

---

## **Circulação da dança contemporânea brasileira em meios digitais: um mapeamento dos vídeos da São Paulo Companhia de Dança no YouTube<sup>1</sup>**

Sofia Franco GUILHERME<sup>2</sup>

Universidade Anhembi Morumbi/ Universidade de São Paulo, São Paulo, SP

### **Resumo**

O presente trabalho investiga como as transformações nas modalidades comunicacionais geram novas formas de circulação de obras culturais, especificamente da dança contemporânea brasileira. Buscamos refletir sobre o circuito midiático em expansão por meio do mapeamento das produções audiovisuais publicadas nas mídias digitais, especificamente no YouTube, pela São Paulo Companhia de Dança e os contextualizamos em uma discussão acerca da cultura audiovisual digital a partir dos conceitos de sociedade em rede (CASTELLS, 2010), cultura audiovisual (RODOWICK, 1995), cultura da conectividade (VAN DJICK, 2013) e cultura da convergência (JENKINS, 2009).

**Palavras-chave:** comunicação; cultura digital; audiovisual; YouTube; dança

### **Introdução**

Um bailarino em cada cômodo, filmados em suas próprias casas ou apartamentos por drones que entram pelas janelas, portões e sacadas, com roupas do cotidiano, como se estivessem no meio de suas rotinas comuns, mas com movimentos coreografados e sincronizados, que continuam com fluidez de um quadro para outro e acompanhados pela música instrumental clássica. Assim é o vídeo da coreografia “Valsa de Apartamento”, do Balé do Teatro Guaíra, publicado no canal oficial do teatro no YouTube<sup>3</sup> e que já soma mais de 7 mil visualizações.

A obra foi abordada por uma reportagem exibida no Jornal Nacional em 13 fevereiro de 2021, a apresentadora Ana Luiza Guimarães introduz a matéria com a seguinte frase: “Uma das companhias de balé mais importantes do país recorreu à tecnologia para unir bailarinos e músicos durante a pandemia”. A necessidade de distanciamento social e a impossibilidade de fazer apresentações em casas de espetáculos com o público presente exigiu que artistas da dança encontrassem novas formas de produzir e divulgar suas criações, e impulsionou o uso das plataformas digitais,

---

<sup>1</sup> Trabalho apresentado no GP Comunicação e Cultura Digital, XXI Encontro dos Grupos de Pesquisas em Comunicação, evento componente do 44º Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação.

<sup>2</sup> Doutoranda no Programa de Pós-Graduação em Meios e Processos Audiovisuais da ECA/USP. Docente dos cursos de Comunicação da Universidade Anhembi Morumbi (UAM). E-mail: [sofia.guilherme@usp.br](mailto:sofia.guilherme@usp.br)

<sup>3</sup> [youtube.com/watch?v=UW1H8Nmqq2k&t=1s](https://www.youtube.com/watch?v=UW1H8Nmqq2k&t=1s)

---

especialmente aquelas com mídia audiovisual, como meio de circulação destas produções culturais.

Outras companhias brasileiras também foram pauta no jornalismo cultural para discutir suas estratégias de adaptação. É o caso da São Paulo Companhia de Dança, destaque na primeira página do caderno Na Quarentena de *O Estado de S. Paulo* em 09 de setembro de 2020 com a estreia de sua temporada completamente digital, gravada com bailarinos presencialmente do palco do Teatro Sérgio Cardoso, sem público na plateia, e exibida ao vivo pelo YouTube.

A reportagem de Júlia Côrrea explica como a obra *Rococo Variations* foi concebida remotamente, com o coreógrafo americano Stephen Shropshire passando as instruções via Zoom. Além da SCPD, o texto, intitulado “Mudança de passo”, também apresenta brevemente o projeto *Dançando Palavras*, do Balé da Cidade, o espetáculo *Pessoa(s)*, do Studio3 Cia. de Dança em parceria com o MASP, a pré-estreia de *432*, da Cia. Jovem Bolshoi Brasil e os minidocumentários sobre o repertório do Grupo Corpo, que contam com trechos das obras interpretados pelos bailarinos de suas próprias casas.

O contexto pandêmico tornou mais evidente as transformações do circuito cultural da dança, que passa a incluir as mídias digitais. No entanto, a presença das companhias profissionais nas plataformas digitais não é uma exclusividade deste momento. Nos últimos anos já podíamos perceber que a produção audiovisual para meios de comunicação digitais e plataformas de redes sociais pelas companhias de dança apontavam para a construção de um circuito midiático em expansão e nos instigou a pensar como as transformações nas modalidades comunicacionais geram novas formas de produção, circulação e consumo de obras culturais, especificamente da dança contemporânea brasileira.

