

UNIVERSIDADE FEDERAL DO RIO GRANDE DO NORTE
CENTRO DE CIÊNCIAS HUMANAS, LETRAS E ARTES – CCHLA
PROGRAMA DE PÓS-GRADUAÇÃO EM ESTUDOS DA MÍDIA - PPgEM/UFRN

**PRODUTOS E IMAGENS DA INDÚSTRIA CULTURAL EM TATUAGENS:
ESTUDO DA INTERAÇÃO FACE A FACE NA PRAIA DA PIPA-RN**

NATAL-RN

2017

ANA PAULA DE BARROS FERREIRA

**PRODUTOS E IMAGENS DA INDÚSTRIA CULTURAL EM TATUAGENS:
ESTUDO DA INTERAÇÃO FACE A FACE NA PRAIA DA PIPA-RN**

Dissertação de Mestrado apresentada ao Programa de Pós-Graduação em Estudos da Mídia, na linha de pesquisa Produção de Sentido, da Universidade Federal do Rio Grande do Norte (PPGEM/UFRN), como requisito para a obtenção do título de Mestre em Estudos da Mídia.

Orientação: Prof.^a Dr.^a Maria Angela Pavan

NATAL-RN
2017

Universidade Federal do Rio Grande do Norte - UFRN
Sistema de Bibliotecas - SISBI
Catalogação de Publicação na Fonte. UFRN - Biblioteca Setorial do Centro de Ciências Humanas, Letras e Artes -
CCHLA

Ferreira, Ana Paula de Barros.

Produtos e imagens da indústria cultural em tatuagens: estudo da interação face a face na Praia da Pipa-RN / Ana Paula de Barros Ferreira. - 2017.

138f.: il.

Dissertação (mestrado) - Universidade Federal do Rio Grande do Norte. Centro de Ciências Humanas, Letras e Artes. Programa de Pós-Graduação em Estudos da Mídia.

Orientadora: Prof.^a Dr.^a Maria Angela Pavan.

1. Tatuagem - Tibau do Sul (Rio Grande do Norte). 2. Corpo. 3. Hiperconsumo. 4. Cultura. 5. Praia de Pipa/RN. I. Pavan, Maria Angela. II. Título.

RN/UF/BS-CCHLA

CDU 391.91(813.2)

AGRADECIMENTOS

Dedico este trabalho a todos os jovens de origem popular que lutam todos os dias para serem o que desejam, enfrentando com coragem cada obstáculo que se levanta dia após dia.

Agradeço imensamente a Maria Angela Pavan que, desde o primeiro momento que olhou em meus olhos, entendeu meu desejo pelo conhecimento. Gratidão por todo o incentivo, encorajamento e forjamento.

Agradeço aos queridos professores Lisabete Coradini, Juciano Lacerda e Josimey Costa por todas as sugestões e incentivos dados ao longo dos dois anos de desenvolvimento desta pesquisa. O carinho deles enriqueceu o resultado final deste trabalho.

Agradeço a CAPES pela bolsa de estudo que me foi concedida. Esse incentivo financeiro me permitiu trabalhar com tranquilidade durante o último ano da pesquisa.

Agradeço muito ao meu mestre da vida, Dr. Daisaku Ikeda. Suas orientações foram minha base de sustentação nos momentos que mais precisei de motivação.

Agradeço a Juliana Hermenegildo, Juliana Holanda, Livia Brasil, Emmerson Aguilar e Dickson Tavares. Obrigada por terem aliviado a solidão que um mestrado comporta. Vocês foram incríveis.

Sou grata aos autores presentes nas referências desta pesquisa. Foi emocionante ‘estar’ com eles durante o tempo dedicado a esta dissertação. Foram muitos diálogos mentais que ampliaram meus horizontes e o modo como vejo a vida.

