

## Índice

1. Transformações na pele Tatuagens, cirurgia plástica, <i>hipster</i>	15
2. Transformações da agressividade <i>Bullying</i>	35
3. Transformações sexuais e amorosas Decadência dos tabus na era do <i>e-commerce</i> sentimental	53
Posfácio A última aula	77

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 antropopoiéticas<sup>1</sup>, 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