

NEOCOMPORTAMENTOS: O NOVO HOMEM

Laura Meyer da Silva¹

NEW BEHAVIOR: THE NEW MAN

Resumo: A autora procura, de forma breve, descrever os novos comportamentos masculinos. São homens que à medida que o tempo passa, vão mudando e participando desta transformação cultural/social. A tentativa desta transformação é aproximá-los mais das mulheres, deixando os tempos do típico machão para trás.

Palavras-chave: Neocomportamentos; Machismo; Metrossexual; Emoboy; Narcisismo.

Abstract: The author intend to briefly, to describe the male new behaviors. They are men that, as time goes by, are changing and making part of this cultural and social transformation. The goal of this transformation is to make them closer to the women, leaving the old “macho man” times behind.

Keywords: New behavior; Metrosexual; Emoboy; Narcissism.

Hoje, os homens não são mais os mesmos de outrora. Muitas mudanças ocorreram e não só os homens, mas todos nós mudamos. É a evolução natural da vida. Em se tratando dos homens as mudanças no comportamento deles são chamados: *neocomportamentos*. São modificações por vezes sutis, silenciosas, outras nem tanto, mas que pouco a pouco, vão aparecendo e sendo incorporadas pela sociedade, alternando códigos sócio-culturais. O *Neocomportamento* masculino tem sido retratado pela mídia, imprensa falada e escrita, com expressivo conteúdo virtual, por ser um fenômeno sócio-econômico. No entanto carecemos de artigos científicos e literatura a respeito.

¹ Psicóloga. Membro da Equipe de Urologia da ISCMPA.
e-mail: laurameyer@terra.com.br

Uma nova tipologia do neocomportamento masculino é o *Metrossexual*. O que é considerado um homem metrossexual? *Não se impressione, não estamos falando em comprimento*, como disse Facchini (2003) em artigo no “Jornal Contexto”. Metrossexual é um homem que vive na metrópole, por isso metro. Em 1994, o escritor gay Mark Simpson, no artigo “Lá vêm os homens do espelho”, escrito no jornal britânico “The Independent”, utilizou pela primeira vez o termo Metrossexual.

Este novo homem, com idade entre 25 e 45 anos, vive em grandes cidades, possui um bom poder aquisitivo, é mais sensível e se permite um comportamento considerado feminino. Ou seja, é vaidoso e não tem vergonha disso. Gosta de se vestir bem, usar jóias, fazer plástica, cuidar da pele, unhas, cabelo e de seu corpo. Muitas vezes estes mesmos cuidam da casa, das crianças e preparam um jantarzinho para a parceira. Alguns homens dirão: “mas eu também faço as tarefas de casa”. Até fazem, mas não por iniciativa própria. Muitas vezes a mulher tem que pedir, até implorar para que eles façam esse “favor”. O metrossexual faz de forma natural, entendendo que é assim que um relacionamento funciona.

Para Flocker (2004) este novo homem é definido como “confiante, seguro e possuidor de um senso de estilo próprio de vida”. Nada teme e diverte-se com tudo. Seguro de sua masculinidade, ele não precisa mais defendê-la a vida toda.

Em agosto de 2004, na edição especial da Revista Veja, houve uma entrevista com Mark Simpson. Ele esclareceu que o metrossexual não é necessariamente heterossexual, sendo para ele esta questão irrelevante. O que menos interessa no *Metrossexual* é a orientação sexual, mas sim o fato do homem ser vaidoso ao extremo. Este homem é o narcisista dos tempos modernos. Ele é o seu objeto de amor. Há muita contraposição ao conceito de Simpson sobre a heterossexualidade do metrossexual. A crença de que somente homossexuais teriam comportamento dessa natureza é rebatida pelo autor quando ele explica que o fenômeno do *Metrossexual* seria uma invenção da publicidade para ter como alvo consumidor o homem heterossexual, uma vez que homossexuais vaidosos não seriam mais uma novidade. Dávila (2003) entende que a cada ciclo econômico, as agências de publicidade tentam convencer os anunciantes, da existência de um novo perfil de consumidor. Primeiro foram os *yuppies*, nos anos 80, agora os metrossexuais e tantos outros que surgem diariamente.

Nossa sociedade vive voltada para o culto à própria imagem e isto estimula um hiperconsumismo. Dávila em outro artigo da Folha de São Paulo (2005),

entrevistou Álvaro Garnero, que revelou gastar entre R\$ 2 mil e R\$ 3 mil, por mês, em roupas e metade disso, em cosméticos e cremes de beleza.

