

## ASOKA MAKEUP: A SENSIBILIDADE E A POESIA DO APARECER EM REDES SOCIAIS

Pinto, Naiara Moura; Ma.; Universidade Federal da Bahia, nmp.naiara@gmail.com<sup>1</sup>

### RESUMO

Diariamente milhares de vídeos são carregados nas diversas plataformas de compartilhamento online, sendo as mais populares *Youtube*, *Instagram*, *TikTok*; com frequência, alguns desses vídeos extrapolam e são baixados, compartilhados em aplicativos de mensagens, replicados por outros perfis, tornando-se virais; dentre tantos, neste trabalho analisaremos alguns aspectos “trend” Asoka makeup – um tipo de vídeo de transição de maquiagem no estilo de Bollywood com uma música indiana ao fundo que viralizou no início de 2024 na rede social *TikTok*. Articularemos a dimensão artística revelada na relação corpo, imagem e aparência que se conformam na produção e publicação de vídeos como este, dando uma maior ênfase a três vídeos desta trend – o vídeo original segundo os sites de notícias indianos, o vídeo da influenciadora digital goiana Camila Morais, e o vídeo da atriz Juliana Paes<sup>2</sup>. A partir de uma revisão bibliográfica crítica e ampla, sugerimos que as dimensões da arte como construção, conhecimento e expressão conforme Bosi (1999) se constatarem nos processos de produção dos mesmos. Como construção, a arte constitui-se de um conjunto de atos pelo qual se muda a forma, podendo transformar a matéria oferecida pela natureza e cultura, pressupondo ainda o trabalho intelectual e manual para a execução; como conhecimento, a arte está ligada a ideia geral do saber-fazer enquanto um modo de ver culturalmente qualificado do artista para o mundo. A ideia de expressão, finalmente, relaciona-se com a presença de uma forte motivação, uma intencionalidade que se materializa pelo que se forma do fazer do artista. Os processos miméticos de produção desses vídeos fazem parte da construção destes artistas da contemporaneidade, que produziram versões utilizando-se o estilo inicial da música e das transições para acompanhar a evolução da maquiagem ao longo do vídeo. O processo de produção de alguns destes levou horas, conforme alguns sites noticiaram ao tratar do assunto, demandando ainda um saber técnico para lidar com a edição adequando as imagens com o ritmo da música, além do labor produtivo de maquiagem, figurino e encenação corporificados pelos influenciadores. O apelo imagético, alinhado com os movimentos corporais que se dispõem ao ritmo da música, está centrado na mudança dos rostos pela maquiagem e no uso de vestimentas típicas da cultura indiana; o vestir e o aparecer nestes vídeos seguem

<sup>1</sup> Mestra em Comunicação, Doutoranda no Programa Multidisciplinar de Pós-Graduação em Cultura e Sociedade na Universidade Federal da Bahia (UFBA), bolsista pela Fundação de Amparo à Pesquisa do Estado da Bahia (Fapesb), membro do grupo de pesquisa Corpo e Cultura.

<sup>2</sup> Respectivamente: <https://www.tiktok.com/@suwarnadwipa.mua/video/7349925455455325446> ;

<https://www.tiktok.com/@camilapudim/video/7362303997958556933> ; <https://www.tiktok.com/@julianapaesreal/video/7365140398924188933> Acesso em Jun. 2024

conforme Cidreira (2005) enquanto um sistema de significação, que também é instrumento de sedução capaz de agradar e fazer notar, atraindo a atenção para a performance ali presente. Como forma de mídia, essa composição da aparência conecta os influenciadores e suas audiências instigando o prazer de ver e ser visto, marcando uma aparição individual. Enquanto prática cultural, a produção e o consumo desses vídeos extrapolam as barreiras da localidade e permite o intercâmbio cultural global, numa experiência sensível incorporada pelas pessoas que se produzem diante das câmeras e que afetam os milhões de usuários que os assistem, sendo objetos da atenção estética (Galard, 2012), pela qual “a sensibilidade joga complacentemente com as sensações que ela se oferece com facilidade” (Galard, 2012, p.31).

**Palavras-chave:** Asoka makeup; Sensibilidades; Redes sociais.

