

## **MODA E NARCISISMO NA CULTURA CONTEMPORÂNEA**

### *Fashion and Narcissism on the Contemporary Culture*

Mello, Nádia; Tecnóloga em Moda e Figurino; Graduanda em Comunicação Social; Universidade Estácio de Sá, nadiademello@gmail.com<sup>1</sup>

#### **Resumo**

A sociedade atual pode ser caracterizada como cultura do narcisismo, na qual predomina, ao mesmo tempo, uma expansão do eu e um vazio interior. Considerando que a moda influencia os processos de subjetivação, o presente estudo aborda a partir da psicanálise a relação entre moda e narcisismo.

Palavra Chave: moda; narcisismo; subjetivação; eu

#### **Abstract**

*The current society can be characterized as narcissistic culture, in which, at the same time, a expanding of ego and an inner emptiness predominates. Considering that fashion has influence on the processes of subjectivities, this essay covers from a psychoanalytical point of view the relation between fashion and narcissism.*

*Keywords: fashion; narcissism; subjectivities; ego*

#### **Introdução**

Vivemos em um tempo no qual os valores individuais, como liberdade, expansão da consciência, felicidade, prazer, entre outros, se tornaram fundamentais para se traduzir o que é uma boa vida. A incorporação desses valores caracteriza o que Lasch denomina de cultura narcisista, tendo como referencial privilegiado para definir a personalidade narcisista, a psicanálise. É também dentro deste contexto que a moda ganha mais força e velocidade, reforçando um estilo de vida individualista e consumista.

A moda se torna um dos principais pilares da sociedade contemporânea, permitindo liberdade aos indivíduos de uma forma tal, que eles podem ser vestir e ser de acordo com a forma e interesse dos mesmos. A partir daí, este pode se apresentar de diferentes modos através das roupas. Em meio à velocidade que se instalou no século XXI, as mudanças no estilo de se vestir

---

<sup>1</sup> Trabalho desenvolvido sob orientação da profª Dra. Nelma Cabral, pesquisadora do curso de Psicologia da Universidade Estácio de Sá.

são cada vez mais frequentes e, diversas vezes, ocorrem em um mesmo dia. Entendendo a moda como um dos componentes dos processos de subjetivação, este estudo pretende abordar, a partir de uma análise textual, como a moda se articula com o narcisismo na contemporaneidade.

### **Cultura do Narcisismo**

De acordo com Christopher Lasch (1983), a cultura do narcisismo pode ser reconhecida a partir do final da década de 60. Tomando como modelo a sociedade americana o autor destaca algumas características tão presentes na nossa sociedade atual como constituintes dessa cultura. As principais entre elas são: a perda da privacidade (a linha que separa a vida pública e a privada está cada vez mais tênue – tudo é compartilhado para todo mundo), o individualismo (o coletivo perde espaço para o pensamento e a única preocupação é com o Eu) e a valorização do presente (perda do tempo histórico e sem preocupações com o futuro, a vida é o momento presente) (Cf. Lasch, 1983, pp.23-50).

A partir do momento em que as pessoas se tornam mais preocupadas com o eu, o que foi passado e o futuro perdem um pouco o sentido para que a dedicação seja, quase predominantemente, ao presente. O que importa é ela e o agora. Porém, há um paradoxo, porque ao mesmo tempo em que se tem a preocupação com o eu, seu reconhecimento e autoestima só se fazem presentes a partir do reconhecimento do outro.

O narcisismo representa a dimensão psicológica dessa dependência. Não obstante suas ocasionais ilusões de onipotência, o narcisista depende de outros para validar sua autoestima. Ele não consegue viver sem uma audiência que o admire. Sua aparente liberdade em laços familiares e dos constrangimentos institucionais não o impedem de ficar só consigo mesmo, ou de se exaltar em sua individualidade. Pelo contrário, ela contribui para sua insegurança, a qual ele somente pode superar quando vê seu 'eu grandioso' refletido nas atenções das outras pessoas, ou ao ligar-se àqueles que irradiam celebridade, poder e carisma. Para o narcisista, o mundo é um espelho. (Lasch, 1983, p.30)

Portanto, o público e privado estão cada vez mais próximos para que o Eu possa se expor e receber um “aplausos” do outro. O que demonstra um vazio interior já que tudo que o narcisista faz para si é em busca de se ter uma aparência para ser admirada pelo outro, para atestar que é um alguém.

Para avançar em nossas argumentações, consideramos necessário tomar como referência a psicanálise pela sua influência na cultura e pela mesma ter uma teoria do narcisismo.

### **Individualismo e narcisismo na contemporaneidade. O que a psicanálise tem a ver com isso?**

Ao introduzir uma concepção de narcisismo na psicanálise, Freud o fez dando a mesma uma positividade, ao considerá-lo fundamental na formação do eu e, além disso, responsável pela manutenção e integridade dessa instância psíquica. Com sua teorização, Freud rompendo com toda tradição da filosofia

do sujeito, realizou um descentramento do eu, ao admitir a existência de vários eus: eu real originário, eu prazer-desprazer e um eu realidade definitivo. Em sua perspectiva, a libido investe antes de tudo no eu para depois ir em direção aos objetos, caracterizando assim um modo de funcionamento necessário para o sujeito sair do amor de si em direção ao amor do outro e em determinadas circunstâncias da vida voltar ao amor de si. Um comprometimento no processo de constituição pode acarretar o silenciamento do desejo e sofrimentos narcísicos.