Ribeiro (2003) escreve que *Metrossexual* é a designação fashion-mercadológica para um homem da cidade grande, que gasta mais de 30% de seu salário com cosméticos, roupas, salão de beleza, vinhos e shopping.

Pensamos ser importante que os homens mudem, sendo necessária esta evolução. Mas, assim como observamos um movimento positivo de muitos deles, que os aproxima das mulheres, tornando-os mais parceiros, afetivos, com comportamento menos machista, também é visível um movimento crescente de competição que se estabelece entre pessoas do mesmo gênero e também com o diferente. Não é incomum, em consultório, escutarmos o discurso de pacientes mulheres que relatam deixar de sair com um homem, por sentirem que eles pareciam sempre estar mais apresentáveis do que elas. Que ficava difícil competir com as grifes que eles vestiam. Alguns destes homens também, pelo narcisismo excessivo, acabam tornando-se muito exigentes, e na busca de mulheres que cumpram todos os quesitos baseados no estereótipo da beleza perfeita, acabam trocando excessivamente e rapidamente de parceiras, o que dificulta o fortalecimento dos vínculos afetivos e estabelecimento de relações mais profundas. Superficialidade e egoísmo: esse é o lado não saudável da mudança.

Outro termo também em moda é o *Emoboy*. Emo é a abreviação de *emocore*, ou *hardcore* emocional (ou emotivo). O *Emoboy* não é excessivamente vaidoso como o *Metrossexual*; são jovens com idade entre os 14 e os 22 anos, sensíveis e sinceros, que não têm medo de falar de seus sentimentos e emoções e que choram por amor. Possuem muitos amigos e amigas, na sua grande maioria amigos virtuais. Usam em geral cabelos pretos que lhes cobrem os rostos. Vestem-se com calças e camisetas apertadas. Ou são músicos ou ligados em músicas que tratam da emoção humana e portanto expressam, através da identificação, os sentimentos e experiências pessoais dos rapazes. O termo *emo* surgiu nos anos 80, nos Estados Unidos com bandas de música, como *At the drive in*, *Thrice*, *Superchunk* ou *Sparta*, mas hoje em dia tem sido empregado mais genericamente, para a maioria das bandas que fazem *hardcore* ou *hardcore* melódico com letras subjetivas (amor e outras experiências pessoais).

No Brasil o estilo costuma ser associado a bandas de música, como *CPM 22*, *Dance of Days*, *Fresno*, *Glória*, *Emoponto*, etc. Existe certa resistência em utilizar o termo *emo*, pela associação que utilizam para com o público *emo*, que é vista como pejorativa.

Um jovem fez a seguinte declaração em um site emo na internet, ao ser perguntado “por que emo?”: “– Para mim o amor e todas suas vertentes (desilusão, perda, etc.) são sentimentos agressivos, e por isso, acho que combinam com hardcore. E acho muito interessante uma música que fale sobre experiências pessoais, do que falar sobre algo irreal, com histórias de RPG, lendas bíblicas, etc.”. Para estes jovens, guitarras distorcidas e berros, a plenos pulmões, são iguais a sentimentos, mais agressividade, que seria então a fórmula perfeita. Em um *site* intitulado “Palavras jogadas contra o vento”, Ricardo emoboy (2003), 25 anos, Sampa-SP, faz declarações sobre suas idéias e sentimentos, como em um diário. Ricardo acha que existe uma imagem feita de preconceitos e estereótipos da pessoa emo: um adolescente chorão, depressivo, que usa franja, roupas pretas, boné virado para o lado. Para ele a aparência física e o modo de se vestir, não têm relação com o som que a pessoa gosta, nem com a ideologia desta pessoa: “Um rótulo como emo nada mais é do que um rótulo, e rótulos servem apenas para dar uma idéia geral, e está longe de representar a real individualidade de algo ou de alguém”.

Steve Emond (2003), desenhista cômico, cartunista, dedica-se a fazer histórias sobre os emoboy. Ele define o jovem emo, como uma pessoa que quando tem seus altos, estes são realmente altos e seus baixos, realmente baixos. É uma pessoa que sente muito. Steve coloca em seus desenhos cômicos, que existe um constante monólogo na cabeça do emo, “para este jovem o mundo é um poema ruim”.

Na verdade, muitas das características emocionais do *Emoboy*, que descrevemos acima, são percebidas como reações típicas da adolescência. A diferença é que hoje as emoções masculinas não são tão reprimidas como foram décadas atrás. A adolescência é uma fase muito difícil, caracterizada pela transição da infância para a vida adulta, o que frequentemente provoca conflitos e pode ser entendida, como disse Steve Emond: “um poema ruim”. É uma fase em que se busca identificar-se com ídolos, com outros da mesma idade e por isso, muitas vezes vestem-se iguais e comportam-se de forma semelhante.