Desde 2016 observamos no cenário cultural a diminuição dos patrocínios e iniciativas institucionais de apoio aos criadores de dança no Brasil. Vemos nas páginas de mídias sociais do Grupo Corpo cada vez mais pedidos de apoio do público cativo de suas apresentações, através do projeto “Amigos do Corpo”<sup>4</sup> que arrecada contribuições voluntárias de pessoas físicas e jurídicas, bem como a companhia Deborah Colker, por meio da iniciativa “Entre em Cena” que visa “impulsionar nossos espetáculos, estimular o mercado da economia criativa – que corresponde a 2,64% do PIB e é responsável por

---

<sup>4</sup> <https://amigosdocorpo.com.br/>

---

4,9 milhões de postos de trabalho no Brasil – e manter a cultura brasileira em movimento”<sup>5</sup>.

A análise dos modos de produção e sobrevivência de companhias, grupos e coletivos de dança brasileiros, realizada a partir dos resultados da pesquisa “Mapeamento da dança: diagnóstico da dança em oito capitais de cinco regiões do Brasil” (MATOS E NUSSBAUMER, 2016), constata que a maioria destes se caracteriza como independente, o que implica em relações informais de trabalho, e 32% dos respondentes da categoria afirmam que seus integrantes não têm remuneração. As autoras analisam que estas relações de trabalho apontam para “formas e modos de regulação e objetivação que normalizam a precarização das condições de trabalho e de vida” (MATOS E NUSSBAUMER, 2018, p. 49).

Além disso, Matos e Nussbaumer (2018) problematizam o alcance dos editais e leis de incentivo e a dificuldade de levantar recursos financeiros para a manutenção das companhias, especialmente para grupos de pequeno e médio porte. Grande parte dos produtores de dança no país dependem de investimentos próprios para sobreviver no mercado.

Verifica-se que a maioria das grupalidades investe recursos próprios tanto na circulação como nas montagens, cujo percentual continua superior a outros tipos de recursos, mesmo quando agregamos algumas tipologias similares como doações e permutas, sendo que a presença de recursos públicos ainda é consideravelmente modesta. (MATOS E NUSSBAUMER, 2018, p. 50)

Uma maneira encontrada por artistas de diferentes áreas para se manterem relevantes e visíveis no mercado cultural e utilizar estratégias de marketing para atrair patrocinadores, apoiadores e público. Gisele Nussbaumer (2008) avalia que esta atitude permite a produção e divulgação de obras sem implicar em um posicionamento acrítico e, apesar de poder despertar críticas de outros integrantes do campo cultural, é possível encontrar as “brechas” do mercado e fazer a crítica deste. Segundo a autora, “quando o artista passa a ser um agente ativo no processo de negociação do investimento em cultura, passa também a ter melhores condições de resistir às concessões impostas pelo setor economicamente dominante” (NUSSBAUMER, 2008, p.210).

Levantamos, então, a hipótese que o uso das mídias digitais, como YouTube, redes sociais e até mesmo canais de streaming na internet, para circulação de obras audiovisuais

---

<sup>5</sup> <https://www.ciadeborahcolker.com.br/entre-em-cena>

---

sobre dança pode ser uma maneira eficaz de divulgação e consumo do trabalho dos grupos. Algumas companhias, como o Grupo Corpo e a São Paulo Cia. de Dança, no Brasil, e o Royal Ballet da Inglaterra, já produzem seu próprio material, na forma de vídeos que acompanham os processos de criação dos novos espetáculos, as aulas de balé, disponibilizando trechos de suas obras em canais oficiais no YouTube.

Na conjuntura atual, que aponta cada vez mais para a convergência das mídias, a forma como o público experimenta produtos culturais é afetada. Se torna mais importante, inclusive do ponto de vista comercial, que os produtores de bens culturais ofereçam experiências narrativas expandidas. Este consumo transmidiático de um espetáculo de dança, por exemplo, pode ser feito através das mídias sociais da companhia, que oferece um olhar por trás das coxias para seu público.

Desta forma, a internet se apresenta como terreno fértil para a exploração de produções audiovisuais da dança com um público bastante específico, que tem a oportunidade de encontrar seu espectador alvo nas plataformas digitais. Ao explorar os mecanismos de montagem e edição audiovisual para evocar e reconstruir os espetáculos de dança contemporânea e desvelar o processo de criação destes, o material audiovisual disponibilizado nas mídias digitais não pretende apenas emular a experiência da plateia ao vivo, mas criar uma nova forma de assistir à dança.

Para compreender onde se situa o fenômeno das produções audiovisuais em meios digitais partimos do levantamento dos vídeos publicados no canal oficial da São Paulo Companhia de Dança e os contextualizamos em uma discussão acerca da cultura audiovisual digital.

