

# O APLICATIVO MÓVEL “YOU CAM MAKEUP”

## UMA CÂMERA DE MAQUIAGEM PEDAGOGICAMENTE FÉRTIL

Ana Carolina Sampaio Zdradek\*

Dinah Quesada Beck\*\*

Nos parece possível afirmar que contemporaneamente os/as jovens estão imersos na cibercultura. Diz-se isso por compreendermos os/as jovens em uma faixa geracional mais alargada, não tendo a intenção de reduzir o conceito de juventude em uma categorização etária, como do caso talvez do termo adolescência, que pode ser um pouco prescritivo ao delimitar uma faixa etária para se viver algo entendido como uma etapa. É nesse sentido que buscamos trabalhar com o conceito de juventudes, pois assim como Kehl (2004, p.89), ao dar-se elasticidade ao conceito, podemos considerar que no espaço de tempo entre os 18 e 40 anos, por exemplo, “todos os adultos são jovens”.

As ferramentas, ou ainda, os artefatos culturais das mídias digitais, tais como: a rede social Facebook, Cyworld, Instagram, Youtube, entre outros, oferecem aos/às jovens possibilidades de consumo, juntamente à publicização de si. Em nossa sociedade digital, as imagens que os/as jovens transmitem de si nas redes sociais são marcas constitutivas das suas identidades efêmeras e em constante composição.

Pensando nestes espaços das mídias digitais e alicerçadas nos Estudos Culturais em Educação, sob o viés pós-estruturalista, buscamos trazer problematizações parciais que estão sendo construídas na pesquisa de mestrado em desenvolvimento, intitulada: “Olha o meu post – Juventudes em tempos líquidos: um estudo sobre consumo e artefatos culturais das mídias

---

\*Mestranda do Programa de Pós-Graduação em Educação da Universidade Federal do Rio Grande – FURG

\*\*Professora do Instituto de Educação, da Universidade Federal do Rio Grande – FURG e Doutora em Educação pela Universidade Federal do Rio Grande do Sul – UFRGS

digitais”. A metodologia dessa pesquisa assume a perspectiva pós-crítica de investigação, utilizando os pressupostos da netnografia, os quais pedem “responsabilidade, ética, rigor e acima de tudo criatividade e ousadia (SALES, 2014, p. 130)”. A netnografia consiste em ir ao ambiente virtual viabilizado através dos computadores, smartphones e tablets enquanto pesquisador/a, realizando observações ou até mesmo conversando com os indivíduos dos diferentes perfis disponíveis no ciberespaço. Nesta pesquisa, elencamos quatro artefatos culturais das mídias digitais para atuarem como disparadores de discussão em um grupo com 21 jovens de faixas etárias entre 14 e 36 anos. O “Fala Gurizada” está sendo constituído e viabilizado a partir do aplicativo móvel Whatsapp; os/as participantes foram convidados/as por meio de uma postagem em uma página da rede social Facebook. Como a pesquisa se encontra em andamento, faremos problematizações a respeito da escolha de um dos artefatos e de suas possibilidades pedagógicas, compreendendo este como possível produtor de uma juventude que se mostra desejosa por manipular diferenças relativas ao corpo. Dessa maneira, nos permitimos discorrer também acerca do esmaecimento das fronteiras entre cultura e aprendizagem – compreendendo que, através da virada culturalista, as instâncias pedagógicas não estão mais associadas apenas à escola ou às formas legitimadas de cultura e de educação.

As pedagogias culturais (CAMOZZATO, 2015) situam-se no espaço entre escola, instituições e processos culturais diversos e localizados nos mais diferentes lugares e artefatos existentes neste tempo/ espaço acelerado. Sendo assim, problematizar um artefato cultural que se alastrou vertiginosamente na mídia digital consiste em uma atitude pedagogicamente fértil para a educação. Selecionamos o aplicativo móvel YouCam Makeup para esta análise e buscamos compreender: Como este artefato cultural interpela os investimentos na aparência de milhares de jovens? Ele busca padronizar os corpos em sociedade?

### **Diferenças Neutralizadas**

YouCam Makeup é um aplicativo móvel de embelezamento instantâneo, criado no ano de 2014 que bateu a marca de 100 milhões de downloads. Após 17 meses do seu lançamento, foi considerado o aplicativo de maquiagem número um no mundo. Este aplicativo permite que o/a usuário/a transforme e edite a sua aparência em imagem e movimento por meio da câmera frontal acoplada no celular, costumeiramente utilizada por muitos/as para uma selfie, ou autofotografia. O YouCam Makeup permite que as pessoas coloquem uma maquiagem em

suas fotos e os recursos são variados, tais como batons, sombras, bases, cílios, sobancelha, cabelos, acessórios e até mesmo as unhas. Na tela inicial, os/as usuários/as escolhem se fazem as edições em imagem e movimento real ou se tiram uma selfie e fazem as edições posteriormente. O aplicativo está disponível para os sistemas Android e iOS dos smartphones. No mundo contemporâneo somos consumidores/as de sensações, consumidores/ as de um consumo imaterial, que se expressa em diferentes instâncias. O consumo imaterial funciona e opera através da produção e venda principalmente de sensações, mexe com a emoção e, talvez, até com uma busca por compensação.

