

## O JOVEM NEONARCISO: CORPO MASCULINO E VAIDADE

Manuela Casali Cordeiro (Centro Universitário Senac)<sup>1</sup>  
Fabrício de Souza Fortunato (Universidade Estadual de Maringá)<sup>2</sup>

**Resumo:** O mundo contemporâneo é marcado pelo individualismo, consumo exacerbado e difusão de padrões de beleza. Os jovens, ansiosos por informação e catalisadores de tudo que captam, são hoje o maior alvo da carga incessante de imagens que dizem a respeito da estética. O presente artigo vem tratar deste assunto, abordando especificamente o jovem do sexo masculino e a forma como pode lidar com a própria corporeidade.

**Palavras-chave:** Corpo, Juventude, Masculino.

**Abstract:** Contemporary world is marked by individualism, exaggerated consumption and beauty standart spread. Young people, anxious about information and catalysts of everything they catch, they are the biggest easy mark of nonstop images burden about esthetics. This paper broaches that subject specifically by the young men perspective, and the way he may deal with his own corporeity.

**Keywords:** Body, Youth, Masculine.

### Introdução

Os homens contemporâneos vêm apresentando uma preocupação maior com a estética e a beleza do que há algumas décadas atrás. Percebe-se o crescimento da indústria de cosméticos para homens, além do fenômeno da proliferação das academias e a procura cada vez mais frequente por interferências cirúrgicas com objetivos estritamente estéticos.

A mídia tem um importante papel na difusão de padrões de beleza, controlando e manipulando o desejo dos indivíduos e oferecendo uma imagem ideal, já que é capaz de fazê-lo de uma forma veloz e eficiente. Na sociedade pós-moderna, os padrões estéticos estão intimamente ligados ao corpo, e esta valorização, segundo Lipovetsky (1989), é um indício da sociedade neoliberal e capitalista, movida pelo consumo e pela busca do prazer individual.

Isto afeta a sociedade como um todo, no entanto, produz seus maiores efeitos nos jovens, já que estão vulneráveis a estes apelos, até mesmo por uma questão de desenvolvimento psíquico, já que esta é uma fase na qual buscam firmar sua identidade, através de referencias. Nesse sentido, Freire (2002) afirma que os jovens deste século, submetidos a esta carga incessante

---

<sup>1</sup> Pós-graduanda do curso de Criação de Imagem e Styling de Moda

<sup>2</sup> Professor e coordenador do curso de graduação em Moda

de imagens plenas de significados, são o alvo dos apelos ao prazer, recebidos e aceitos com passividade.

Levando em conta a predominância do comportamento individualista e hedonista entre os jovens, e o fenômeno da vaidade masculina, o presente trabalho busca caracterizar um perfil de comportamento, que aqui chamamos de neonarcisismo.

### **Juventude: corpo e *psiqué***

O desenvolvimento humano acontece em fases e entre elas está a adolescência. No dicionário Housaiss (2001), palavra “adolescência” é definida como proveniente do latim *adolescere*, que significa crescer, brotar, fazer-se grande.

Este é o estágio compreendido entre a infância e a idade adulta. Não existem limites muito rígidos para definir o início e o término da adolescência, mas, segundo Vieira (2007), costuma-se a estabelecer uma média entre os 12 e 20 anos de idade.

O desenvolvimento humano “se processa em fases alternadas de harmonia e desarmonia, de equilíbrio e desequilíbrio, estabilidade e instabilidade” (DOTTI, 1973, p. 133). Para o autor, são os períodos de desequilíbrio os mais importantes na formação da personalidade.

Ele acredita que a adolescência passa por três fases principais: a pubescência ou pré-adolescência, a adolescência média, e a juventude, também chamada de adolescência maior, que é a fase a ser discutida neste espaço. No caso do sexo masculino, esse período fica compreendido entre os 16 e os 19 anos.

Se nas primeiras fases o homem tinha um corpo ainda em constante mudança, causando desconforto, nesse momento, ele já adquire sua configuração corporal definitiva, com os delineamentos mais rígidos e a virilidade, característicos do homem adulto. Ferreira (1984) destaca que, deste momento em diante, a introversão das fases anteriores se transforma em extroversão, e o indivíduo passa a interpretar e analisar o mundo com mais objetividade. Engaja-se em grupos de amizade mais amplos, fazendo associações ideológicas e políticas. É neste período que o jovem passa a

planejar concretamente os rumos da própria vida, estabelece suas próprias filosofias e hierarquias de valores. O equilíbrio estável é a principal característica dessa fase.

