

THOMAS LEONCINI: Os jovens são a fotografia dos tempos em mudança. É impossível não os amar e odiar ao mesmo tempo. São aquilo que mais amamos do nosso «termos sido», mas também aquilo que indiretamente detestamos, porque não foi eterno, mas apenas flutuante, líquido. Quando hoje analisamos o ser-se jovem, somos vítimas de um relativismo cultural falhado, impossível de praticar de forma eficaz porque não existe em função de um «nós» exterior que nos olha à entrada do ego. O nosso olhar para os jovens é um olhar de pessoas liquefeitas, que, inevitavelmente, alteraram os seus confins: somos fruto daquilo que as circunstâncias da vida fizeram de nós. Daquele *nós* que hoje, porém, já não faz parte do nosso presente e, portanto, mais não pode fazer do que observar-se a si próprio nas caras dos outros. Se é verdade que a mente viaja por esquemas culturalmente orientados, que o nosso cérebro elabora para responder com rapidez a qualquer evento situacional (e a psicologia cognitiva diz isso), é igualmente verdade que muitas vezes a falta de pachorra para os jovens também passa pelo arrependimento de não termos desfrutado, compreendido e observado devidamente a nossa vida passada, antes de sermos atirados, sem dar por isso, para aquela que temos atualmente.

E hoje, quando olhamos para um rapaz que, por exemplo, esteja a terminar o liceu, já não o olhamos com aqueles esquemas mentais que tínhamos quando éramos da idade dele, mas com os nossos esquemas totalmente liquefeitos, de pessoas diferentes, pessoas *outras* daquilo que éramos.

Dito de forma ainda mais simples, as características que os jovens apresentam como impregnados do presente são para nós irreconhecíveis, seja como indivíduos filhos do nosso desejo atual de autoafirmação, seja naquela realidade muitas vezes subestimada mas fundamental, porque se propaga e invade por completo o olhar: a moda estética.

«Aparência, para mim, é aquilo que realiza e vive», escrevia Nietzsche, e os jovens representam, nisso, a mudança de massa por excelência dos estilos e dos interesses ligados ao tempo presente, aquilo que os antropólogos também se aperceberam de que é o elemento mais importante da sua ciência de confim, incompleta e irrealizada na sua fragmentada inteireza por definição própria, chegando a transformar a antropologia física, biológica e paleoantropológica em antropologia cultural e social. E os jovens são os exemplos mais representativos daquilo que seremos, hoje e amanhã. Já Aristóteles definia o homem como incompleto.

Mas o desejo de completude (vão e ilusório, é certo) está presente desde o dealbar da civilização. Então, o que, melhor do que o nosso corpo, é o lugar de exibição do indivíduo? O sentido estético, não o esqueçamos, é em parte subjetivo e objetivo, sem dúvida, mas é, sobretudo, cultural e coletivo.

Fala-se frequentemente do fenómeno estético como sendo a moda mais representativa da era moderna, mas as modas são antropopoiéticas¹, fazem parte de um ser humano que constrói conscientemente o seu *ser* humano. Desde que surgiu no mundo, o homem recusou-se a deixar o seu corpo tal como é, e sempre se preocupou, mais ou menos com base na cultura dominante, em interferir com ele. Até o ato de nos

lavarmos todas as manhãs não é outra coisa senão uma representação da relação que o homem tem com o seu corpo, a necessidade de alterá-lo em relação ao natural «correr das coisas»; a este propósito, a antropóloga inglesa Mary Douglas escreveu que a higiene não é só uma questão de progresso científico.

As modas estéticas, do mesmo modo que as culturais, são modas dinâmicas, portanto é particularmente útil começar do ponto de colisão, da faísca, da explosão que leva à gênese da reformulação cultural, deflagrada pelo abraço (letal para os modelos do passado) entre modelos próprios e modelos de massa. Estes últimos invadiram o mundo adulto com imitação, contágio ou envelhecimento natural.

Um exemplo representativo de uma das modas mais atuais são as tatuagens, propagadas pelos muito jovens aos jovens, até chegarem aos adultos.

Três em cada dez americanos têm tatuagens, e a maior parte deles não se fica pela primeira. São alguns dos resultados de uma recente sondagem feita pela The Harris Poll, segundo a qual as tatuagens, no mínimo, parecem ser indispensáveis para os jovens americanos. Quase metade dos *Millennials* (47 %) e mais de um terço da Geração X (36 %) têm pelo menos uma. Por *Millennials* entende-se a famosa Geração Y, aquela que nasceu entre 1980 e 2000 — a gênese dos nados líquidos atuais —, e por Geração X a que nasceu mais ou menos entre meados dos anos sessenta e o final dos anos setenta, início dos anos oitenta.

