógica. Quando exercidos por corpos que não só não existem da forma que são apresentados, como não obedecem às leis da natureza, a liberdade expressiva do gênero musical alcança seu ápice criativo. (SOUZA, 2018, p. 169)

Do mesmo modo, qualidades e características de seres humanos, e mesmo crianças, são atribuídas a animais, objetos e até mesmo potencializadas em personagens que se referem à própria criança. Assim, perceber o “incomum”, como animais falantes e dançantes, parece funcionar como um atrativo às crianças que se deparam com estas *Animadances*. Este dado é percebido quando 34% dos responsáveis associam o motivo dos vídeos terem chamado a atenção das crianças ao fato de existir a possibilidade da fantasia, ou seja, animais e objetos que falam, dançam, cantam e interagem com o público, trazendo consigo um fator de ludicidade e criatividade imaginária à narrativa.

### c) A narrativa lúdica

O elemento lúdico também é apontado como característica da cultura infantil por Salgado, Pereira e Jobim e Souza (2006), sendo capaz de possibilitar não apenas um espaço social aberto para a realização de histórias, brincadeiras e jogos, como também um lugar de desenvolvimento de identidades e construção criativa de conhecimento e valores.

Huizinga (1996) aponta, inclusive, que a ludicidade deve ser compreendida com um caráter livre da participação, ou seja, a criança deve escolher participar da atividade (que não necessita ser apenas jogos, mas também podem ser brincadeiras e atividades prazerosas como, por exemplo, assistir às *Animadances*). Logo, ainda que as *Animadances* citadas possam ser indicadas pelos pais/responsáveis, as crianças assistem às obras por vontade própria.

Nas obras observadas, percebemos certa busca pelo envolvimento da criança com o personagem e o contexto construído pela narrativa lúdica. Personagens sugerem brincadeiras, propõem desafios, convidam a realizar repetições de movimentos/coreografias e narram histórias dentro da lógica e do repertório cultural infantil atual.

“Acho importante que os vídeos que assistam sejam lúdicos e que estimulem a imaginação deles, então escolho sempre algo neste sentido”.

“Os vídeos têm conteúdo mais interessantes, com histórias que eles se identificam. O de 5 anos gosta muito de assistir coral, canta e dança junto, músicas em inglês”.

(Trechos coletados dos questionários aplicados)

45% das crianças observadas pelos responsáveis reproduzem elementos presentes nas *Animadances* através de brincadeiras (imitando, dançando, colocando nomes dos personagens, situações, etc.). Do mesmo modo, 100% dos respondentes afirmaram que a narrativa das histórias nas obras de *Animadances* influenciam (em algum grau) as crianças, sendo que 47 dos 50 responsáveis percebem que a narrativa lúdica age com média a muita importância<sup>8</sup> para a fixação da criança à obra.

Assim, a ludicidade, quando pensada dentro das *Animadances* observadas, pode ser representada e incorporada de diversas formas, sejam elas nas músicas, cores e performances dos personagens que agem como elementos convidativos para a interação, agindo na imersão, na participação da criança e, conseqüentemente, no fator de fixação da obra.

#### d) O estímulo ao movimento performático

Justamente pelas possibilidades provenientes da *Mediadance*, as *Animadances* estimulam o movimento performático (dança) por já contê-lo em sua essência. Este movimento se dá, inicialmente, através da intenção da ação de dançar criada pelo animador, visualizadas não apenas pelos corpos-personagens das Animações, como também através de estímulos para a interação (como sonoros), onde personagens convidam a criança para dançar.

---

<sup>8</sup> Nesta questão, solicitamos que os respondentes classificassem a possível influência da narrativa lúdica que percebiam em suas crianças, contendo as opções “nenhuma importância”, “pouca importância”, “média importância” e “muita importância”.

Este “convite” para a dança ou performance da criança foi relatado por 50 dos 50 responsáveis pelas crianças. Todos (100%) disseram que, de alguma forma, as crianças respondiam ao estímulo de performance das *Animadances*. Ao assistir suas *Animadances* favoritas, 84% das crianças sempre dançavam, 82% sempre cantavam, 68% buscavam repetir os movimentos dos personagens. Estes dados já apontam para uma possível fixação desenvolvida através da dança/movimento performático estimulado pela obra audiovisual.

Outro ponto importante para o elemento estético do movimento performático é o fato das coreografias/danças serem simples, permitindo à criança o desenvolvimento proposto pelo personagem e a satisfação de realizá-lo. É o que observamos no trecho de depoimento de um dos pais, quando ele afirma que “a coreografia e a música têm que ser algo fácil de reproduzir”.

