

# **METAMORFOSES DA ESTÉTICA DA MERCADORIA: IMPLICAÇÕES DO FETICHISMO PARA AS NEGOCIAÇÕES IDENTITÁRIAS DE MODELOS COMERCIAIS**

**IX Encontro de Pesquisa e Pós-Graduação**

Yuri Marcondes Lisbão, Aluisio Ferreira de Lima

Este trabalho objetiva compreender, na perspectiva da Psicologia Social Crítica, as metamorfoses da estética da mercadoria e as implicações do fetichismo no desenvolvimento e nas negociações identitárias de modelos comerciais femininas brasileiras. A pesquisa gira em torno da seguinte problematização: o trabalho de modelo – uma personagem entre tantas outras que compõe a identidade – muitas vezes acaba sendo experienciado (e reconhecido) como sendo a totalidade da identidade. Uma vez que a modelo se vale de sua aparência e seu corpo como mercadoria, como essas mulheres negociam, cotidianamente, a representação dessa personagem? Essa pesquisa, de caráter qualitativo, circunscrita entre os campos empírico e teórico, tece articulações sobre a dinâmica das relações, interações e negociações identitárias dessas modelos em redes sociais como Facebook e/ou Instagram, e através do método de narrativas de histórias de vida, tenta compreender e responder o problema proposto. Acredita-se que na sociedade capitalista de consumo, tal como é a contemporânea, este tema seja relevante e atual, uma vez que trata de discutir como os efeitos do mercado tem interferido na forma como o processo da identidade tem ocorrido. E embora a profissão de modelo explicita a transformação das pessoas em mercadorias, os processos de fetichização, reificação e as formas (im)possíveis de reconhecimento ali contidas podem ser identificadas em grande parte das profissões que servem ao modo de produção capitalista.

Palavras-chave: Estética da mercadoria. Identidade-metamorfose. Fetichismo.