### **A circulação da dança na cultura audiovisual digital**

A comunicação e a linguagem mediam e determinam a nossa cultura, portanto as transformações culturais e comunicacionais estão interligadas de forma complexa. Em uma nova configuração tecnológica na qual a internet é utilizada para acessar os meios de comunicação, seus usos e linguagens serão modificados, formando um “sistema multimodal e multicanal que integra todas as formas de mídia” (CASTELLS, 2010, p.xi) e combina as modalidades oral, escrita e audiovisual em uma linguagem multimidiática composta por sons, imagens e texto. Este novo sistema de comunicação participa, então, de uma nova lógica cultural.

---

A cibercultura, ou cultura digital, está ligada ao movimento de globalização e ao desenvolvimento da comunicação mediada por computadores que se espalhou por múltiplas esferas da vida social: doméstica, do trabalho, da educação e do lazer. Esse ciclo é caracterizado por Santaella como a “cultura do acesso” (2007, p.129) e tem como traço marcante a conectividade contínua, especialmente com o advento da comunicação sem fio. Segundo Castells, “as comunidades online estão se desenvolvendo rapidamente não como um mundo virtual, mas como uma virtualidade real integrada a outras formas de interação em uma vida cotidiana cada vez mais híbrida.” (CASTELLS, 2010, p.xiv).

A multimídia é identificada por Castells como ambiente simbólico da cultura digital, em um sistema “caracterizado pela integração de diferentes veículos de comunicação e seu potencial interativo” (Castells, 2010, p.450). O padrão sociocultural multimidiático que tomou forma apresenta segmentação e diferenciação dos usuários, não apenas por parte dos produtores de mensagens, mas também do próprio receptor ao explorar as capacidades interativas dos meios de comunicação e selecionar conteúdo de acordo com seus interesses pessoais. Um exemplo disso é a criação de comunidades virtuais, como as que se constituem pelo público e pelos produtores de dança e consomem o conteúdo do canal mapeado neste trabalho.

A comunicação de todos os tipos de mensagens em um sistema comum é característica da cultura digital. “O acesso às notícias, educação, espetáculos audiovisuais no mesmo meio, mesmo que a partir de fontes diferentes intensifica a mistura de conteúdos” (CASTELLS, 2010, p.458), assim diferentes formas de comunicação trocam códigos entre si em um ambiente semântico multifacetado.

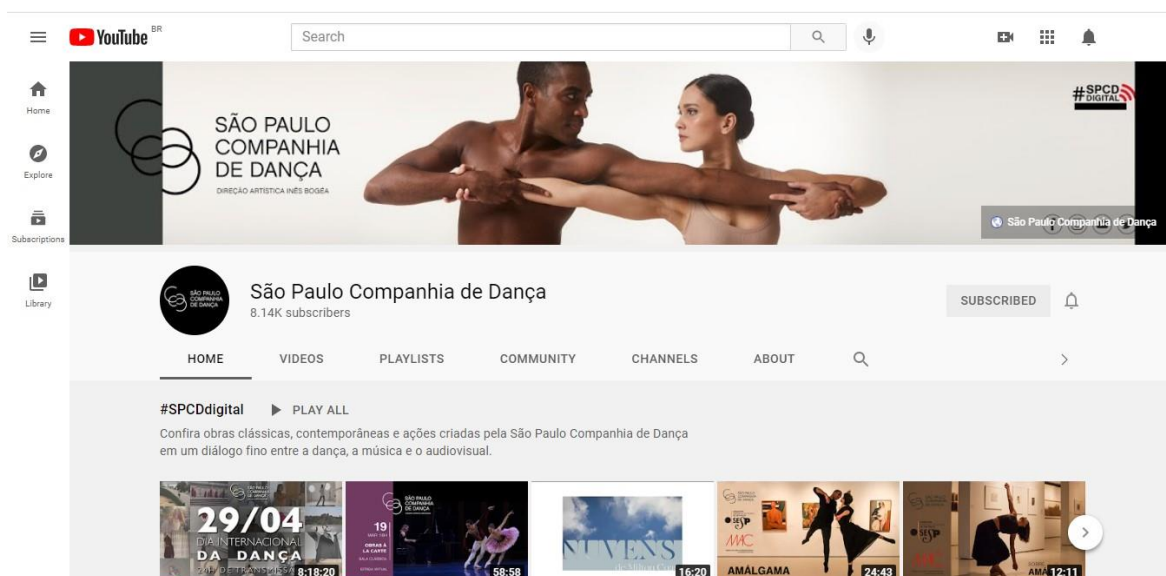
Castells destaca que a multimídia engloba em seu domínio a maioria das expressões culturais. Segundo o autor, esse processo equivale ao “fim da separação e até a distinção entre mídia audiovisual e impressa, cultura popular e cultura erudita, entretenimento e informação, educação e persuasão” (CASTELLS, 2010, p.458). Por isso, entendemos ser relevante compreender como as companhias de dança contemporânea utilizam os espaços digitais para a circulação de suas obras.

