

**“Sentidos dos rostos no contemporâneo disfórico da série
Euphoria”**

Lidiane Oliveira da Silva

Orientadora: Profa. Dra. Ana Claudia Mei Alves de
Oliveira

SÃO PAULO
2022

RESUMO

O projeto visa compreender a atuação da aceleração digital através da interação estética da tecnologia e o espaço físico. Para isso pretende-se estudar a produção de sentidos nos arranjos estéticos, figuratividade e tematização, utilizando como campo principal da pesquisa o método de análise semiótica de Algirdas Julien Greimas e a sociossemiótica de Eric Landowski, Analisando como objeto a Geração Z que utiliza as redes sociais, a partir da tendência de comportamento “Efeito Euphoria”, reflexo da narrativa da série *streaming* americana Euphoria (HBO, 2019 - presente). Programa qual atingiu expressivo sucesso nas mídias sociais, impactando e inspirando o setor empresarial e comercial, abrindo novas oportunidades para o desenvolvimento de produtos na indústria da beleza e da moda. Como recorte, a pesquisa analisa o vestuário e a maquiagem da primeira temporada na qual objetiva-se compreender a busca estética do jovem nativo digital e sua ressignificação materializada por uso da plástica visual e do sincretismo de linguagens. Como resultado foi identificado que o destinador HBO usa por meio de seu enunciador série *Euphoria* a materialização e figurativização dos efeitos de sentidos compreendidos pela geração Z.

Palavras chaves: Geração Z 1; Tendência 2; Comportamento 3; Moda e Maquiagem 4; Série *Streaming* norte-americana *Euphoria* 5; Semiótica do social 6.

1. Contextualização

As mudanças que surgiram do crescimento da tecnologia não abrangem apenas o mundo virtual, mas afetam diretamente o ser humano em seus aspectos físicos, sociais e afetivos (SANTANA; ZANATA, 2021). No centro desse cenário temos a Geração Z, também chamados como nativos digitais, aderindo a esse tipo de tecnologia como algo configurado em suas rotinas. Palfrey e Gasser (2001) compreende nativos digitais como jovens constantemente conectados, que desfruta de todas as facilidades e possibilidades que a internet oferece.

Sendo a sociabilidade virtual parte da formação da Geração Z usuária de redes sociais digitais (PALFREY; GASSER, 2008) seus comportamentos possuem vivências ainda que *offline*

pautadas pelas frações imagéticas para se mostrar online (FONSECA e col. 2021), de modo que não articule as modulações de sentidos entre o *online* e *off-line*.

Como resultado vemos o sintagma do espaço *offline* híbrido, de forma que costure as fronteiras entre os dois mundos, dando-se a origem em uma linguagem visual cibernética pela sedução do espaço físico a digitalizar-se.

Como referência dessa estética adotada pelos nativos digitais, a série *Euphoria* (HBO, 2019-presente), cujo narrativa visual traz como principal característica o estado de alma da Geração Z em um ambiente misto. Segundo o portal de tendências WGSN (Worth Global Style Network) 2022, a série retrata a geração das redes sociais com autenticidade, empregando um sólido entendimento da cultura jovem da internet e sua dinâmica.

A exibição da série atingiu todas as indústrias, desde beleza e moda até música e mídia social, criando um fenômeno global definido pela revista digital de moda W Magazine (2019), como "o efeito *Euphoria*".

1. Maquiagem

Ao analisar a narrativa da série com a substâncias da Semiótica Discursiva (FIORIN, 2013), observamos como os arranjos estéticos da direção artística reflete com sincretismo o estado de alma das personagens.

A plasticidade se dá com iluminação cromática em tons de azul e fúcsia, que banham as telas. Inspirada em adolescentes reais da Geração Z, a estética de *Euphoria* oferece uma interpretação exagerada das tendências de beleza e maquiagem do dia a dia, seu principal objetivo é dramatizar o estado emocional e o desenvolvimento da personalidade dos personagens ao longo da história.

Figura 2



(Fonte: <https://iamandco.com/blogs/articles/euphoria-makeup-looks-season-one>)

A série inspirou tendências de maquiagem em plataformas sociais como o *TikTok*, onde a hashtag #EuphoriaMakeUp alcançou 1,8 bilhão de visualizações. No Google Trends, as pesquisas Inspiração em maquiagens de Euphoria aumentaram 170% em relação ao ano anterior, Dados de consumo que atesta como o enunciário configura o sentido do fazer parecer por meio da maquiagem.