### **O mito de Narciso e o narcisismo na psicanálise**

Na mitologia grega, Narciso era um rapaz de beleza comparável com a dos deuses, que ao olhar seu reflexo em um espelho d'água, apaixonou-se por sua imagem e acabou ali morrendo.

Muitas são as interpretações acerca do mito. Alguns estudiosos consideram que o grande erro do jovem Narciso foi a escolha do objeto de seu amor. Em vez de dirigir sua libido ao objeto, ao outro, ele “retroage a uma atividade endopsíquica” (BRANDÃO, 1999, p. 183). Jung (1982) apud Brandão (1999) afirma que, na concepção subjetiva de Narciso, ele dirigia seu amor para um objeto; a grande tragédia acontece quando obtém a consciência de que está, na verdade, apaixonado por sua própria imagem, cultivando um auto-amor. Sua descoberta o leva ao desespero e, então, à morte, por meio de uma reflexão patológica.

Nesse sentido, o autor fala do instinto de reflexão, onde reflexão é o ato de voltar-se para si mesmo. A libido de Narciso deixava de se direcionar para o objeto para se desviar a uma atividade endopsíquica; a reflexão excluiu a necessidade de novos impulsos. O que Narciso amava era sua própria reflexão, sua própria imagem, e, por isso, era incapaz de abandonar as águas da fonte, o que o autor chamou de incesto intrapsíquico. Partindo de interpretações como esta, a psicanálise busca transferir conceitos e teorias para o estudo do comportamento narcísico no desenvolvimento psíquico humano, de onde parte a definição do neonarcisismo.

### **A sociedade individualista e o neonarcisismo**

O individualismo tem sido citado por muitos autores como um dos principais aspectos da sociedade contemporânea. Segundo Slater (2002), essa importância concedida ao desejo individual é fomentada pelo consumo de massa. O sistema capitalista, movimentado pelo consumo como forma de

escoamento da produção, cria constantemente necessidades no indivíduo, alimentando o hedonismo e o narcisismo (CASTRO, 2007).

Compreende-se o individualismo como uma forte característica da contemporaneidade e esse modelo de sociedade, de acordo com os princípios de Debord (1997) apud Severiano (2001) acerca da sociedade do espetáculo, impõe subjetividades e comportamentos forjados. Nesse sentido, o individualismo difunde-se com mais intensidade entre a juventude, já que os jovens são considerados mais vulneráveis aos seus apelos.

Roche (2007) aponta o consumo, um fenômeno surgido no século XIX, como um dos mecanismos que leva a esse individualismo exacerbado. Para ele, a história do vestuário evidencia os questionamentos sobre o consumo de objetos. A aquisição e propriedade de roupas levam ao entendimento dos mecanismos sociais e revelam o comportamento econômico, além de questionar normas morais e políticas da sociedade. As convenções que determinam o consumo de vestuário, seu uso e sua força demonstrativa evidenciam a ligação entre a cultura material e princípios morais e filosóficos.

Ao mesmo tempo em que a era do consumo de massa leva a comportamentos uniformes entre os indivíduos, também acentua suas singularidades, gerando um maior desejo de ser si mesmo por inteiro. O culto do “eu” hedonista e a definição dos indivíduos por meio de seus desejos são aspectos liberalistas implícitos no consumo de massa, o que Slater (2002) considera funcional para o sistema, mas não para o indivíduo, porque alimenta sua insegurança.

Debord (1997) apud Severiano (2001) debate a sociedade do espetáculo, defendendo que esse conceito compreende a relação entre os indivíduos por meio das imagens – o mundo real se transformou em imagem e ela se tornou um ser real. É por esse motivo que, na sociedade contemporânea, o parecer é que controla a vida social.

Para Roche (2007), a moda representa perfeitamente os mecanismos da cultura das aparências. O autor afirma que o império da moda está apoiado em outros aspectos que enfatizam essa lógica da individualidade – a estetização e a personalização das aparências colocam-se como uma manifestação da preocupação do indivíduo sobre si mesmo.

O indivíduo é o principal valor da sociedade pós-moderna. Se na modernidade esse individualismo era limitado, na contemporaneidade ele sofreu uma hipertrofia e se tornou total, com uma grande valorização das questões subjetivas (SARAIVA, 2005). É neste contexto que surge o narcisismo pós-moderno, simultaneamente à tendência de diminuição da carga emocional investida no espaço público, priorizando o privado. Nesse sentido, Lasch (1983) afirma que a lógica individualista tem sido levada a tal extremo, que este neonarcisismo se tornou uma metáfora da condição humana.