A companhia escolhida como objeto para nosso levantamento foi a São Paulo Companhia de Dança. Seu canal oficial no YouTube foi criado em outubro de 2009 e em outubro de 2020 possuía 5.470 inscritos, em agosto de 2021 totalizava 8.140 inscrições (figura 7) e 449,361 visualizações. O canal tem atualização constante e se destacou para

esta pesquisa por ter conseguido realizar uma temporada de espetáculos completamente virtual e ser a primeira companhia brasileira a participar de uma iniciativa internacional chamada World Ballet Day, em 2019 e 2020.

A companhia foi criada em 2008 pelo Governo do Estado de São Paulo e já tinha uma presença constante no Facebook<sup>6</sup>, com página criada em agosto de 2011 onde divulga sua agenda de eventos e reposta matérias publicadas em outras mídias sobre seu trabalho. A SPCD também tem uma relação anterior com produções audiovisuais, pois criou a série de documentários Figuras da Dança, exibida nos canais Arte 1 e Canal Curta!. A série possui 37 episódios sobre personalidades importantes para a história da dança brasileira e continua sendo atualizada, como novos documentários a cada ano.

Figura 7: Página inicial do canal da São Paulo Companhia de Dança



FONTE: Reprodução São Paulo Companhia de Dança/YouTube

No canal oficial da Companhia no YouTube o conteúdo está organizado em playlists de acordo com o tema dos vídeos. Nelas encontramos trailers para os espetáculos que estreiam nos palcos, os documentários Figuras da Dança, bastidores das montagens de coreografias e vinhetas de televisão feitas em parceria com a TV Cultura.

<sup>6</sup> <https://www.facebook.com/spciadedanca>

**Tabela 2: Número de vídeos por playlist no canal da São Paulo Companhia de Dança**

<b>Playlist:</b>	<b>Número de vídeos:</b>
Acessibilidade	12
Conheça o Artista	12
SPCD na Estrada	7
#SPCDdigital	9
Brincar e dançar	20
Figuras da dança	37
Conto do Balé	11
Ação SPCD e BCSP   Corpus – Alma e Esperança	14
Bastidores O Lago dos Cisnes	8
Canal ARTE 1 – Minidocumentários	10
Vinhetas   Parceria TV Cultura e São Paulo Companhia de Dança	5
Bastidores da São Paulo Companhia de Dança   Galeria Produções	7

O YouTube é uma plataforma de compartilhamento de vídeo criada em 2005 e apresentada como uma alternativa à televisão. Uma tecnologia que possibilitava aos seus usuários transmitirem a si mesmos (com o lema “Broadcast yourself”), e que daria mais espaço para conteúdos produzidos por usuários do que aos produzidos profissionalmente. Nesses 15 anos de história, como aponta van Djick (2013), é possível perceber o YouTube se tornou um pleno participante da indústria midiática do entretenimento, não mais uma alternativa à mídia massiva.

A autora aponta como plataforma e sua interface atual são um exemplo do poder da combinação de UGC (User Generated Content), PGC (Professionally Generated Content), com ferramentas de pesquisa e conteúdo publicitário. A mudanças não atingem apenas as mídias digitais. Enquanto o YouTube e seus usuários se adaptaram aos

---

conteúdos profissionais e anúncios personalizados, os telespectadores se acostumaram com as modalidades por demanda e ferramentas de pesquisa em sua experiência de assistir TV. Segundo van Djick (2013, p.128): “A televisão e o compartilhamento de vídeo on-line não se fundiram completamente, nem um substituiu o outro; eles coexistem e se misturam em um espaço de mídia conectiva expandida.”<sup>7</sup>

As imagens televisuais e digitais se tornaram, especialmente no fim do século XX e início do XXI, parte fundamental da cultura e permeiam diversos aspectos da vida cotidiana na contemporaneidade. Rodowick (1995) propõe a cultura audiovisual como uma mudança histórica de paradigma produzida pelo surgimento de novas tecnologias de comunicação digital na sociedade, que promovem a convergência midiática e de formas de transmissão de informação. Esta mudança também é econômica e fomenta a globalização do mercado de produções audiovisuais. Além disso, a linguagem se modifica, pois a manipulação e transmissão digital de signos incentiva a mistura entre visual, verbal e sonoro. Segundo Rodowick (1995, p.2):

a cultura audiovisual descreve uma mudança histórica: o surgimento de uma era distinta impulsionada por inovações na tecnologia de telecomunicações que está promovendo a convergência de mídias e formas de transmissão de dados anteriormente distintas: filme, fotografia, vídeo e imagens de computador, por um lado; telefonia, radiodifusão e cabo do outro.<sup>8</sup>

