



# O valor do corpo na construção da identidade

*The role of the body in the bringing-up of identity*

Marta Cordeiro

Doutoranda em Belas-Artes (Teoria da Imagem), Mestre em Belas-Artes pela Faculdade de Belas-Artes da Universidade de Lisboa e professora no Departamento de Teatro da Escola Superior de Teatro e Cinema do Instituto Politécnico de Lisboa, Lisboa - Portugal, e-mail: muitointeressante@gmail.com

---

## Resumo

A dupla condição do corpo – a qualidade animal, ligada ao funcionamento biológico; e a visibilidade social, ou o corpo como imagem – torna-o objecto primordial na estratégia do mercado de consumo, cujas estratégias se orientam para a preservação da saúde e o melhoramento da aparência. Atualmente, a ideia de identidade como projecto particular, da responsabilidade de cada indivíduo, faz com que o valor de exposição do corpo assegure não apenas a difusão, mas também a própria construção da identidade, situação que gera ansiedade por parte dos indivíduos, livres e simultaneamente desprotegidos pela exaustão dos sistemas interpretativos. A construção da identidade apoia-se nas mensagens divulgadas pelos *media* – especialmente por meio dos estilos de vida propostos pelas designadas “celebridades” – como forma de minorar as ansiedades decorrentes da necessidade de escolha. A equivalência entre identidade e imagem é demonstrável a partir da análise da obra da artista plástica Cindy Sherman, que faz depender a identidade da alteração da aparência.

**Palavras-chave:** Subjectivo. Tecnologia. Cibercultura. Ciberespaço.

## Abstract

*The fact that the body holds a double condition – both as animal, with biological functions; and its social visibility, or the body as an image – makes it a central object for the consumer's market strategy, whose ways are focused upon the health's preservation and the increase of the look. Presently, the thought of identity as an individual project, for which each individual is liable, brings the value of the body's exposure to assure, not only its broadcast, but also the very building of identity, a process that raises anxiety in individuals, free but at the same time abandoned because of the exhaustion of interpretative systems. Bringing identity up calls for support in messages divulged by the media – especially the lifestyles proposed by the so-called "celebrities" – as a way to diminish the anxiety that*

*arises from the need for a choice. The equivalence between identity and image is proven from the analysis made by plastic artist Cindy Sherman, who makes identity depend upon changes in the look.*

**Keywords:** *Body. Identity. Consume. Image.*

## A tecnologia como dimensão da cultura objectiva?

Em *Untitled Film Still # 14* (1978), a artista Cindy Sherman apresenta uma mulher num espaço doméstico e privado, o da intimidade do quarto, refletida num espelho. O espelho mostra a quase totalidade do corpo e, graças à posição da modelo, exhibe a frente e as costas. A visibilidade total do corpo foi uma conquista do fim do século XIX, como mostra a introdução dos espelhos de corpo inteiro no mobiliário das classes burguesas quando, até à data, apenas existiam (e raramente) nos salões, reservando-se para uso privado os pequenos espelhos de rosto. Ainda assim, no século XIX, os grandes espelhos continuam a ser um artigo de luxo que as classes operárias não podem pagar, situação que indica que a função do corpo operário é ser força de trabalho e não objeto de prazer visual (VIGARELLO, 2005). O tamanho e o destino social do espelho acompanham o pensamento acerca do corpo, tornando evidente o que deve ser visto e mantido invisível: os pequenos espelhos de rosto dão atenção à cabeça, lugar das analogias ao Universo esférico e ao olho, espelho das virtudes da alma quando, opostamente, as pernas são mantidas invisíveis por debaixo de saias compridas e volumosas e percebidas como apoios ou meros sustentáculos do corpo.

O que se vê é, na tradição ocidental, o que se exhibe simbolicamente; o que não se vê é o que, por não transmitir qualquer qualidade socialmente valorizável, apenas se conota com a pura materialidade. Essa dualidade é basilar no catolicismo, que, ao conotar o corpo com o mal, promove a sua invisibilidade e experimenta o seu controle a partir da economia da salvação e constante atenção ao pecado, especialmente por meio da repressão de desejos sexuais, apetites e paixões do corpo; opos-

tamente, a face deve espelhar as virtudes da alma, valorizando-se a harmonia e a simetria, o olhar e a brancura do rosto, sinal de temperança e contenção das paixões.