A cultura hedonista que se instala na sociedade contemporânea é um estímulo para que o indivíduo sinta-se mais possuidor de sua própria vida. O neonarcisismo, também chamado de individualismo narcísico, reduz o fascínio e a importância das opiniões alheias, levando à busca do próprio prazer (LIPOVETSKY, 1989). Apesar disso, o indivíduo ainda mantém um sentimento de coletividade; a busca constante pelo prazer é, sem dúvidas, uma manifestação do individualismo, mas faz parte de um contexto mais amplo – no âmbito social o indivíduo percebe e quer ser percebido.

### **O jovem neonarciso na sociedade contemporânea**

Em uma perspectiva clássica, a juventude é entendida como “uma categoria social gerada pelas tensões inerentes à crise do sistema” (FORACCHI, 1992, p. 160 apud GOLÇALVES, 2005). Já autores contemporâneos falam dos excessos pulsionais<sup>3</sup> como aquilo que move a construção do modo como os jovens se apresentam à sociedade. Para Gonçalves (2005), no primeiro caso, a ênfase está no conflito e na busca pelas novas experiências durante a juventude, enquanto no segundo, o foco está no individualismo e no narcisismo, característicos da sociedade pós-moderna.

A juventude, portanto, está exposta à cultura hedonista presente no contexto social contemporâneo. Os jovens são estimulados a cultuar seu próprio “eu” e sentem necessidade de viver mais para si mesmos. Buscam incansavelmente o próprio prazer, que está diretamente ligado a uma auto-

---

<sup>3</sup> Intensidade das pulsões, que Freud identifica como representante dos estímulos que têm origem dentro do organismo e chegam à mente.

satisfação. É por este motivo que o narcisista atual, de acordo com Severiano (2001), é perseguido pela ansiedade, depressão e frustrações.

O filósofo Gilles Lipovetsky fala na existência de um neonarcisismo masculino afirmando que o homem contemporâneo “investe principalmente no corpo como uma realidade indiferenciada, imagem global a ser mantida em boa saúde e boa forma” (LIPOVETSKY, 1989, p. 136).

Sevcenko (1992) apud Castro (2007) afirma que a preocupação com a corporeidade já está presente na sociedade moderna, mas é na contemporaneidade que ela tem relação com a importância atribuída à estética, refletida na proliferação das academias, no crescimento da indústria cosmética e na busca mais frequente pelas cirurgias plásticas.

Falando do jovem narciso, a manipulação dessa corporeidade é feita de forma a proporcionar prazer. Se no século XX a vaidade era considerada um aspecto exclusivo do universo feminino, na sociedade contemporânea e hedonista, o homem também está em busca da aparência ideal, especialmente na juventude.

### **Significações e plasticidade do corpo**

O corpo está entre os discursos de grande parte das ciências humanas, como a sociologia, a antropologia e também a semiótica. Para os semioticistas, conforme afirma Fontanille, o corpo é “o lugar sensível e da relação com o mundo quanto fenômeno, na medida em que essa experiência pode se prolongar em práticas significantes e/ou estéticas” (FONTANILLE, 2004, p. 90).

Para a antropologia é objeto e suporte de práticas simbólicas, que têm as relações semióticas como a principal conexão com o mundo exterior. O autor sugere que formas e transformações das figuras corporais colocam-se como uma representação discursiva das operações do processo semiótico e problemática que atravessa o conjunto da teoria.

A psicanálise analisa o corpo como algo que tem forma. Ele é visto como um “envelope sensorial e psíquico, como película, fronteira e membrana que separa e coloca em comunicação o eu e o mundo para mim” (FONTANILLE, 2004, p. 100).

A estrutura física e morfológica do corpo promove integração entre o indivíduo e o mundo, buscando estabelecer significações. Castilho (2006) afirma que o corpo natural e biológico é um suporte de manifestação subjetiva, com variáveis de proporções e componentes formais e estrutura anatômica prematura e não especializada.

De acordo com Thèvoz (1984) apud Castilho (2006), o homem nasce com um corpo exposto ao perigo, com uma pele fina e clara, sem uma proteção eficiente – tanto física e térmica quanto simbólica –, o que representa uma inadaptação ao meio. É dotado de uma plástica que, na nudez, não possui grande poder de sedução devido sua igualdade e uniformidade monótona. Para superar a insignificância biológica, o autor acredita que o ser humano busca reconstruir seu corpo por meio de outros elementos plásticos. A exploração da plasticidade do corpo insere nele novos valores na busca pela individualização, com o objetivo de destacar o papel e a importância do indivíduo em seu grupo social.