Mercadologicamente, Rodowick aponta quatro tendências. Primeiramente, a aparição de mercadorias “soft”, ou seja, as commodities que circulam são dados, de informação ou entretenimento, e serviços e facilidades criados pelos produtos, ao invés de objetos físicos manufaturados. A segunda e a terceira são a atomização, ou fragmentação, do espaço do mercado, e a distribuição virtual de mercadorias, em que as relações não dependem mais de fatores geográficos, pois são mediadas tecnologicamente e podem ocorrer, inclusive, no ambiente doméstico.

A aparição e a popularização dos múltiplos serviços de streaming e plataformas digitais de circulação de produtos audiovisuais confirmam a tendência observada por

---

<sup>7</sup> No original: Television and online video-sharing have not completely merged, nor has one replaced the other; they coexist and intermingle in an expanded connective media space

<sup>8</sup> No original: audiovisual culture describes a historical shift: the appearance of a distinct era driven by innovations in telecommunications technology that is promoting the convergence of previously distinct media and forms of data transmission: film, photography, video, and computer imaging on one hand; telephony, broadcasting, and cable on the other. (RODOWICK, 1995, p.2)



Rodowick na década de 1990. Atualmente, a comercialização de cópias físicas, como DVDs ou bluerays, foi substituída em larga escala por cópias digitais, sejam elas compradas individualmente ou obtidas através da assinatura a uma plataforma, como Netflix, Amazon Prime Video, Disney Plus ou Globoplay. O blog TelePadi<sup>9</sup>, da *Folha de S. Paulo*, divulgou que a partir de setembro de 2020 o Grupo Globo uniu todo o seu conteúdo dos canais por assinatura à plataforma Globoplay com transmissão digital que permite acesso em tempo real ou sob demanda sem precisar do intermédio de uma operadora de TV por assinatura. Este serviço registrou uma alta de 145% nas assinaturas durante o período da pandemia no ano de 2020, segundo dados de pesquisa do grupo Consumoteca divulgadas em notícia do *Extra*<sup>10</sup>.

Além disso, o hábito de assistir vídeos distribuídos nessas plataformas, bem como no YouTube ou no Vimeo, em aparelhos pessoais (celulares, tablets e computadores), a qualquer hora e em qualquer lugar tem integrado o ecossistema de consumo audiovisual contemporâneo. Uma pesquisa da Nielsen Brasil em parceria com a Toluna realizada em junho de 2020 indica que 42,8% dos brasileiros entrevistados assistem a conteúdos de streaming todos dias, 43,9% têm essa prática ao menos uma vez por semana e somente 2,5% declaram nunca assistir algo por meio das plataformas digitais<sup>11</sup>. Em uma atualização da pesquisa de setembro do mesmo ano demonstra que a preferência pelas plataformas coloca o Youtube em primeiro lugar para 86% dos brasileiros, em seguida aparecem Netflix, com 77% dos respondentes e Amazon Prime, com 42%.<sup>12</sup>

A última tendência apontada por Rodowick é o desaparecimento do tempo livre, já que o tempo se torna uma mercadoria valiosa e uma importante unidade de medida para o estabelecimento de valores nas trocas comerciais. O comprador paga pelo tempo de uso de um produto ou pelo tempo “criado” ou liberado por um serviço. As transformações nas relações com o tempo e o espaço fazem parte da nova arquitetura social estruturada pela transmissão de informação multimídia.

As mudanças sociais decorrentes da conexão em redes digitais também acarretam novas organizações espaciais e novas percepções temporais. O espaço é um conceito

<sup>9</sup> <https://telepadi.folha.uol.com.br/globo-une-globosat-e-globo-em-pacote-unico-no-digital-esvaziando-tv-paga/#.X00InRO-4FI.twitter>

<sup>10</sup> <https://extra.globo.com/economia/com-pandemia-novos-habitos-2020-se-torna-ano-do-streaming-no-brasil-rv1-1-24660806.html>

<sup>11</sup> <https://mercadoeconsumo.com.br/2020/09/25/consumo-de-streaming-e-habito-diario-para-43-dos-brasileiros-durante-a-pandemia/>

<sup>12</sup> <https://exame.com/negocios/menos-videos-mais-trabalho-veja-como-brasileiros-usam-a-internet-em-2021/>

---

construído com base na experiência humana, e podemos considerá-lo uma forma e prática social. Na concepção de Castells (2010), o espaço é o que “define o quadro temporal das relações sociais” (p. xvii). A partir desta ideia, o autor propõe a distinção entre o “espaço dos lugares” e o “espaço dos fluxos”, onde o primeiro seria o espaço da contiguidade, e o segundo da simultaneidade das práticas e interações sociais, independentemente da localização dos sujeitos envolvidos.