A alternância entre a função “corpo animal” e “corpo simbólico” – aqui entendido como lugar das operações onde, enquanto se constroem, se tornam visíveis os entendimentos sociais, culturais e políticos de determinada época –, manteve-se na Modernidade, quando a ordem católica cedeu espaço à organização racional do mundo, encabeçada pelo Estado. Aqui, a ligação secular entre beleza e Bem, que devia transparecer através do corpo, foi substituída pela necessidade de tornar visível o *status* social e a saúde, condições que passaram a estar relacionadas com o conceito de beleza moderno. A preocupação com a saúde inscreve-se na esperança de ser possível, por meio da aliança entre ciência e tecnologia, dominar os destinos do Homem, evitando a degeneração e a morte, inquietação que se traduz na idealização de um corpo imortal e incorruptível, capaz de prescindir da sua animalidade. Em paralelo com os esforços institucionais, particularmente por meio do dispositivo legal e médico, o indivíduo – agora cidadão – passa a ser responsabilizado pela preservação do seu corpo, sendo sinal dessa preocupação a atenção que se começa a atribuir à dieta, ao exercício físico ou, ainda, à hereditariedade. Michel Foucault (1994) afirma que a burguesia utilizou a preocupação com o corpo como contraponto ao “sangue azul” da nobreza, elegendo o corpo saudável e a sexualidade sã como paradigma e fazendo do corpo um capital simbólico e valor político; simultaneamente, a antropologia criminal aponta o perigo de as sociedades degenerarem e as ideias eugénicas avançarem a hipótese de ser proibida a procriação entre dementes, criminosos e “menos capazes”<sup>1</sup>.

<sup>1</sup> “I think that stern compulsion ought to be exerted to prevent the free propagation of the stock of those who are seriously afflicted by lunacy, feeble-mindedness, habitual criminality, and pauperism, but that is quite different from compulsory marriage. How to restrain ill-omened marriages is a question by itself, whether it should be effected by seclusion, or in other ways yet to be

À medida que a fé moderna no progresso, sustentada no papel regulador das instituições, dá lugar à formação contemporânea, o sujeito passa a ser efetivamente responsável pela construção e pela preservação do corpo. O desenvolvimento da medicina, aliada à tecnologia e à genética, permite alterar o corpo, melhorando-o, e a tendência para considerar o indivíduo responsável pela saúde e *performance* do corpo extrema-se. Na realidade, assiste-se à transferência das esperanças antes ancoradas na alma – o reconhecimento da virtude realizado pelos indivíduos e por Deus e o alcance da vida eterna – para o corpo, sendo esse um dos fatores que amplia o cuidado a ter com esse corpo. A fixação moderna pela medicina e a obsessão de contornar ou evitar a morte continuam a existir na atualidade, sendo agora motivadas e sustentadas pela economia de mercado. Finda a proteção religiosa e estatal, o indivíduo passa a comportar-se como uma entidade privada, tornando-se particulares os anteriores desígnios comunitários, fixados pelo poder eclesiástico ou pelas instituições modernas. Zygmunt Bauman (1995) compara os indivíduos a “microempresas” que investem individualmente nas suas esperanças e definições na tentativa de encontrarem reconhecimento e autopreservação.

A dupla condição do corpo constitui-se como nicho apetecível para o mercado, pois permite fazer do corpo um objeto de consumo capaz de conjugar a necessidade de autopreservação com a de valor de exposição. Nesse caso, a situação contemporânea enfatiza a necessidade de estruturação de uma imagem como forma de construção da identidade dos indivíduos e aposta-se na exibição de imagens paradigmáticas de um corpo apartado da materialidade: as imagens difundidas pelos *media* são exemplo dessa atenção e de um apelo dirigido aos espectadores no sentido da comparação entre a sua aparência e a dos modelos apresentados, dos quais se retiram as marcas de degradação, fluidos orgânicos, secreções ou fragilidades.