A série também está incentivando campanhas para principais grifes, tais como Dion Lee e Eckhaus Latta, o “Estilo *Euphoria*” esteve presente nas passarelas de O/I 22/23 através de belezas inspiradas na psicodelia em tons de azul neon e looks brilhantes (Figura 4).

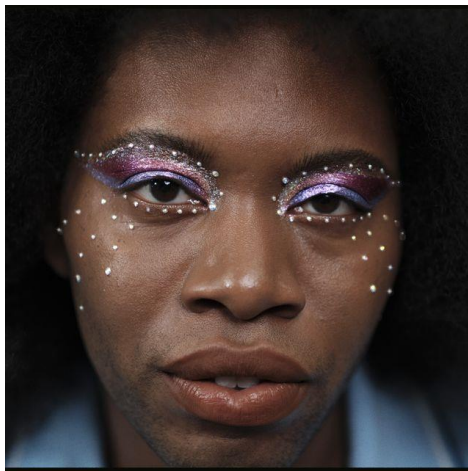
Figura 4



(Fonte: <https://www.wgsn.com/insight/article/93309?show=image.35502861#page3>)

A designer de maquiagem da série Doniella Davy lançou sua própria coleção *prêt-à-porter* onde recria os *looks* mais icônicos da série (figura 5).

Figura 5



(Fonte: <https://www.elle.com/beauty/makeup-skin-care/a40021314/half-magic-doniella-euphoria-makeup/>)

Davy ressalta em entrevista para o canal da HBO (2021) que um dos seus principais estudos de referência é a maquiagem utilizada pela Geração Z nas redes sociais, a maquiadora ainda ressalta: “O *glitter*, característica marcante na beleza da série remete às lágrimas, destacando as emoções através dos olhos”. Ao semiotizar o percurso, o observamos como a profissional utiliza por meio da plasticidade o formante eidético na topologia dos olhos para homologar o conteúdo lágrima (Figura 6).

Figura 6



(Fonte: [https://www.elle.com/beauty/a40021314/half-magic-doniella-davy-euphoria- /](https://www.elle.com/beauty/a40021314/half-magic-doniella-davy-euphoria-/))

Interessante observarmos que o destinador usa como linguagem a materialização estética dos filtros das redes sociais, de forma que leve os actantes a uma história estética que faz parecer digital, construindo um querer-ser e um dever-ser (GREIMAS, 2017), com a sensação de escapismo para um mundo digitalizado e surreal por meio da sinestesia.

Figura 7



<https://fashionjournal.com.au/beauty/dior-makeups-augmented-reality-instagram-filter-turns-you-into-a-festive-beauty-vlogger/>

2. Considerações finais

Tendo em vista o objetivo exposto, o estudo permitiu compreender que por meio da materialização de sentidos, o destinador manipula por meio da sedução a competência estética, resultando em um ajustamento entre o enunciatário e o objeto (LANDOWSKI 2014), visto que os formantes se ajustam no semantismo para articular a dramatização eufórica/dsifórica da série em questão.

O uso da maquiagem define a identidade da Geração Z, por meio da figurativização sincrética de filtros utilizados nas redes sociais, expressando suas singularidades de ação e materialidade nas ambiências criadas da narrativa audiovisual pelo mesmo público.

Referências

FIORIN, José Luiz. **Elementos de análise do discurso**. São Paulo: Contexto, 2002.

FLOCH, J-M. **Alguns conceitos fundamentais em semiótica geral**. Trad. Analice Dutra Pilar. São Paulo: Centro de Pesquisas Sociossemióticas, 2001.

GREIMAS, Algirdas Julien. **Da Imperfeição**. Trad. Ana Claudia de Oliveira. São Paulo: Estação das Letras e Cores e Centro de Pesquisa e Sociossemiótica, 2017.

LANDOWSKI. **Interações Arriscadas**. Trad. Luiza Helena Oliveira da Silva. São Paulo: Estação das Letras e Cores e Centro de Pesquisa e Sociossemiótica, 2014.