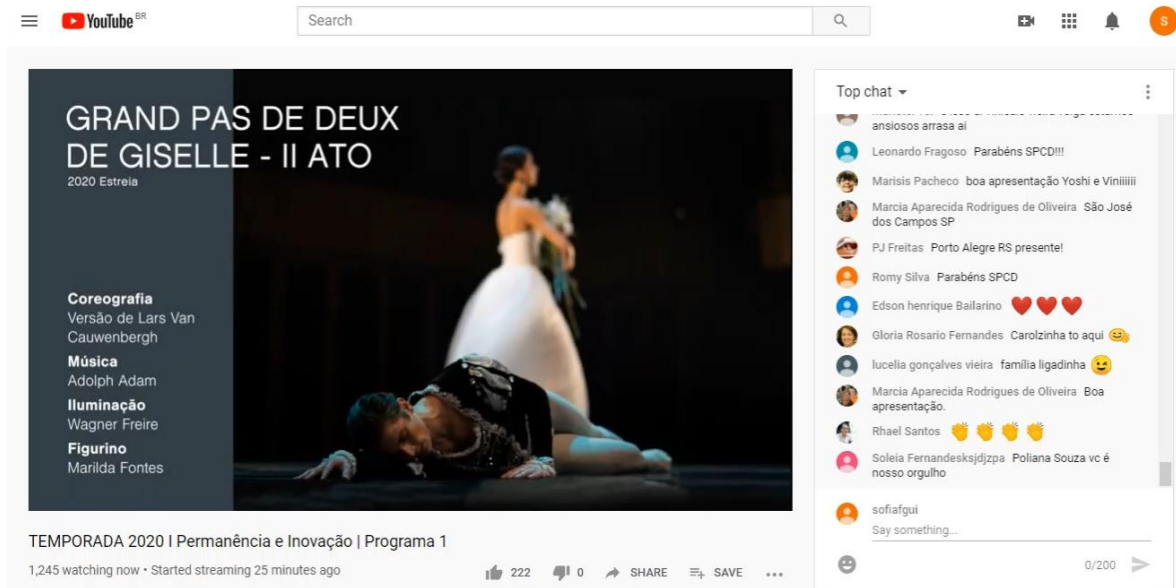
O espaço dos fluxos é, assim, a transformação decorrente das conexões por meio de redes digitais que permitem a produção, transmissão e processamento de fluxos de informação e viabilizam o processo de comunicação à distância com enorme agilidade e facilidade.

A ideia de um espaço fragmentado, com pontos distintos conectados por sua ligação a centros de transmissão de informação e a eliminação da noção de distância física também foram observados por Rodowick (1995) na cultura audiovisual, com o que ele denomina de serialização do espaço social. Na prática, as interações comunicacionais ocorrem em espaços díspares, passam a ser altamente mediadas e assíncronas. Os processos automatizados produzem o desaparecimento do “tato”, uma descorporificação da informação (RODOWICK, 1995, p.6).

Após o início do distanciamento social em 2020, quando a presença física, corporificada do público se tornou uma impossibilidade, a SPCD se adaptou ao momento e criou novos produtos para a plataforma de vídeos como o podcast Contos do Balé, sobre histórias que viraram balés de repertório, e a série Corpus - Alma e Esperança, em que os bailarinos dançam de suas próprias casas e editam um vídeo com estes movimentos. A playlist #SPCDdigital apresenta “obras clássicas e contemporâneas criadas pela São Paulo Companhia de Dança em um diálogo fino entre a dança, a música e o audiovisual” (canal oficial São Paulo Companhia de Dança, online).

Neste período, a companhia disponibilizou gravações de espetáculos anteriores que ficavam no canal por 14 dias e poderiam ser assistidas gratuitamente. Mas o maior destaque foi a adaptação de uma temporada de espetáculos que teria sido presencial para o formato de transmissão ao vivo. Durante três semanas consecutivas no mês de setembro, entre os dias 10 e 24, às quartas havia uma palestra com a diretora Inês Bógea e às quintas um espetáculo de dança em que os bailarinos performavam ao vivo, diretamente do teatro, e o público poderia assistir e comentar pelo YouTube (figura 8).