## Identities particulares

Ao romper com as sociedades tradicionais, a Modernidade “inventou” o conceito de identidade, aqui entendido como a construção de uma narrativa biográfica com sentido: “Just as community collapses, identity is invented”<sup>2</sup> (YOUNG apud BAUMAN, 2001, p. 151). Se, nas sociedades assentes na tradição, o indivíduo era parte da comunidade, vivendo em comunhão com esta e em estreita ligação e dependência com as forças naturais ou divinas, na Modernidade é-lhe dada a possibilidade de dominar o mundo de acordo com a razão. “We can become what we will”<sup>3</sup> (MIRANDOLA apud BAUMAN, 2001, p. 143). Nesse movimento, foi necessário emancipar o indivíduo da comunidade que lhe conferia sentido, passando este a ter que construir uma identidade baseada nas suas próprias expectativas. A identidade passa a ser entendida como um processo, um projeto de responsabilidade privada que, como os demais campos da ação social, se abre à reflexividade da vida moderna, ou seja, o indivíduo passa a ter que escolher, a cada momento, quem quer ser, adaptando pensamento e ação aos conhecimentos que vão sendo, a cada momento, alvo de reformulação. Nesse caso, a reflexividade remete para a redefinição regular das atividades e modos de atuação dos sujeitos com base nas informações fornecidas por campos de saber de âmbito global, passando os indivíduos a pertencer a dinâmicas sociais implementadas a níveis cada vez mais alargados.

Os sujeitos passam a ter que adotar um “estilo de vida”, definido por Anthony Giddens como “[...] conjunto mais ou menos integrado de práticas que um indivíduo adota não só porque essas práticas satisfazem necessidades utilitárias, mas porque dão forma material a uma narrativa particular de auto-identidade” (GIDDENS, 2001, p. 75). O termo “estilo de vida” não se aplica às culturas pré-modernas porque implica uma escolha individual sobre uma pluralidade de opções, não sendo, por definição, transmitido ou

---

devised that are consistent with a humane and well-informed public opinion. I cannot doubt that our democracy will ultimately refuse consent to that liberty of propagating children which is now allowed to the undesirable classes, but the populace has yet to be taught the true state of these things. A democracy cannot endure unless it be composed of able citizens; therefore it must in self-defence withstand the free introduction of degenerate stock” (GALTON, 1908, p. 331).

<sup>2</sup> “Assim como a comunidade colapsa, a identidade é inventada”.

<sup>3</sup> “Podemos ser o que quisermos”.

herdado, implicando, por isso mesmo, o risco decorrente da escolha. Os contextos tradicionais, porque assentes em sistemas de pertença, proporcionavam a segurança e a confiança necessárias a uma existência livre das ansiedades modernas; a construção reflexiva do futuro implica diretamente o conceito de risco. Se é verdade que o risco sempre esteve presente na vida dos sujeitos e que, pelo menos no mundo ocidental, este nunca esteve tão controlado<sup>4</sup>, o sentimento de ansiedade em relação ao futuro com base na percepção do risco que este contém forjou-se na época moderna. O conceito de risco surge apenas no século XIX (GIDDENS, 2001, p. 103) quando o futuro deixa de ser destino para ser possibilidade, e os sentimentos de confiança, essenciais à manutenção da segurança ontológica, deixam de assentar numa comunidade próxima para passarem a depender de instituições que se tornam cada vez mais abstratas e afastadas dos contextos de atuação dos indivíduos.

A ideia da identidade como projeto adapta-se tanto ao período moderno como à contemporaneidade, mas, na passagem de um momento para o outro, foi dada ao sujeito, em termos concretos, a obrigação da escolha. A Modernidade assentava no caráter institucional dos modos de vida e na categorização dos conhecimentos e ações em termos de esferas diferenciadas e estáveis. Desse modo, a identidade assentava, também ela, nos dois vetores citados, a criação de uma identidade firme e estável definida dentro dos parâmetros preconizados pelas instituições. “O indivíduo devia realizar a sua liberdade e encontrar a autonomia da sua personalidade através da vontade geral encarnada na vontade do Estado” (VAVAKOVA, 1988, p. 109), ou, dito de outra forma, uma vez que a sociedade moderna visava à organização global do mundo, as escolhas dos indivíduos passavam a estar sujeitas às realizadas pelo eixo do Estado que assumia a responsabilidade de “formar/controlar” os cidadãos. Embora em abstrato as escolhas permanecessem em aberto, na prática, o indivíduo encontrava-se limitado pelo poder regulamentador das instituições, pudessem estas ser representadas pela família, pelo chefe ou pelo próprio sistema burocrático desenvolvido pelo Estado totalizador.

A questão contemporânea da “queda das grandes narrativas” (LYOTARD, 1989, p. 24), ou seja,

o fim dos grandes sistemas interpretativos, influencia de modo definitivo o projeto identitário: perder Deus ou perder as ideologias significa deixar, por um lado, de encarar a vida como uma dádiva e passar a encará-la como tarefa; por outro, implica deixar de ter a utopia da felicidade como certeza futura (no Céu ou no Progresso) e passar a ter como objetivo a “qualidade de vida” ou a “realização pessoal”.