Há a negação da plástica corpórea primária, que vem de uma relação problemática do ser humano com seu próprio corpo, o que resulta na alteração de sua imagem (CASTILHO, 2006). O neonarciso demonstra a relação problemática de forma clara, já que sua estrutura anatômica é sujeita a uma série de transformações e alterações. Se seu corpo coloca-se como um suporte ao qual se sobrepõem ainda camadas, que o reconfiguram e interferem na percepção do próprio indivíduo e do mundo sobre seu corpo.

### **Corpo masculino e vaidade**

Na história da humanidade, cada época se caracterizou por um modelo específico de beleza. Segundo Villaça (2007), o processo de valorização do corpo em cada período acompanha a valorização da imagem de cada tempo.

Nas sociedades contemporâneas, principalmente nas ocidentais, a mídia tem um importante papel na difusão de tais imagens; divulgando formas idealizadas do corpo humano, cria e dá força a novos padrões estéticos. Nesse sentido, a autora afirma que a velocidade com que circulam estas imagens provoca debates acerca da crise da representação, perda de fundamentos e

coloca o corpo e o modo de apresentá-lo novamente como um alvo de valorização; acrescenta que este é um processo de alienação.

Para Lipovetsky (1989), a aparência, como estética, pode ser entendida como um elemento que reforça um processo de personalização em uma linha de pensamento neoliberal, na qual o consumo acelerado é capaz de gerar uma subjetividade transcultural. Por meio do hedonismo estimulado pelo sistema capitalista, o indivíduo se apropria de todas as performances e técnicas em busca do próprio prazer, especialmente na juventude.

Entre o fim do século XX e início do século XXI, o comportamento masculino sofreu alterações, que vieram acompanhando a mudança de papéis sociais do sexo feminino. Caldas (1999) acredita que desde então, o modelo de homem da sociedade patriarcal vem sendo revisado, dando mais espaço para um “novo homem”.

Neste contexto, o homem contemporâneo restaura sua vaidade e sua preocupação com a própria aparência. Surgem, então, diferentes perfis masculinos.

No século XXI, o primeiro termo utilizado para designar os homens vaidosos foi o “metrossexual”, que apareceu na mídia no ano de 2003. São descritos como heterossexuais que esbarram na fronteira do gênero por meio da composição de uma aparência andrógina. Um dos representantes dos homens sob esta denominação foi o jogador britânico David Beckham. Eles são conhecidos pela evidente preocupação com a estética; recorrem à utilização de cosméticos, frequentam salões de beleza, clínicas de estética, submetem-se a tratamentos de pele e cirurgias plásticas para modificar sua configuração corporal.

Segundo Queiroz (2009), apesar da valorização da beleza dos corpos masculinos, os homens continuaram sendo julgados tendo como principal critério a virilidade. Embora tenham adentrado um universo considerado feminino, feminilidade e masculinidade não se fundem. É o que confirma Lipovetsky ao dizer que “a antinomia do masculino e do feminino aí está em vigor como uma oposição estrutural estrita, onde os termos são tudo salvo substituíveis” (LIPOVETSKY, 1989, p.132). Talvez por esse motivo, o metrossexualismo tenha se tornado logo obsoleto, apesar de não desaparecer; evoluiu, resultando no surgimento de outros modelos, como o überssexual.

O überssexual, em geral, consome os mesmos produtos que os metrossexuais e têm preocupação com a aparência e o corpo. No entanto, ao contrário do primeiro modelo descrito, adotam uma postura mais máscula. Esse homem é considerado pelos profissionais do marketing um dos principais modelos masculinos da contemporaneidade (SALZMAN; MATHATHIA; O'REILLY, 2005).

A partir daí, diversos modelos masculinos passam a coexistir, e o neonarciso, cujo perfil começa a ser traçado, coloca-se entre eles. É um homem jovem, de uma geração que se concentra nas questões corporais já durante a adolescência, diferente dos anteriores, que, adquirem essa postura já na idade adulta. Sua busca pela beleza e pela perfeição corporal está diretamente ligada à definição da identidade, aspecto que permeia o universo da juventude. A reconfiguração de corpo faz parte de um processo de construção do seu "eu"; seu narcisismo vem de uma cultura hedonista e individualista, porém, como afirma Lipovetsky (1989), tem uma consciência de coletividade. O neonarciso modifica seu corpo com a intenção de obter o bem-estar psíquico, mas também o faz tendo em vista o prazer em ser visto; pretende parecer e aparecer, comunicando-se com o outro por meio de sua imagem.

### **Considerações Finais**

Individualismo e hedonismo, movidos pelo modo de produção capitalista e pelo consumo de massa, são características fortes da sociedade contemporânea. O indivíduo se tornou o valor principal e a juventude é o grupo mais afetado; são constantemente estimulados a cultuar a si mesmos e buscar o próprio prazer.