Entretanto, ainda que possuindo uma simplicidade e certa repetição, existe certa complexidade para permitir “com a repetida exposição, níveis cada vez mais profundos de compreensão. Ao mesmo tempo, não pode ser tão complexo a ponto de, logo da primeira vez, deixar a criança frustrada e desviar a sua atenção” (GLADWELL, 2009, p. 95).

#### e) A simplicidade da sonoridade

Todas as *Animadances* observadas constituíam-se em, também, musicais. Muitas delas, inclusive, o personagem em foco “cantava” trechos da música enquanto dançava. Estas músicas, no entanto, se caracterizavam por serem cantigas infantis tradicionais que, muitas vezes, eram repetidas e apropriadas em diferentes *Animadances*.

Carmo (2020) afirma que componentes do áudio (os efeitos sonoros, a música, seu tom, ritmo e melodia) são pensados principalmente com relação à memória e facilidade de reconhecimento pelos espectadores. Logo, as músicas presentes nas *Animadances* observadas apontavam ter um tom, um ritmo e uma melodia que se encaixava no universo da criança, predominando cantigas infantis (como “Brilha, brilha estrelinha”, “O Cravo e a Rosa”, “Ciranda, Cirandinha”, cantigas de São João, “Cabeça, ombro, joelho e pé”, etc.), e que são dotadas de simplicidade melódica e, na composição da letra (repetindo arranjos de notas musicais), apontam componentes essenciais para atrair a atenção das crianças.

Do mesmo modo, efeitos sonoros como sons de animais, sons e vozes de crianças ou mesmo que simulem a presença de adultos, a qual possuem prestígio para elas (como pais e avós, por exemplo), também apontam gerar sentimentos afetivos e de identificação e, assim, despertam o desejo de retorno à *Animadance*.

Como exemplo, apontamos o dado de que 80% dos respondentes afirmaram considerar o ritmo um fator determinante para a fixação da obra nas suas crianças, assim como 100% dos responsáveis trouxeram a informação de que o áudio (e possivelmente a simplicidade da música) age na fixação da *Animadance* nas crianças (ainda que em diferentes intensidades).

Percebemos ainda que as *Animadances* podem trazer as técnicas de sincronia labial da Animação, que vai se caracterizar pela visualização do movimento da boca personagem/corpo da cena em simultaneidade e harmonia com o áudio falado pelo

dublador. Isso justamente quando seus personagens cantam, além de dançar. Há, então, um ritmo musical que além de ditar a cantoria, também dita a narrativa da performance dançante do personagem, trazendo a sensação de um corpo que dança e canta, de um corpo que “pensa” (ou é pensado) e percebido por meio do movimento animado. Esta presença rítmica e sincronizada do som e do visual (performance) apontou cativar, envolver e direcionar a narrativa.

## Considerações finais

O significado da infância na atualidade perpassa por um complexo de fatores sociais, culturais, econômicos, institucionais e midiáticos (BUCKINGHAM, 2006). Todos estes fatores atuam de forma sistêmica e em rede, contribuindo para a concepção do que se entende “ser criança” no mundo contemporâneo. Com o ciberespaço, a “arena” de significações infantis é potencializada e elevada a um patamar global e onipresente.

É importante salientar que esta pesquisa não visa compreender os efeitos destes elementos compositivos das produções audiovisuais infantis nas crianças (compreensão psicológica dos sujeitos), mas sim em identificá-los e analisá-los como possíveis elementos para a desenvoltura do engajamento infantil. Acredita-se ainda que, por meio deste estudo, é possível iniciar uma discussão acerca da criação de um padrão metodológico de engajamento do público para um melhor desenvolvimento durante a produção de conteúdos animados voltados para crianças de zero a seis anos dentro do *Youtube*.

Por ser compreendida também como um formato de Animação Musical e por se amparar, na maior parte das vezes, nas sonoridades e movimentos da dança (podendo ser enquadrada como uma dança para a tela, ou seja, uma *Mediadance*), as *Animadances* apontam para elementos como o corpo-personagem, a intencionalidade da produção da dança, a presença de cores, elementos sonoros, de técnicas da Animação, etc., em sua essência. Logo, se tem uma produção audiovisual que não será apenas uma Animação e nem apenas uma Dança. Serão danças com corpos não orgânicos (ainda que baseadas, muitas vezes, neles) e que reconfiguram um espaço infinito, virtual, ubíquo e real, desenvolvendo-se ritmicamente em um tempo atemporal (característico do ciberespaço), mas que propõe o movimento em sua intencionalidade através do uso das tecnologias digitais audiovisuais.

