

IO, (NEO)NARCISO. Quando "bello" non basta.

La nuova vanità al maschile.

Verso la fine dell'ottocento Havelock Ellis, medico e psicologo, nel suo studio sull'autoerotismo definisce il narcisismo come una **perversione sessuale** in cui l'individuo fa di se stesso l'oggetto principale delle proprie pulsioni erotiche. Oggi in una società che definisce se stessa come 'postmoderna', quindi più moderna della stessa modernità, le cose si sono decisamente rovesciate. Medici e psicologi esaltano la masturbazione come precondizione di una sessualità felice mentre il narcisismo, privato della sua carica (auto)erotica, non è più una malattia. E se lo è, la cura è ancora ben lontana dall'essere scoperta.

Ma cosa significa oggi essere un narciso?

Narcisismo e neonarcisismo.

Per comprendere un fenomeno così attuale non possiamo di certo affidarci a trattati di psicopatologia o a rigide definizioni 'da dizionario' che tendono a enfatizzare la componente d'auto-ammirazione. Il narciso contemporaneo, in questo, **stravolge completamente il mito** narrato da Ovidio circa il bellissimo giovane condannato a

innamorarsi della sua stessa immagine. Il neonarciso non passa il tempo celebrando agli altri la propria bellezza. Tutte le sue energie sono dirette al raggiungimento di un egoistico ed egocentrico desiderio di perfezione. E poiché quest'obiettivo è irraggiungibile per definizione, la sua vita è una lotta contro il tempo. Una compulsiva ricerca della novità, sia questa una dieta dai risultati miracolosi, un nuovo esercizio o l'ultima innovazione cosmetica appositamente pensata per lui.

La freneticità ha rovesciato il mito.

Perfetti si diventa?

È proprio il **perfezionismo** nella sua duplice valenza aspirazionale e nevrotica a fornirci, la chiave di lettura per comprendere il narciso del XXI secolo. Giudice implacabile di se stesso ed essere in perpetuo divenire, **soddisfatto** e orgoglioso della sua **perenne insoddisfazione**. Tanto ci sarà sempre un'area del proprio corpo da migliorare, un nuovo ideale da soddisfare e un ulteriore standard da raggiungere. L'identità del neonarciso è salva.

Il senso di mancanza diventa una bandiera.

Edonismo e rivoluzione estetica.

All'inizio degli 80, dopo una ventina d'anni dalla loro nascita, si diffondono su larga scala le lampade a raggi UVA. La ricerca del piacere (e quindi del piacersi), imperante in quegli anni, è un motore inarrestabile. *“Ormai abbiamo tutto, non resta che diventare belli”*. La bellezza diventa **status symbol**. La bellezza è in vendita ed è alla portata di tutti. Centri estetici e solarium si affollano di donne e uomini uniti dal desiderio d'apparire più belli, diventando il teatro di questa rivoluzione. **Una vera rottura col passato**, se consideriamo che per secoli uomini e donne si sono presi cura di sé separatamente. Basta pensare alla distinzione, oggi ancora valida per certe fasce di popolazione, tra barbiere per lui e parrucchiere per lei.

L'ultima rivoluzione sessuale si compie con leggerezza.

Tv e nuovi modelli.

Al di là del ruolo della pubblicità, che spesso più che innovare la società la rincorre, la televisione e in particolare il mondo delle serie televisive d'oltreoceano fanno di tutto per promuovere questi comportamenti soprattutto tra i più giovani. Si creano **sex-symbol** poco più che adolescenti per nulla imbarazzati nel prendersi cura di se stessi come, dove e quanto le proprie coetanee. Mike Seaver di *Genitori in blue jeans*, Zack Morris di *Bayside school*, per non parlare dell'intero cast maschile di *Beverly Hills 90210*, serie simbolo dei

primi anni '90. Ed è proprio nei dieci anni che precedono la fine del millennio che la tv mostra sempre più frequentemente uomini parzialmente o totalmente depilati, con grande gioia dei centri estetici che, cavalcando l'onda, offrono tariffe speciali ai loro nuovi clienti. Negli stessi anni nelle palestre di tutto il mondo si diffonde un nuovo ideale: il fitness. I corpi non sono più “mostruosi” come quelli dei bodybuilder anni '80, ma aggraziati, sinuosi e scolpiti a suon d'aerobica e cardio. Nei primi anni del nuovo millennio il cerchio si chiude: un numero crescente di trasmissioni e la fortunata serie *Nip / Tuck* puntano i riflettori sulla chirurgia estetica maschile: botulino, lipoaspirazioni ma non solo. Cade così l'ultima roccaforte riservata alle donne, ogni distinzione tra i generi è annullata.

La scatola che rende tutti schiavi ha liberato la bellezza. Per tutti.

Il nuovo uomo sul grande schermo.

Anche il cinema fa la sua parte mostrandoci sempre più spesso divi ossessionati dal proprio aspetto non solo dietro la macchina da presa. Gli '80 si aprono con Richard Gere e il suo *American Gigolò*, subito un punto di riferimento di **un nuovo modo di essere uomo**, lontano anni luce dai duri alla Bogart. Da lì a 20 anni il passaggio al **narcisismo come mania** è palpabile in *American Psycho*. Nella pellicola, il protagonista nell'evoluzione della sua follia è alle prese

con maschere esfolianti, lettini solari e allenamenti ossessivi. Persino a casa nostra nel recente *Saturno contro*, Stefano Accorsi è alle prese con una crema per il contorno occhi, sotto lo sguardo incredulo della moglie, al secolo Margherita Buy.

Narciso è ormai uno di noi.

Il neonarcisismo tra virilità e omosessualità.

Ma come si relaziona il nuovo uomo con gli altri uomini e soprattutto come questi si relazionano a lui? I nostalgici del mito dell'uomo virile, quelli che mostrano con orgoglio il pelo sul petto e pensano che in fondo l'uomo "ha da puzzà", lo guardano con **sospetto**. Ai loro occhi si tratta di una 'mezza checca' da etichettare e tenere a distanza. Per quanto riguarda i rapporti con il mondo omosessuale, i neonarcisi sono tutti, più o meno, consapevoli di avere uno **stile di vita** (oggi considerato) da **gay**. Alcuni ci scherzano su tranquillamente, mentre altri sentono ogni tanto il bisogno di mettere i puntini sulle 'i' e marcare la propria etero-identità.

Un'identità di frontiera.

I rapporti con l'altro sesso.

Quaranta anni di femminismo (o qualsiasi cosa fosse) sono, in parte, riusciti a demonizzare la ricerca di una bellezza fine a se stessa.

Così, oggi una buona parte della popolazione femminile, se da un lato vive quasi con vergogna il bisogno di piacere e di piacersi, dall'altro **condanna** l'idea che **un uomo si curi** quanto o più di loro.

Soprattutto, queste donne non accettano che lui lo faccia con orgoglio e alla luce del sole. L'unica difesa per preservare la propria autostima è mettere in dubbio la virilità di questi sedicenti nuovi uomini. L'invidia del pene si manifesta su altri oggetti di forma analoga, siano questi pinzette per le ciglia o rulli per la ceretta.

Fortunatamente per il neonarciso esiste tutta un'altra fascia di popolazione femminile che apprezza gli effetti di tanta cura e vanità. È una donna esteta, tendenzialmente più sicura di se stessa e della propria identità, che non si sente messa in discussione se il suo compagno le consiglia circa una crema o una dieta. Neanche se lui passa un po' più tempo di lei nel bagno.

La bellezza ha sempre un prezzo.