A beleza é uma das grandes fontes de prazer e, apesar de ter um conceito muito abstrato, é explorada pela mídia e pela indústria de forma vendável. A juventude está exposta à difusão de imagens que se repetem, reforçando-se e difundindo-se como padrão de beleza. A busca pelo prazer, neste caso, coincide com a tentativa de se aproximar dos padrões estabelecidos, que no mundo contemporâneo dão foco à corporeidade.

É importante ressaltar que estes comportamentos já não se restringem

ao universo feminino. A vaidade masculina tem rendido discussões em diversas áreas, das ciências sociais ao marketing. Durante o desenvolvimento desta pesquisa, notou-se que este tipo de comportamento pode ser notado com cada vez mais frequência entre homens jovens, aqui chamados de neonarcisos.

Eles têm uma forte preocupação em definir seu corpo, em um propósito estético e hedonista, mas também pela necessidade de serem percebidos e aceitos em grupos sociais. A aparência, então, configura-se como o primeiro contato entre ele e o outro e, portanto, a forma como interfere na sua imagem corporal modifica esta percepção.

## Referências

BRANDÃO, Junito de Souza. **Mitologia grega**. 10 ed. vol 2. Petrópolis: Vozes, 1999.

CALDAS, Dario. **O universo da moda**. São Paulo: Anhembi Morumbi, 1999.

CASTILHO, Kathia; MARTINS, Marcelo. **Discursos da moda: semiótica, design e corpo**. São Paulo: Anhembi Morumbi, 2005.

CASTILHO, Kathia. **Moda e linguagem**. 2 ed. São Paulo: Anhembi Morumbi, 2006.

CASTRO, Ana Lúcia de. **Culto ao corpo e sociedade: mídia, estilos de vida e cultura de consumo**. 2 ed. São Paulo: Annablume, 2007.

DOTTI, Sotero. **Psicologia da adolescência: uma psicologia do desenvolvimento**. Porto Alegre: Sulina, 1973.

FERREIRA, Berta Weil. **Adolescência: teoria e pesquisa**. 2 ed. Porto Alegre: Sulina, 1984.

FONTANILLE, Jacques. A semiótica do corpo: entre psicanálise, fenomenologia e antropologia. In: CORTINA, Arnaldo; MARCHEZAN, Renata Coelho. **Razões e sensibilidades: semiótica em foco**. São Paulo: Cultura Acadêmica, 2004. p. 89-116.

FREIRE, Lilian. A histeria e a beleza: uma expressão no contexto cultural da atualidade. **Psicologia: Ciência e Profissão**, Brasília, v. 22, n. 3, p. 70-77, set. 2002.

GONÇALVES, Hebe Signorini. Juventude brasileira, entre a tradição e a modernidade. **Tempo Social**, São Paulo, v. 17, n. 2, p.207-219, 2005.

HOUAISS, Antônio. **Dicionário Houaiss da língua portuguesa**. Rio de Janeiro: Objetiva, 2001.

KNOBEL, Maurício. **Adolescência normal**: um enfoque psicanalítico. Porto Alegre: Artes Médicas, 1981.

LIPOVETSKY, Gilles. **O império do efêmero**: a moda e seu destino nas sociedades modernas. São Paulo: Companhia das Letras, 1989.

QUEIROZ, Mário. **O herói desmascarado**: a imagem do homem na moda. São Paulo: Estação das Letras, 2009.

ROCHE, Daniel. **A cultura das aparências**: uma história da indumentária (séculos XVII-XVIII). São Paulo: SENAC, 2007.

SALZMAN, Marian; MATHATIA, Ira; O'REILLY, Ann. **The future of men**. Nova York: Palgrave Macmillan, 2005.

SANT'ANNA, Maria Rita. **Teoria de moda**: sociedade, imagem e consumo. Barueri: Estação das Letras, 2007.

SARAIVA, José Eduardo Menescal. Do individualismo moderno ao narcisismo contemporâneo: a produção da subjetividade. In: SOUZA, Solange Jobim e. **Subjetividade em questão**: a infância como crítica da cultura. Rio de Janeiro: 7 Letras, 2005. p. 45-64.

SEVERIANO, Maria de Fátima Vieira. **Narcisismo e publicidade**. São Paulo: Annablume, 2001.

SLATER, Don. **Cultura do consumo e modernidade**. São Paulo: Nobel, 2002.

VIEIRA, Waldo. **Nossa evolução**. 2 ed. Foz do Iguaçu: Editares, 2007.

VILLAÇA, Nízia. **A edição do corpo**: tecnociência, artes e moda. Barueri: Estação das Letras, 2007.