Desse modo, foi possível perceber a existência do uso de padrões técnicos, compositivos e estéticos nestas *Animadances*, capazes de propulsionar a sua visualização em plataformas de redes sociais, como o *Youtube*. Os elementos observados foram: (a) o personagem eleito (agindo como possível influenciador e sujeito de identificação pela criança), (b) estética visual animada (que comporta técnicas tradicionais da Animação como forma de chamar a atenção e construir personagens e mundos fantasiosos que estimulam a criatividade infantil), (c) a narrativa lúdica (que convida a criança à participação, possibilitando uma maior imersão à obra), (d) o movimento performático (caracterizado pela intencionalidade e convite para a dança), (e) a sim-

plicidade da sonoridade (que não apenas retoma o universo infantil, como também tem a capacidade de torná-la contagiante).

Todos estes elementos estéticos e compositivos das *Ani-madances* apontam atuar como importantes mecanismos de fixação destas obras, fazendo com que elas sejam revisitadas inúmeras vezes ao ponto de torná-las virais ou mesmo constituir “fórmulas” que são repetidas por outros animadores em suas produções.

## REFERÊNCIAS

BASTOS, Dorotea Souza. **Mediadance**: campo expandido entre a dança e as tecnologias digitais. 2013.

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

BENDAZZI, Giannalberto. **Defining Animation** – A proposal. Cópia datil., 2004.

BROUGÈRE, G. **Brinquedo e Cultura** (8ª ed.). São Paulo: Cortez. 2010.

BUCKINGHAM, David. **Crescer na Era das Mídias**: após a morte da infância. Tradução de Gilka Girardello e Isabel Orofino. Florianópolis. 2006.

CALDAS, Paulo. Poéticas do movimento: interfaces. In: **Dança em Foco**. Vol. 4: Dança na tela. Rio de Janeiro: Oi Futuro, 2009.

CARMO, Renata Victoratti do. **Estratégias de persuasão de redes de fast food no Brasil**: proposta para análise dos componentes de propagandas direcionadas a crianças nos canais Youtube. 2020. Tese de Doutorado. Universidade de São Paulo.

**Moringa Artes do Espetáculo, João Pessoa, UFPB, v. 14 n. 1, jan-jun/2023**

CARVALHO, Cíntia; MONTARDO, Sandra Portella. Reputação: monitoramento e métricas. **Para entender o monitoramento de mídias sociais**, 2012.

CHEN W. CHEN, H. YU, E J. J. ZHANG. Example based caricature synthesis. Em Proceedings of Conference on Computer Animation and Social Agents. **CASA09**. CIP Gegevens Koninklijke Bibliotheek. 2009.

CORREA, Luciana. Geração YouTube: um mapeamento sobre o consumo e a produção infantil de vídeos para crianças de zero a 12 anos. **ESPM Media**, 2016.

DAWKINS, Richard. **O gene egoísta**. Editora Companhia das Letras, 2017.

FIALHO, Roberto Basílio. INTERFACES DO CORPO QUE DANÇA COM A IMAGEM EM MOVIMENTO. 2012.

FRALEIGH, Sondra Horton. **Dance and the lived body: A descriptive aesthetics**. University of Pittsburgh Pre, 1987.

FURTADO, Eva Jussara Carvalho; AQUINO, D. V. Baby Schema nos filmes de Animação: análise dos traços neotênicos na representação dos personagens infantis. In: **XXXVIII Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação-Intercom**. 2015.

GLADWELL, Malcolm; RODRIGUES, Talita Macedo. **O ponto da virada: como pequenas coisas podem fazer uma grande diferença**. Sextante, 2009.

GRAÇA, M. E. Articulações de Linguagem em Animação. In Ferreira, V. & Cardoso, A. (eds.). (2015). **I Simpósio—A Fusão das Artes do Cinema**. Coimbra: Caminhos do Cinema Português, pp. 45-56. 2015.

HANNA, Judith Lynne. **Dancing to learn: The brain's cognition, emotion, and movement**. Rowman & Littlefield, 2014.

HOLZBACH, Ariane Diniz. **Para pequenos grandes espectadores**: a produção televisiva brasileira direcionada a crianças pequenas a partir do caso da Galinha Pintadinha. In: E-Com-pós. 2018.

HUIZINGA, J. **Homo ludens**: o jogo como elemento da cultura. 4. ed. São Paulo: Perspectiva, 1996.

LABAN, Rudolf. Domínio do Movimento. (Org.). **Lisa Ullmann. Tradução Anna Maria Barros de Vecchi e Maria Sílvia Mourão Netto**, v. 5, 1978.

LAYBOURNE, K. **The Animation Book**: A Complete Guide to Animated. **EUA: Three Rivers Pr**, 1998.