Por outro lado, apenas 13 % dos *Baby Boomers* (nascidos entre 1946 e 1964) têm uma tatuagem. Como é sabido, os limites, em idênticas definições, nunca são fixos, assemelham-se mais a qualquer coisa imprecisa, líquida, para não fugir ao tema. Os *Millennials* e a Geração X, com as suas elevadas percentagens, como é óbvio, farão crescer de modo notável essa tendência, por isso, dentro de alguns anos, os

dados relativos às pessoas de cinquenta, sessenta, setenta e oitenta anos tatuadas estarão, no mínimo, desvirtuados. Outras constatações interessantes que resultam desse estudo dizem-nos que o habitat não exerce qualquer influência sobre os americanos quando a moda é a tatuagem. Quer vivam no campo, quer na cidade, não existem diferenças significativas ou particularmente representativas. O mesmo se aplica à orientação política: 27 % são republicanos, 29 % democratas e 28 % independentes.

No que respeita à Itália, dados recentes chegam-nos do Instituto Superior da Saúde: 13 em cada cem italianos têm tatuagens. Puxando da calculadora, os italianos tatuados são cerca de sete milhões. Esses dados revelam que no nosso país as tatuagens se têm disseminado mais entre as mulheres (13,8 % das entrevistadas) do que nos homens (11,7 %). A primeira tatuagem é feita aos 25 anos, mas o maior número de tatuagens encontra-se na faixa etária dos 35 aos 44 anos (29,9 %). Contudo, cerca de 1 500 000 pessoas têm idades entre os 25 e os 34 anos. Entre os menores de idade, a percentagem é igual a 7,7 %. A maioria está satisfeita com a tatuagem que tem (92,2 %), mas uma percentagem elevada, uns 17,2 %, declarou que pretendia removê-la, e, entretanto, 4,3 % desses já o fizeram. Os homens preferem tatuar os braços, os ombros e as pernas; as mulheres fazem-no sobretudo nas costas, nos pés e tornozelos. Um quarto dos tatuados (25,1 %) residem no norte de Itália, 30,7 % são licenciados e 63,1 % trabalham. 76,1 % procuraram um centro especializado e 9,1 % um centro estético, mas 13,4 % fizeram-no fora dos centros autorizados. Também no caso italiano não se registam pormenores relevantes respeitantes a convicções políticas que se queiram gravar na pele como uma marca, como sinal de pertença a um ideal nunca traído. No entanto, quem não se recorda de todas aquelas tatuagens usadas como força representativa de uma coesão ou de um credo políticos? Hoje

tudo isso desapareceu, o «móbil» político da tatuagem é um aspeto que deixou de existir na nossa modernidade líquida.

Com efeito, o tema político hoje foi completamente redesenhado — talvez fosse melhor dizer (com mais *pathos*) «reestruturado» — pelo indivíduo. E isto porque a fronteira entre esfera pública e esfera privada foi arrancada pela raiz. Os nossos problemas privados invadem a esfera pública todos os dias, mas isso não significa que os nossos problemas passem a ser problemas dos outros. Pelo contrário, os nossos problemas continuam a ser nossos. O que significa é que, pelo facto de «mendigarmos» à esfera pública, destruímos literalmente o espaço de todos aqueles argumentos que são na verdade pertinentes à esfera pública. Daí resulta a morte da política, entendida como o modo de agir politicamente do cidadão no interior do debate público. Hoje, o nado líquido move-se apenas no interior da sua própria individualidade e tenta arduamente patenteá-la, para invadir a esfera pública, alimentando a ilusão de que possa existir uma solução universal, e partilhada por todos, para o seu ser incompleto.

É natural que nos perguntemos: porque é que as tatuagens se tornaram uma necessidade para quem quer identificar-se com a estética da modernidade líquida?

ZYGMUNT BAUMAN: Todas as formas de emulação que manipulam o aspeto público do próprio corpo (ou aquela parte da «representação do eu na vida quotidiana» impressa no próprio corpo, como Erving Goffman preferia defini-lo) que até agora tão perspicazmente notaste e elencaste, novas, surpreendentes e votadas a um destino efémero (muito embora, como já há um século e meio Baudelaire observava, todas pretendam capturar a eternidade num instante fugaz), nascem da humana, demasiado humana, reelaboração moderna da identidade social de *dado* para *tarefa*. Tarefa que hoje se espera e se considera necessário e obrigatório que seja desem-