Passa-se de um modelo finito, que terminava no Paraíso, seja este o Céu ou o moderno Paraíso na Terra, para um modelo aberto e flexível em que as problemáticas da sobrevivência e da preservação são substituídas pela procura da felicidade. Doravante, a questão é “como ser mais feliz” e, uma vez que é impossível medir o grau de felicidade ou realização, estas permanecem como imagens a perseguir. No que se refere à construção da identidade, passa a fazer todo o sentido manter a abertura e a capacidade de mudança; a liberdade de abraçar novas experiências torna-se fundamental, pois, de outro modo, deixa de ser possível acompanhar o que, no momento, se entende por qualidade de vida, conceito que apenas existe como imagem em permanente reformulação.

## Consumir o corpo

O consumo como atividade nasceu como consequência do aumento da produção, mas significou, também, uma libertação das normas impostas pelas instituições modernas; consumir é uma atividade que permite aos indivíduos escolher e possibilita a construção de identidades sociais que transgridem as barreiras entre classes sociais. Max Weber (apud BOCOCK; THOMPSON, 1992) considera um alargamento do conceito marxista das classes, pois, à determinação das oportunidades que dependem da distribuição desigual do poder económico, Weber alia o conceito de *status*, relacionado com a adoção de um determinado estilo de vida que expresse crenças, desejos e atitudes. A adoção de um estilo de vida está diretamente relacionada com o problema do consumo, pois, se se considerar o consumo como toda a atividade que, ao satisfazer necessidades e desejos, opera por meio do acesso a capitais simbólicos, pode-se justificar a ideia de que o consumo

<sup>4</sup> Pode constatar-se esse facto atendendo ao aumento da esperança média de vida.

permite estabelecer diferenças e aproximar os sujeitos de determinada classe por intermédio do *status*. O consumo é, então, uma atividade em que os indivíduos gozam de alguma autonomia e conseguem criar novas formas de diferenciação que ultrapassam aquelas “herdadas” pela condição económica que os sustenta. O consumo de determinado bem não exterioriza o que um sujeito “é”; a premissa foi invertida: a questão passa a ser “ter para ser”, ou seja, o sujeito consome para se aproximar de um dado modelo.

A análise avançada justifica-se pelo fato de, no mundo ocidental, o consumo ser dirigido a um tipo de produtos que excedem largamente a necessidade de sobrevivência. É quando as designadas necessidades primárias<sup>5</sup> estão satisfeitas que é possível pensar no consumo como aquisição de valores simbólicos que funcionam para o sujeito como capitais ou valores de troca. Baudrillard (1981) fala-nos de um “significado flutuante” que emergiu com a passagem dos regimes feudais para a Modernidade – se as ordens pré-tradicionais assentavam em ligações sólidas entre signos e realidades que remetiam para obrigações recíprocas entre indivíduos, a ordem burguesa desfaz essa rede de obrigatoriedades, emancipando o signo; como consequência, um significado pode surgir ligado a um bem qualquer. No campo do consumo, a arbitrariedade do signo é posta em circulação e a aquisição de bens proporciona ao indivíduo a obtenção de valores de troca por intermédio da manipulação de signos.

Anteriormente, as diferenças entre grupos alicerçavam-se em hereditariedades de sangue ou determinações económicas; na atual formação, em que as fronteiras entre classes estão diluídas, as diferenças são simbólicas, podendo circular entre os sujeitos. O consumo é uma questão de produção de diferenças, e cada indivíduo, ao consumir determinado bem que o aproxima de um modelo, distingue-se dos outros. O aumento da necessidade de diferenciação surge quando a globalização das identidades se verifica, visto que as diferenças reais entre sujeitos e comunidades se esbatem. Por meio do consumo, cada indivíduo pode, por um lado, construir a sua identidade, por outro, encontrar um

lugar num grupo que lhe proporcione os sentimentos de pertença e segurança, essenciais à manutenção de um sentido de identidade. O sujeito, obrigado a escolher para ser livre, mas igualmente desprotegido pelos grandes sistemas interpretativos, encontra nos *media* um alívio ou uma forma de abrandamento para as incertezas e ansiedades decorrentes da escolha; o consumo de modelos surge como promessa de realização pessoal, e como esta é, por definição, incomensurável, o consumo surge como atividade infinita, especialmente influenciada pelos modelos propostos pelas designadas celebridades que, por terem visibilidade, asseguram a divulgação de estilos de vida associados ao sucesso.