Agradeço imensamente a minha querida rede de informantes. Sem eles esta pesquisa não teria se tornado realidade. De modo especial, agradeço a toda família Divino Tattoo que me acolheu como um membro e enriqueceu de forma magnífica o resultado da pesquisa.

Também dedico este trabalho a minha mãe, Devanilda de Barros Gomes. Tenho imensa gratidão por sua dedicação em me preparar para a vida. Agradeço a minha família inteira por me ensinar que estudar é uma atitude nobre, um caminho para se ter uma vida digna.

Agradeço ao meu marido Mattia Cutrufelli, por me mostrar todos os dias que eu posso sempre ser melhor do que fui ontem.

RESUMO

Esta pesquisa é sobre o consumo de tatuagem de imagens de produtos da indústria cultural na Praia da Pipa, Tibau do Sul, Rio Grande do Norte. Foi realizada uma análise sobre o agenciamento de imagens de produtos da indústria cultural na construção de narrativas pessoais e escritas no corpo em forma de tatuagens. Para isso, foram construídas uma metodologia etnográfica e uma pesquisa de campo que durou cinco meses. Levamos em conta também a história de vida de três moradores do lugar e a observação empírica em um estúdio de tatuagem, entre os meses de julho e agosto de 2016. As reflexões aqui apresentadas são fundamentadas, principalmente, nas obras de Le Breton (2007), Luiz Braga (2011), Goffman (2012), Giddens (2003) e Lipovetsky (2007), Sodré (2013), Canevacci (2008) e Appadurai (2004). O objetivo é aprofundar a compreensão sobre episódios comunicacionais e interações sociais que se estabelecem no cotidiano dos moradores da Pipa e, que são acionadas pelo corpo tatuado com imagens de produtos da indústria cultural.

Palavras-chave: hiperconsumo; corpo; tatuagem; cultura; Praia de Pipa/RN, produção de sentido.

ABSTRACT

This research is about the consumption of images of cultural industry products in the form of tattoos, at Pipa beach, Tibau do Sul, Rio Grande do Norte. An analysis was performed on the agency of cultural industry products' images, making personal and written narratives in the body with tattoos. Thereunto, an ethnographic methodology and a field research that took five months were made. We also took into account the life's story of three local residents and the empirical observation in a tattoo studio, between July and August 2016. The reflections presented here are mainly based in the works of Le Breton (2007), Luiz Braga (2011), Goffman (2012), Giddens (2003) and Lipovetsky (2007), Sodré (2013), Canevacci (2008) and Appadurai (2004). The aim is to deepen understanding about communicational episodes and social interactions that are established in the daily life of Pipa residents, and which are stimulated by the tattooed body with images of cultural industry products.

Key-words: Hyperconsumerism; Body; tattoo; Culture; Pipa Beach/RN, Sense production.

LISTA DE FIGURAS

Figura 01: Cena do filme “Alabama Monroe”	17
Figura 02: Imagens de <i>backstage</i> do filme “Alabama Monroe”	18
Figura 03: Propaganda Biscoito Piraquê Campanha “Como sempre Piraquê”	18
Figura 04: Propaganda Cielo Campanha “Empreendedores Fantásticos”	18
Figura 05: Propaganda Cielo Campanha “Empreendedores Fantásticos”	19
Figura 06: Propaganda da Jägermeister Campanha “HUNT OR BE HUNTED”	19
Figura 07: Propaganda da Jägermeister Campanha “HUNT OR BE HUNTED”	19
Figura 08: Mini-telejornal “G1 em 1 Minuto”/TV Globo.....	20
Figura 09: Sérgio Led's, tatuador e proprietário do Estúdio.....	20
Figura 10: Convite para a pré-venda da coleção C&A + Led's Tattoo postado no Instagram do Estúdio Led's Tattoo.....	21
Figura 11: Peça da coleção C&A + Led's Tattoo.....	21
Figura 12: Mapa de Mesorregiões do Rio Grande do Norte.....	62
Figura 13: Mapa de Microrregiões do Rio Grande do Norte.....	62
Figura 14: Localização de Tibau do Sul.....	63
Figura 15: Sinopse do Censo 2010 - Densidade Demográfica Preliminar (habitantes/km ²).....	63
Figura 16: Recorte do jornal argentino <i>Clarín</i> do dia 10/12/2016.....	70