Figura 8: Transmissão ao vivo da Temporada 2020 da SPCD



FONTE: Reprodução São Paulo Companhia de Dança/YouTube

A SPCD produziu também uma série de oito coreografias com transmissão simultânea devido às comemorações dos 40 anos do Teatro Sérgio Cardoso. O projeto Dança Hoje, presente também na plataforma Cultura em Casa SP, é uma coleção de coreografias contemporâneas criadas especialmente para as telas por coreógrafos convidados e bailarinos da própria companhia.

A companhia participou em outubro de 2020 de sua segunda edição consecutiva do World Ballet Day<sup>13</sup>, uma iniciativa criada em 2014 e coliderada pelo The Royal Ballet, da Inglaterra, Bolshoi, da Rússia, e The Australian Ballet, da Austrália. A ideia do projeto é ser uma celebração global e anual em que cada companhia de dança faz transmissões ao vivo de suas sedes para mostrar ao público um pouco de sua rotina de trabalho, das aulas e dos bastidores de suas produções. A edição de 2020 aconteceu em 29 de outubro e contou com a participação de 37 companhias da Ásia, África, Américas, Europa e Oceania. A SPCD estreou no YouTube nesta data o documentário “Temporada em construção” sobre seu processo criativo.

No canal oficial do YouTube também se encontram três webséries. “Brincar e Dançar”, realizada com apoio do Itaú Cultural, é voltada especialmente para o público

<sup>13</sup> <https://worldballetday.com/>

---

infantil e propõe atividades lúdicas para a experimentação da dança em 20 episódios lançados em duas temporadas, a primeira entre 29 de novembro e 30 de dezembro de 2020 e a segunda entre 15 de maio e 14 de agosto de 2021. “SPCD na estrada” acompanha a turnê da companhia por cidades do estado de São Paulo e anuncia 12 episódios, embora apenas 7 tenham sido publicados até agosto de 2021, cada vídeo traz um trecho de coreografia dançado em um espaço público considerado cartão postal da cidade. A terceira websérie, “Conheça o Artista”, apresenta 11 bailarinos da companhia e foi produzida como parte do Programa de Desenvolvimento das Habilidades Futuras do Artista da Dança (PDHFAD).

Em comemoração ao dia internacional da dança, celebrado em 29 de abril São Paulo Companhia de Dança pediu por meio de suas redes sociais, especialmente no Instagram, que seus seguidores enviassem vídeos curtos dançando para que pudessem produzir um conteúdo especial e no dia da dança realizaram uma transmissão por 24 horas com a compilação deste material recebido, que deu origem a um vídeo de 8 horas reproduzido três vezes ao longo deste período. A versão de oito horas continua disponível no canal do Youtube<sup>14</sup>, com a seguinte descrição: “Mais de 800 pessoas de todas as 5 regiões do país e de 15 países se unem aos bailarinos da São Paulo Companhia de Dança nesta ação especial que comemora o Dia Internacional da Dança 2021 com trilha sonora original de curadoria do compositor André Mehmari.”

No mês de junho de 2021, a companhia produziu uma temporada híbrida, com espetáculos performados ao vivo direto do Teatro Sérgio Cardoso. O público pode comprar ingressos para assistir da plateia, presencialmente, e houve a transmissão gratuita simultânea pelo canal da SPCD no YouTube e pela plataforma Cultura em Casa SP. A permanência de um formato que combina o consumo presencial e online dos espetáculos de dança indica que a circulação por meio das plataformas digitais deve continuar no futuro, o que confirma o cenário da convergência entre as diversas mídias que se instaura também no mercado da arte.

### **Considerações Finais**

A convergência é uma das palavras mais utilizadas para definir as transformações tecnológicas, mercadológicas, culturais e sociais observadas na cultura digital. Jenkins

---

<sup>14</sup> [https://youtu.be/j7H\\_Wsk5\\_LM](https://youtu.be/j7H_Wsk5_LM)

---

(2008, p.29), elege este termo para se referir “ao fluxo de conteúdos através de múltiplas plataformas de mídia, à cooperação entre múltiplos mercados midiáticos e ao comportamento migratório dos públicos dos meios de comunicação”. O autor entende a convergência como uma transformação cultural, não meramente tecnológica, que afeta as formas de produção e consumo dos meios de comunicação.

Com o mapeamento realizado das produções audiovisuais da São Paulo Companhia de Dança publicadas no YouTube percebemos que esta convergência também modificou as relações de produção, circulação e consumo da dança contemporânea brasileira. O canal do grupo apresenta um número crescente de inscritos e visualizações e diversifica os tipos de conteúdo publicados em busca de manter sua audiência cativa e conquistar novos públicos, inclusive aqueles que não tinham antes a possibilidade de acompanhar as obras nos palcos, que eram bastante concentrados no estado de São Paulo.