Na revista *Elle*, do mês de março de 2006, no artigo “Homens para todas”, escrito por Michaela Von Schmaedel, aparecem os mais recentes termos e definições sobre os homens. Ela utiliza o livro *The Future of Men*, que ainda não foi traduzido no Brasil, escrito por Marian Salzman, Ira Matathia e Ann O’Reilly. Além de citar os novos perfis descritos acima, do *Metrosexual* e do *Emoboy*, cita outros como: *Übersexual*, *New Bloke*, *Metrogay*, *Novo Machão*, *Snag* e *Homem Verdadeiro*.

O *Übersexual* (do alemão *über*, “acima”, “além de”) é considerado o homem do futuro. Seu representante midiático seria o ator George Clooney. É sensível, mas não muito. Vaidoso, mas na dose certa, vai ao shopping quando precisa. Está na moda, mas sem ser escravo dela. Ao salão de beleza vai somente para cortar os cabelos. Faz exercícios com o objetivo de cuidar de sua saúde e é heterossexual.

Já os homens que se enquadram no perfil do *New Bloke*, acreditam que homens e mulheres são iguais, tanto para o bem quanto para o mal. Não abrem a porta do carro para as mulheres, entram no restaurante na frente da moça, sem constrangimento e dividem também a conta. O livro de Salzman refere que o autor Hugh Grant é o representante mais forte dessa categoria

Metrogay, seria um gay com características másculas. É bonito, sarado, não é afetado, muito amigo, mas gosta mesmo é de homem.

O *Novo Machão*, fala palavrão, não se arruma muito, mas é sensível, quer ter família e é capaz de chorar assistindo um filme dramático.

Snag, é sensível, não é gay, tem paciência de esperar a mulher trocar de roupa mil vezes antes da definitiva. Crê-se que este tipo de homem foi aquele criado numa casa cheia de mulheres.

O *Homem Verdadeiro* reúne o melhor do homem contemporâneo e os pontos positivos do macho, à moda antiga. Segundo o artigo, ele possui todas as boas qualidades que uma mulher moderna espera de seu homem: ajuda na cozinha, cuida das crianças, pratica esportes e consegue até “sacar” as mulheres. Porém só faz isso tudo na hora que bem quer.

Claro que entre um estilo e outro, podemos encontrar uma gama enorme de meninos e homens que se comportam de uma maneira diferenciada, menos machista, ideologia que até então sempre esteve muito presente em nossa cultura, causando traumas e sofrimentos, principalmente na questão sexual. É impactante escutar um paciente dizer que “se não puder mais ter ereção, não vale a pena viver!”. A vida se resume a isso? Ainda encontramos muitos destes em nossos consultórios. Já os metrossexuais, emoboy, *übersexual*, etc... não, por que será? Provavelmente por sentirem-se mais livres para expressarem o que sentem. Essa permissão do homem, em não mais seguir o modelo do machão, que é um peso enorme sobre suas costas, é libertador. O homem pode falhar sim, qual o problema? Sexo é importante, mas a vida é bem mais que somente isso. O bom relacionamento entre as pessoas, onde elas possam contar umas com as outras, se respeitar e amar é o que no fundo realmente interessa e não a classificação dos termos e comportamentos que ela assume, frente à sociedade.

Referências bibliográficas

- DÁVILA, S. *Brasil também tem metrossexual*. 2003.
Disponível em: <<http://www1.folha.uol.com.br>> Acesso em 10.06.2005.
- _____. *Mercado “descobre” o homem vaidoso*. 2003.
Disponível em: <<http://www1.folha.uol.com.br>> Acesso em 10.06.2005.
- EMOND, S. Comic Book DB. 2003.
Disponível em: <<http://www.stephenmond.com>> Acesso em 10.06.2005.
- FACCHINI, A. *Metrossexual*.
Disponível em: <<http://www.jornalcontexto.com.br>> Acesso em 15.06.2005.
- FLOCKER, M. *O metrossexual: guia de estilo: um manual para o homem moderno*. São Paulo: Planeta do Brasil, 2004.
- RIBEIRO, L. Metrossexual, o novo “homem moderno”, invade a cultura pop. 2003.
Disponível em: <<http://www.folha.uol.com.br>> Acesso em 7.06.2005.
- RICARDO EMOBOY. *Palavras jogadas contra o vento*. 2003.
<<http://www.rick-emoboy.weblogger.terra.com.br>> Acesso em 13.06.2005.
- SCHMAEDEIL, M. Homens para todas. *Revista Elle*. Ano 18, número 3, 2006.