### Celebridades *prêt-à-porter*

Na obra *História da beleza*, Umberto Eco tenta imaginar a reação de um visitante do futuro em relação à definição de beleza do século XX. De acordo com o autor, o visitante não conseguiria encontrar uma definição única, capaz de abranger os vários modelos propostos pelos *media*, uma vez que estes “[...] são totalmente democráticos [...]” (ECO, 2004, p. 425), reunindo imagens que vão desde a beleza negra de Naomi Campbell à de Claudia Schiffer, da típica “mulher fatal” à “[...] rapariga água e sabão [...]” (ECO, 2004, p. 427) personificada por Julia Roberts, ou, no caso masculino, do corpo musculado de Rambo (Silvester Stallone) ao charme de George Clooney, passando pelas fantasias ciborgues, como as do filme *Blade Runner* e pela beleza andrógina da moda.

A existência e a promoção de diferentes modelos é visível, parecendo existir um exemplo capaz de responder às aspirações de cada segmento de público. A estratégia dos *media* visa a abranger os vários nichos de mercado, fornecendo modelos que oferecem uma panóplia de possibilidades, tantas quantas as sensibilidades ou papéis desempenhados pelos espectadores. O alargamento do campo de atuação dos *media* intensificou-se a partir dos anos 70, respondendo às aspirações de um público urbano,

<sup>5</sup> Herbert Marcuse, em *One Dimensional Man* (1964), distingue necessidades verdadeiras e necessidades falsas, sendo as primeiras derivadas da interação entre os homens, livres de influências do mercado e as falsas as induzidas pelas estratégias de mercado que sustentam formas de controlo social. Baudrillard critica esse ponto de vista argumentando não ser possível distinguir as necessidades reais das produzidas pela interação social entre sujeitos e meios de comunicação.



jovem e educado, que viveu e participou nas alterações sociais da década de sessenta, alterações essas que viriam a contemplar as reivindicações das minorias (por exemplo, feministas, homossexuais, etnias várias).

No entanto, apesar da democraticidade, existe uma grande distância entre os modelos propostos pelos *media* e o cidadão comum que se prende com o apagamento do defeito: as imagens dos *media* são tratadas por meio de processos tecnológicos onde o defeito é apagado; no entanto, ao chegarem ao consumidor, impõem-se como sendo reais e, como consequência, a fealdade ou a imperfeição deixam de ser entendidas como naturais. O indivíduo torna-se mais consciente do seu corpo, pois é constantemente confrontado com imagens ideais que influenciam, simultaneamente, a construção do corpo e da identidade. Desse ponto de vista, o corpo torna-se objeto fundamental de consumo, tanto mais quanto maiores as alternativas apresentadas para alterar o corpo, melhorando-o. As “estrelas”, as “celebridades”, oferecem as imagens a seguir, que correspondem à integração numa dada elite por meio da adoção de determinado estilo de vida e oferecem, além disso, os caminhos que seguiram até a obtenção do corpo ideal, difundidos nas revistas e demais artigos em que se podem desvendar “os segredos das estrelas”

Como caso extremo, o programa televisivo da MTV *I Want a Famous Face* segue o percurso de 12 jovens que se submetem a cirurgias plásticas com o intuito de alterar o rosto de forma a tornarem-se parecidos com uma figura pública, uma “celebridade”, por eles escolhida. Assim, o espectador tem acesso às imagens do antes e do pós-cirurgia e à avaliação que os participantes fazem do processo e dos resultados. Dois jovens irmãos, Matt e Mike, de 20 anos, do Arizona, pretenderam alterar a sua aparência em função da de Brad Pitt, pois, de acordo com os próprios<sup>6</sup>, a aparência do ator (a perfeição da estrutura maxilar, do queixo, das maçãs do rosto e da estrutura óssea) seria responsável pelo seu sucesso, permitindo-lhe interpretar qualquer tipo de papel em qualquer gênero cinematográfico. Matt e Mike submeteram-se a cirurgias plásticas no nariz, receberam implantes na face e trataram a pele por meio da colocação de uma máscara plástica; Mike recebeu, também, implantes no queixo.

