

Perché le persone si tatuano in massa?

Prima i tatuaggi erano solo per marinai e galeotti. Oggi no. Ecco una spiegazione economica

*Giorgio Arfaras*⁶

Si ha chi – scettico che in economia si possano fare delle previsioni – crede che l'analisi economica abbia lo stesso un ruolo importante – quello di trovare una logica anche per i comportamenti più strambi. Uno di questi è la diffusione dei tatuaggi (1). Una volta si tatuavano solo i marinai e i malavitosi, oggi ci si tatua in massa. Proviamo ad analizzare la diffusione dei tatuaggi con gli strumenti dell'economia.

Chi si tatua oggi pensa che domani il tatuaggio non lo metterà in imbarazzo. Una ragazza che si tatua oggi potrebbe, infatti, trovarsi in imbarazzo domani, se invitato su uno yacht di VIP tutti rigorosamente senza tatuaggi. In altre parole, chi si tatua oggi pensa che non cambierà granché le proprie preferenze in futuro, ossia che si troverà facilmente in un mondo dove il tatuaggio non discrimina, anzi è diffuso, persino sugli yacht, salvo che sul Britannia.

Il non pensare a un domani completamente diverso è il comportamento di chi sottovaluta quanto il futuro possa essere mutevole (in gergo economico: abbiamo un projection bias). Ed è anche il comportamento di chi pensa che il futuro non abbia poi una grande importanza (in gergo economico: abbiamo un present bias). Avere in mente un tempo futuro simile all'oggi con il tempo futuro schiacciato sul tempo presente è un comportamento che avevano ed hanno – fra quelli che si tatuavano e tatuano - i marinai e i malavitosi. Per loro la probabilità di cambiar vita era ed è bassa. Perciò non si pone il problema del mutamento ambientale che ti mette in imbarazzo con tutti i polipi e i pugnali tatuati sul corpo.

Si possono dare dei consigli di natura economica – ossia senza “giudizi di valore” - a chi – in numero ormai crescente - si vuole tatuare. Il tatuaggio “è per vita” (in gergo economico: è un irreversible investment), a meno di sottoporsi ad un'operazione dolorosa per eliminarlo. Ossia, il tatuaggio non può essere comprato e venduto a piacimento con un costo molto contenuto (in gergo economico: è un bene illiquido). Segue dal ragionamento del tatuaggio - come un qualcosa in origine “irreversibile” e perciò “illiquido” - che al neo tatuato conviene scegliere come segnale di appartenenza non già l'amata di oggi, che facilmente domani non ci sarà, ma la squadra di calcio, che, come ben si sa, è per sempre. In questo modo si riducono gli eventuali costi di transazione.

Resta sullo sfondo il quesito del perché ci si tatua oggi più di ieri – ossia dai soli marinai e malavitosi alle larghe “masse”? Un'ipotesi è quella della Modernità: venendo meno le “mega” appartenenze - religiose, etniche, politiche -, ci si concentra di più sul proprio ego, che viene infiorato con i simboli delle “mini” appartenenze.

La “casalinga di Voghera”, che una volta nemmeno si mostrava in costume di bagno, oppure si mostrava, al pari delle sue amiche, sorridente con un bel pezzo intero, perché mai oggi si tatua? Probabilmente perché si sente “disancorata” e perciò cerca di segnalare le proprie preferenze con una modalità che crede che sia stata “sdoganata” e dunque che è usufruibile anche dalle “persone per bene”. Meglio, dal momento che in molti si tatuano, il tatuarsi diventa molto meno imbarazzante – anzi aiuta a riconoscersi - e dunque il tatuaggio si diffonde velocemente (in gergo economico: si ha una information cascade).

(1) <http://stumblingandmumbling.typepad.com/>

PAROLE CHIAVE:

tatuaggi / Economia / crisi / recessione / manie

ARGOMENTI:

mercati