Além disso, a companhia tem tentado incluir o público nos vídeos, seja por meio do chat ao vivo, onde interagem ao longo das transmissões simultâneas de espetáculos, seja por uma chamada nas redes sociais para o envio de material que foi editado e combinado com conteúdo dos próprios bailarinos profissionais. Esta configuração em que consumidores e produtores podem colaborar é bastante característica do ambiente midiático da cultura digital.

Como observamos, a sobrevivência das companhias de dança no país depende da sua capacidade de formação de públicos e de atração de patrocinadores que apoiem os projetos culturais e artísticos. Na cultura digital, a existência e a visibilidade das produções passam, portanto, a depender de sua participação nos espaços de comunicação digital. Castells (2010, p.461) afirma que o “binário presença/ ausência no sistema multimidiático” define a existência de todo o tipo de mensagem na sociedade digital, e que apenas a presença possibilita a comunicabilidade e socialização, do contrário, as mensagens ficam restritas à individualidade ou às subculturas.

Contudo, o autor deixa claro que uma consequência da inclusão no sistema é a “adaptação a sua lógica, à sua linguagem, aos seus pontos de entrada, a sua classificação e decodificação” (CASTELLS, 2010, p.461). É necessário, assim, defendermos uma rede horizontal e multimodal, ao invés de um sistema centralizado de distribuição multimídia, considerando os possíveis efeitos sociais da monopolização das plataformas de

comunicação digital. A pluralidade da rede aumenta seu potencial transformador, como aponta Castells:

A mídia, mesmo uma mídia tão revolucionária quanto essa, não determina o conteúdo e o efeito de suas mensagens. Mas possibilita diversidade ilimitada e autonomia de produção na maioria dos fluxos de comunicação que constroem significados na cabeça das pessoas (CASTELLS, 2010, p.xvi).

Consideramos, assim, que a presença de produções audiovisuais de companhias de dança no YouTube e a circulação de diversas obras culturais por estas plataformas contribuem para a pluralidade midiática e fazem o circuito cultural da dança se expandir para novos espaços e novos públicos. Destacamos a necessidade de continuidade da investigação de como as modalidades comunicacionais presentes nas mídias digitais implicam em novas relações com o público e formas de consumo de espetáculos de dança mediados por produções audiovisuais das próprias companhias.

### Referências bibliográficas

BALÉ do Teatro Guaíra. *Jornal Nacional*. Rio de Janeiro: Rede Globo, 13 fev. 2021. Programa de TV

CASTELLS, M. **A sociedade em rede**. São Paulo: Paz e Terra, 2010.

CORREA, J. Mudança de passo. **O Estado de S. Paulo**: caderno Na Quarentena, São Paulo, 09 set. 2020.

DIJCK, J. V. **The culture of connectivity**: a critical history of social media. Oxford University, 2013.

GUILHERME, Sofia Franco. **Corpos brasileiros em cena**: a dança contemporânea apresentada pelo jornalismo audiovisual especializado na Série Corpos. 2018. Dissertação (Mestrado em Meios e Processos Audiovisuais) - Escola de Comunicações e Artes, Universidade de São Paulo, São Paulo, 2018. doi:10.11606/D.27.2018.tde-27122018-115215. Acesso em: 07 jun. 2021.

JENKINS, Henry. **Cultura da Convergência**. São Paulo: Aleph, 2008.

MARTINO, L.M.S. **Teorias das mídias digitais**. Linguagens, ambientes e redes. Petrópolis, Vozes: 2014.

MATOS, Lúcia; NUSSBAUMER, Gisele (coord.). **Mapeamento da Dança**: diagnóstico da dança em oito capitais de cinco regiões do Brasil. Salvador: UFBA, 2016.

\_\_\_\_\_. Mapeamento da dança: modos de sobrevivência de grupos, companhias e coletivos. **Boletim Observatório da Diversidade Cultural**, v.80, n.05, p. 44-53, set./out. 2018.

---

NUSSBAUMER, G. M. A cultura do marketing. **Revista FAMECOS**, v. 6, n. 10, p. 203-211, 10 abr. 2008.

RODOWICK, D. N. “Audiovisual Culture and Interdisciplinary Knowledge.” **New Literary History**, vol. 26, no. 1, 1995, pp. 111–121.

SANTAELLA, L. **Linguagens líquidas na era da mobilidade**. São Paulo: Paulus, 2007.

SÃO PAULO COMPANHIA DE DANÇA. Canal oficial no YouTube. Disponível em:  
[https://www.youtube.com/channel/UCF08wniedCvkPSymji6\\_LRA](https://www.youtube.com/channel/UCF08wniedCvkPSymji6_LRA)