A avaliação que os jovens fizeram do processo permite compreender a importância da aparência do corpo na sociedade contemporânea, sendo a imagem entendida como fator crucial na integração e obtenção de sucesso. Assim, antes da cirurgia, os jovens mostravam-se tristes, descontentes, pouco confiantes e, findo o processo de transformação, utilizam expressões como “I feel like God created”, “I feel I achieved that success!” ou “I am... happy for once”. Um e outro mostram-se muito satisfeitos com os resultados, reconhecendo alterações na personalidade decorrentes das transformações físicas: “The surgery has been life altering, it has given me a new lease on life, and has allowed me to view everything that consist of my life in the present and what I see as future, in a new light”. As alterações físicas tiveram como consequência o aumento significativo dos sentimentos de confiança por parte dos jovens (por exemplo, existiram alterações ao nível da postura corporal, forma de falar) e uma alteração na maneira como passaram a ser aceites pela sociedade em geral e, em particular, pelo sexo feminino. Além disso, a participação no programa televisivo trouxe novas oportunidades de introdução na malha mediática, passando os dois jovens a serem reconhecidos como “celebridades”.

## Cindy Sherman, um caso de estudo

A tónica está, definitivamente, na aparência, e a identidade parece “cumprir-se” nessa imagem. A série *Film Stills* (1977-1980), da artista Cindy Sherman, contabiliza mais de 80 fotografias a preto e branco em que a artista é, simultaneamente, criadora e atriz. As fotografias recriam o ambiente dos filmes de série B dos anos 1950-1960 e parecem ser cristalizações de momentos particulares de narrativas acerca da vida da personagem (da mulher) fotografada, sendo que, invariavelmente, a mulher é caracterizada por meio da recorrência a clichés acerca da identidade feminina.

Betty van Garrel (apud SHERMAN, 1997), a partir da obra *Untitled Film Still # 21*, recria a história da jovem mulher que ocupa o primeiro plano da fotografia. De acordo com a autora, a caracterização da personagem – os adereços e maquilhagem –, bem

<sup>6</sup> Matt e Mike em entrevista à MTV. In: <[www.mtv.com/onair/dyn/i\\_want\\_a\\_famous\\_face-2/flipbooks.jhtml](http://www.mtv.com/onair/dyn/i_want_a_famous_face-2/flipbooks.jhtml)>.

como a expressão perdida da face, lembram uma jovem nascida numa pequena cidade americana que, tendo chegado a uma grande cidade, se sente perdida e procura um emprego num qualquer escritório. O facto de parecer prestes a chorar indica uma desventura amorosa. O pequeno chapéu reforça a imagem de inocência e, simultaneamente, o batom revela uma certa sofisticação e sensualidade. Independentemente das histórias que se podem criar por meio da imagem, há de se admitir ser sempre possível criar uma história assente numa espécie de entendimento comum que se faz a partir das personagens femininas de Sherman. Se isso pode acontecer e se quase todos os espectadores podem admitir as histórias propostas por terceiros, é, exatamente, porque Sherman utiliza imagens estereotipadas acerca da mulher. Ao recorrer ao imaginário do cinema e da televisão, Sherman ativa, no espectador, memórias que são comuns e que, por esse motivo, são imediatamente reconhecíveis. É nesse sentido que Arthur C. Danto (1990, p. 6-7) fala na existência de uma comunidade espiritual e cognitiva em que todos reconhecem determinadas imagens, sendo que essas imagens ativam memórias e atitudes. O que acontece é que os *Stills* de Sherman remetem a filmes e, ao observá-los, o espectador parece recordar-se de películas que viu, há algum tempo, e das quais não guarda mais que uma imagem. No entanto, os *Stills* de Sherman não se referem a nada; são imagens sem referente, ou seja, na acepção de Baudrillard, simulacros. Sherman coloca o espectador numa posição desconfortável quando confunde as suas memórias com os clichés representados por Sherman.

Essa questão, que é a de saber se existe um passado real, inalterável, ou se o passado é uma construção artificial à qual, como nos sonhos, o sujeito atribui um sentido, é central como metáfora para o entendimento da identidade contemporânea. Isso ocorre porque, como proposto, a identidade deixou de ser algo estável para passar a ser um projeto aberto e em constante reformulação, fato que leva à constante alteração das narrativas de autoidentidade.