A partir de sua concepção do narcisismo, insiste na desconstrução do eu como condição de possibilidade para emergência do desejo e com isso a possibilidade de reinvenção subjetiva.

Do Freud de 1914 aos dias atuais, a sociedade passou por diversas transformações, perdendo, como escreve Birman, a crença no desejo como possibilidade de reinvenção subjetiva. Atribuindo aos próprios herdeiros de Freud parte da responsabilidade nessa perda, ao transformar a psicanálise numa psicologia centrada na exaltação do eu, conclui afirmando que a psicanálise contribui de forma decisiva para que a marca do narcisismo tal como Lasch o descreve estivesse presente em nossa cultura (BIRMAN, 1999, p.86).

A indagação que se coloca, agora é sobre o papel da moda numa cultura narcísica, em que predomina uma exaltação do eu ou da individualidade

#### **A moda em questão**

As mudanças ocorridas no mundo tiveram grande influência da moda e seu modo de funcionamento: a busca (gosto) constante pela novidade. A Alta Costura modificou o vestir, trazendo essa personalidade e signos psicológicos para a roupa. Com a junção da cultura do narcisismo e a importância da aparência, o vestir passou a ter outro significado, deixou de representar a estrutura social para representar quem sou ou quem gostaria de ser numa exibição constante para o outro, para a rede.

A função de comunicação do corpo se acentuou no século XX, com a força de uma cultura da imagem, tornando-se meio de expressão de subjetividade, revelação do eu. Se vista e diga-me quem és. (MOTA, 2008, p.25)

Assim, através da roupa, os indivíduos assumem diversos modos de se fazer aparecer em um mesmo dia, de acordo com os contextos e as relações sociais do dia, bem como sofrem influência também da mídia e dos mecanismos industriais, que buscam criar modos atraentes para o indivíduo se exhibir a fim de seduzi-lo a querer ser e fazer parte daquele ambiente.

A novidade tornou-se fonte de valor mundano, marca de excelência social; é preciso seguir 'o que se faz' de novo e adorar as últimas mudanças do momento: o presente se impôs como o eixo temporal que rege uma face superficial, mas prestigiosa da vida das elites. (LIPOVETSKY, 2008, p.33)

Apesar dessa busca eterna pela novidade, nem tudo na moda muda tão rapidamente. A estrutura e forma gerais são mais estáveis e levam alguns anos para serem alteradas. As mudanças constantes encontram-se nos elementos superficiais (ornamentos, enfeites, etc.). Portanto, se por um lado a moda pode contribuir para uma estética da existência, por outro lado, uma das problemáticas que ela traz em sua contribuição para a construção subjetiva é a efemeridade, ainda mais para dentro da cultura do narcisismo, na qual a aparência tem um valor maior e mais significativo do que o registro do desejo e do que aponta para a singularidade. E a indústria se apodera disso para vender imagens e modos de ser pré-fabricados, disponíveis em catálogos.

### **Conclusão**

O individualismo - marca forte da cultura do narcisismo - pôs em suspenso o questionamento subjetivo sobre como foi seu passado, o que quer do presente e do futuro, e ao mesmo tempo, trouxe um vazio em torno de tais questionamentos e uma necessidade de aceitação de si, a partir do outro. O EU se tornou tema presente e a moda participa destes processos de formação do eu ao colocar uma velocidade e ritmo de vida, bem como ao oferecer modelos efêmeros, disfarces e uma forma de não se identificar, oferecendo vestuários para o que você gostaria de ter ou se apresentar como personagens imagéticos. Com isso vem contribuindo para construção de sociedades superficiais, nas quais se faltam discursos e sobram pessoas como indivíduos-mercadorias (ou mercadológicas?).

### **Referências**

BIRMAN, J. *Os Destinos do Desejo no mal-estar da atualidade*. In: Mal-estar na atualidade. Rio de Janeiro: Civilização Brasileira, 1999.

FREUD, S. *Sobre o narcisismo uma introdução*. In: O Caso Schreber, Artigos sobre Técnica e outros trabalhos (1911-1913). Rio de Janeiro: Imago, 2006, Volume XII, Edição Standard Brasileira das Obras Psicológicas Completas de Sigmund Freud.

LASCH, C. *A Cultura do Narcisismo*. Rio de Janeiro: Imago, 1983.

LIPOVETSKY, G. *O Império do Efêmero*. São Paulo: Companhia das Letras, 1989.

MOTA, M.D.B. *Moda e Subjetividade: Corpo, Roupas e Aparência em Tempos Ligeiros*. In: Moda palavra e-periódico. Ano 1, n.2, ago-dez-2008, pp. 21-30. Disponível em: [http://www.ceart.udesc.br/modapalavra/edicao2/files/moda\\_e\\_subjetividade-maria\\_dolores.pdf](http://www.ceart.udesc.br/modapalavra/edicao2/files/moda_e_subjetividade-maria_dolores.pdf) Último acesso em: 03/07/2014 às 14h.