LEVIN, Thomas Y. O terremoto da representação: composição digital e a estética tensa da imagem heterocrônica. **FATORELLI, Antonio e BRUNO, Fernanda. Limiares da imagem: Tecnologia e estética na cultura contemporânea**. Rio de Janeiro: Mauad, 2006.

MACHADO, Arlindo. **Arte e mídia**. Rio de Janeiro: Jorge Zahar, 2007.

MATTOS, Alexandre Almeida Juruena. Antropomorfismo na cultura da animação. **Programa de Pós-Graduação em Estudos Contemporâneos. Universidade Federal Fluminense. Brasil**. In: <http://www.artes.uff.br/dissertacoes/2013/alexandre-juruena.pdf> Consulta, v. 9, n. 06, p. 2020, 2013.

ORBERG, Clarissa. **Youtube Kids**: um ano de diversão para os pequenos, tranquilidade para os pais e oportunidade para as marcas. **Think With Google**. 2017. Disponível em: <https://www.thinkwithgoogle.com/intl/pt-br/estrategias-de-marketing/video/youtube-kids-um-ano-de-divers%C3%A3o-para-os-pequenos/>. Acesso em: 09 de março de 2021.

PARRA, Nélio; PARRA, Ivone Corrêa da Costa. **Técnicas Audiovisuais de Educação**. São Paulo. Ed. Pioneira. 1985.

PIMENTEL, Ludmila Cecilina Martinez et al. **Que es mismo Mediadance?** Interfaces entre Allegra Fuller Snyder y Gretchen Schiller. 2012.

PRIMO, Alex. Existem celebridades da e na blogosfera? Reputação e renome em blogs. **LÍBERO**, n. 24, p. 107-116, 2016.

REBS, Rebeca Recuero. SOCIAL NETWORK DANCE: Entendendo a Dança em Plataformas de Redes Sociais. **VI Congresso Nacional de Pesquisadores em Dança (ANDA)**. Edição Virtual. 2021.

RECUERO, Raquel. **Redes Sociais na Internet**. Porto Alegre: Ed. Sulina, 2009.

RIBEIRO, Leonardo Freitas. Afinal, o que é isso que é a Animação? **C-Legenda-Revista do Programa de Pós-graduação em Cinema e Audiovisual**, n. 37, p. 57-57, 2019.

RODRIGUEZ, Angel. **A Dimensão Sonora da linguagem audiovisual**. São Paulo. Editora Senac São Paulo. 2006.

ROSENBERG, Douglas. **Screendance: Inscribing the ephemeral image**. Oxford University Press, 2012.

SALGADO, Raquel Gonçalves; PEREIRA, Rita Marisa Ribes; JOBIM E SOUZA, S. Da recepção à produção de mídia: as crianças, a cultura midiática e a educação. **Revista Alceu**, v. 7, n. 13, p. 165-181, 2006.

SANTAELLA, Lúcia. **Corpo e Comunicação: Sintomas da Cultura**. São Paulo: Paulus, 2004.

\_\_\_\_\_. **Pós-humano: por quê?** Revista USP, São Paulo, n. 74, p. 126-137, 2007.

SANTANA, Ivani. **Pequena introdução à dança com mediação tecnológica**. 2013.

SARTORI, Ademilde Silveira; SOUZA, Kamila Regina de; KAMERS, Nelito José. Desenho animado, TV e *Youtube*: reflexões sobre educomunicação e linguagens. **XXXIII Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação – INTERCOM, Recife/PE**. 2011.

SCHILLER, Gretchen. **The Kinesfield**: a study of movement-based interactive and choreographic art. 160p – Tese de Doutorado. England: University of Plymouth, 2003.

SOUZA, Fabiano Pereira. Antropomorfismo musical: a utopia animista no canto e na dança de animais, plantas e objetos cotidianos na produção dos estúdios Disney. **REVISTA LIVRE DE CINEMA, uma leitura digital sem medida (super 8, 16, 35, 70 mm,...)**, v. 5, n. 1, p. 156-170, 2018.

SPANGHERO, Maíra. **A dança dos encéfalos acesos**. São Paulo: Itaú Cultural, 2003.

WILLIAMS, R. **Manual de animação**: manual de métodos, princípios e fórmulas para animadores clássicos, de computadores, de jogos, de stop motion e de internet. Leandro de Mello Guimarães Pinto (trad.). São Paulo, SP: Editora Senac, São Paulo, 2016. Título original: The animators survival kit.

WOSNIAK, Cristiane. **Dança, cinedança, vídeodança, ciberdança**: dança, tecnologia e comunicação. Curitiba: Ed PPG-COM, 2006.

\_\_\_\_\_. Mini@ aturas de um corpo semiótico em ambiente digital: a ciberdança em (na) rede. **Vozes e Diálogo**, v. 12, n. 02, 2013.