A esse propósito, os *Stills* de Sherman trazem uma outra contribuição decisiva: a mulher dos *Stills* nasce sempre a partir da transformação da aparência da modelo (nesse caso, a própria Sherman) por intermédio da mudança de figurino, caracterização e das alterações provocadas pelas condicionantes da fotografia (a luz, o grão, a focagem, a impressão).

Da alteração da imagem decorre a da identidade da personagem. O que se conclui é que, por detrás da aparência, não existe qualquer identidade estável; a identidade torna-se um produto da manipulação de códigos sociais que existem (porque só assim se tornam visíveis) por meio da imagem. Para lá do corpo, da sua aparência, não existe qualquer totalidade.

## Considerações finais

Historicamente, assistiu-se à tentativa de controlar o corpo, associando-o ao pecado ou tentando prevenir a doença e a morte. Simultaneamente, o valor de exposição do corpo foi considerado sendo, atualmente, decisivo na construção das narrativas de autoidentidade. Nesse contexto, o mercado faz do corpo um objeto de consumo e dirige a sua retórica a produtos capazes de distinguir os indivíduos, tendo como apoio os modelos difundidos pelas celebridades. Aqui, o caso de Matt e Mike evidencia o peso dos modelos propostos pelas celebridades que, em casos particulares, deixam de ser figuras de alteridade para serem figuras matrizes, aspirando-se a total identificação entre indivíduo e modelo. Existindo a convicção da possibilidade e da necessidade de construção individual de um corpo em harmonia com o “eu” e, ainda, os meios para o fazer (desde a cosmética à cirurgia estética), verifica-se a tendência em seguir modelos cuja credibilidade depende, em larga medida, da difusão mediática.

É por meio da aparência que o indivíduo torna visível a identidade; o sujeito existe porque existe um corpo capaz de responder a uma construção identitária e esse corpo é modelado a partir dos padrões difundidos pelos *media*. “Cada situação tem que se transformar em espetáculo para ser real – quer dizer, interessante – para nós. As próprias pessoas aspiram a transformar-se em imagens: celebridades. A realidade abdicou. Apenas há representações: *media*” (SONTAG, 2003, p. 114).

## Referências

BAUDRILLARD, J. **Para uma crítica da economia política do signo**. Lisboa: Edições 70, 1981.

BAUMAN, Z. **Life in fragments: essays in postmodern morality**. Cambridge: Blackwell, 1995.

BAUMAN, Z. Identity in the globalizing world. In: BAUMAN, Z. **The individualized society**. Cambridge: Polity Press, 2001. p. 140-152.

BOCOCK, R.; THOMPSON, K. **Social and cultural forms of modernity**. Cambridge: Polity Press in Association with the Open University, 1992.

DANTO, A. C. Photography and performance: Cindy Sherman's Stills. In: SHERMAN, C. **Untitled film stills**. New York: Rizzoli, 1990.

ECO, U. **História da beleza**. Algés: Difel, 2004.

FOUCAULT, M. **História da sexualidade I: a vontade de saber**. Lisboa: Relógio d'Água, 1994.

GALTON, F. Race improvement. In: GALTON, F. **Memories of my life**. London: Methuen & Co., 1908. p. 317-318.

GIDDENS, A. **Modernidade e a identidade pessoal**. Tradução de Miguel Vale de Almeida. 2. ed. Oeiras: Celta, 2001.

LYOTARD, J.-F. **A condição pós-moderna**. 2. ed. Lisboa: Gradiva, 1989.

MARCUSE, H. M. **One dimensional man**. Boston: Beacon Press, 1991.

SHERMAN, C. **Baden-Baden**: Staatliche Kunsthalle Baden-Baden. Rotterdam: Museum Boijmans Van Beuningen, 1997.

SHERMAN, C. Untitled Film Still # 14. 1978. Disponível em: <<http://stillesoertchen.info/cindy-sherman-untitled-film-still-14>>. Acesso em: 20 set. 2010.

SONTAG, S. **Olhando o sofrimento dos outros**. Algés: Gótica, 2003.

VAVAKOVA, B. Lógica cultural da pós-modernidade. **Revista de Comunicação e Linguagens – Moderno/Pós-Moderno**, Lisboa, v. 6, n. 7, p. 103-116, 1988.

VIGARELLO, G. **História da beleza**. Lisboa: Teorema, 2005.

Recebido: 16/03/2011

*Received:* 03/16/2011

Aprovado: 05/05/2011

*Approved:* 05/05/2011