Pensa-se sobre a juventude e logo se presta atenção a ela como “um novo mercado” a ser “comodificado” e explorado. “Por meio da força educacional de uma cultura que comercializa todos os aspectos da vida das crianças, usando a internet e várias redes sociais, e novas tecnologias da mídia, como telefones celulares”, as instituições empresariais buscam “imersão os jovens num mundo de consumo em massa, de maneiras mais amplas e diretas que qualquer coisa que possamos ter visto no passado” (BAUMAN, 2014, p. 52) [grifos do autor].

Estas estratégias do mercado imaterial entenderam as particularidades do ser humano e transformam praticamente tudo em possibilidade de lucro. Trabalham sob a ótica de “agir sobre as crenças e sobre os desejos, sobre as vontades e inteligências, ou seja, agir sobre os afetos” (LAZZARATO, 2006, p.32). A cultura da mídia nos traz padrões e tenta reafirmá-los a todo instante. Nesse sentido, é possível dizer que este aplicativo não permite a produção e a proliferação das diferenças das juventudes; ele tenta padronizá-las. Nas imagens editadas com o aplicativo móvel em questão é possível metamorfosear-se, ser outro/a, bem diferente do que se é na frente de um espelho convencional. Enfim, temos presenciado em nosso mundo líquido moderno (BAUMAN, 2014) que os lugares “estão estilhaçados e pulverizados em uma miríade de espaços e artefatos” (CAMOZZATO, 2015, p. 71). Neste preâmbulo emergem algumas possibilidades de interpretar com as pedagogias. Sobre o que Camozzato (2015, p. 515) profere:

É assim que têm emergido, por exemplo, expressões como “pedagogia da mídia”, “pedagogias do corpo”, “pedagogias do consumo”, entre outras, pois se tem percebido que em cada seara da vida e em cada campo de saber há investimentos precisos, minuciosos, bem planejados e repletos de intencionalidades. Todos atuando, a propósito, sobre as pessoas, como pedagogias para ensinar saberes e práticas necessárias aos constantes ajustes às condições desse tempo-espaço preciso [grifos da autora].

Nesse sentido, as pedagogias culturais atuam como intérpretes da nossa cultura, os discursos e as possibilidades para manutenção do corpo jovem ao mesmo tempo em que

subjetivam as juventudes, podendo instaurar e legitimar formas de lidar com elas. O aplicativo mencionado nessa discussão pode reconfigurar a maneira de fotografar; está expresso neste a possibilidade de edição e, com essa situação, podemos compreender como são travados os conflitos que ajustam nossas vidas às circunstâncias propiciadas pela arena cultural e multifacetada.

### **Considerações Finais**

Desejamos expressar neste texto algumas reflexões iniciais acerca do quanto o/a jovem é visto/a como uma terra cultivável para os investimentos estéticos. Lançamos algumas proposições acerca de um poderoso e intrigante artefato cultural da mídia digital, o qual produz e reproduz imagens de jovens e contribui para que cada diferença no corpo de um indivíduo seja neutralizada e entendida como um potencial a ser investido. O aperfeiçoamento da imagem neste aplicativo denota o desejo do mercado capitalista neoliberal de ter uma sociedade desejosa por embelezamento: um embelezamento plástico e muitas vezes irreal. As telas de cristal líquido ocupam espaço na casa, no trabalho, no lazer; modificam as rotinas e os comportamentos de todos/as, cada vez mais cedo, as imagens são rápidas, os estímulos visuais e sonoros são atrativos, a interface captura os/as sujeitos/as. Queremos ter uma imagem padronizada por um aplicativo de maquiagem instantâneo? Deixamos esta reflexão aberta para que estes questionamentos possam pulular em mentes inquiridoras que se dedicam a refletir e problematizar a educação que se dá na e pela cultura.

### **Referências**

BAUMAN, Zygmunt. **Cegueira Moral: a perda da sensibilidade na modernidade líquida**. Rio de Janeiro: Zahar, 2014.

KEHL, Maria Rita. A juventude como sintoma da cultura. In.: NOVAES, Regina; VANNUCHI, Paulo (Orgs). *Juventude e Sociedade: Trabalho, Educação, Cultura e Participação*. São Paulo: Perseu Abramo, 2004.

LAZZARATO, Maurizio. **As revoluções do capitalismo**. Rio de Janeiro: Civilização Brasileira, 2006.

SALES, Shirley Rezende. **Etnografia+netnografia+análise do discurso: articulações metodológicas para pesquisar em Educação**. In.: MEYER, Dagmar Estermann;

PARAÍSO, Marlucy Alves (Orgs). *Metodologias de Pesquisas Pós-Críticas em Educação*. Belo Horizonte, Mazza, 2014.