LISTA DE TABELAS

Tabela 01: Quadro sinóptico dos três informantes.....	43
Tabela 02: Roteiro de entrevista elaborado para conduzir as entrevistas.....	45
Tabela 03: Seis etapas do percurso metodológico para registrar as histórias de vida.....	48
Tabela 04: Critérios utilizados para fotografar os entrevistados.....	50
Tabela 05: Doze etapas para a produção das biografias.....	52

LISTA DE GRÁFICOS

Gráfico 01: Síntese demográfica de Tibau do Sul.....	63
--	----

SUMÁRIO

INTRODUÇÃO.....	10
CAPÍTULO 1. CORPO TATUADO COM IMAGENS DE PRODUTOS DA INDÚSTRIA CULTURAL: DISPOSITIVO DE INTERAÇÃO EM COPRESENÇA.....	13
1. Hiperconsumo de tatuagem – considerações sobre novos modos de consumo.....	13
2. Uma abordagem sócio-comunicacional do corpo.....	25
3. Corpo tatuado com imagens de produtos da indústria cultural – definição de um dispositivo de interação em copresença.....	30
CAPÍTULO 2. ETAPAS METODOLÓGICAS DA PESQUISA.....	35
1. Primeiro passo: fazer-se olho para ver além da pele – colocando as lentes da etnografia e da etnopsaisagem.....	35
1.1. Abordagem Etnopsaisagística da Avenida Baía dos Golfinhos.....	39
2. Segundo passo: coleta de dados.....	41
2.1. Estúdio de tatuagem Divino Tattoo.....	41
2.2. Os três informantes.....	43
2.3. Entrevista – viagem rumo à subjetividade do informante.....	44
2.4. Reunindo o material para as <i>tattoobiografias</i>	46
2.4.1. Da fotobiografia à <i>tattoobiografia</i>	47
3. Terceiro passo: descrição dos dados para além da escrita – sobre a estrutura narrativa da <i>tattoobiografia</i> e a montagem das pranchas fotográficas.....	51
4. Reflexão sobre a construção de uma metodologia transdisciplinar.....	54
CAPÍTULO 3. DE RELATOS ÀS REFLEXÕES – ESBOÇO DO CORPO TATUADO COM IMAGENS DA INDÚSTRIA CULTURAL NA PRAIA DA PIPA.....	55
1. Retrato de Pipa: uma vila cosmopolita.....	56
1.1. Pipa antiga: retrato de uma vila caiçara Prancha 1.....	57
1.2. Pipa de hoje: retrato de uma vila cosmopolita Prancha 2.....	62

1.2.1. Prancha 3 – Visão Panorâmica.....	65
1.2.2. Prancha 4 – Avenida Baía dos Golfinhos.....	72
2. <i>Tattoobiografias</i> : memórias narradas na pele.....	74
2.1. <i>Tattoobiografia</i> F.F.....	75
2.2. <i>Tattoobiografia</i> I.B.....	85
2.3. <i>Tattoobiografia</i> J.D.....	102
3. Estúdio Divino Tattoo – Cotidiano de uma usina de materialização do imaginário.....	114
3.1. A tatuagem e seu ritual de consumo – Prancha 8.....	115
3.2. Agenciamento de imagens e as lógicas de organização das tatuagens no corpo para compor o <i>look</i> da pele – Prancha 9.....	118
3.3. Pipa, lugar de tatuados.....	122
CONSIDERAÇÕES FINAIS.....	124
REFERÊNCIAS.....	135

INTRODUÇÃO

A tatuagem tem sido usada com frequência para adornar o corpo. E através das imagens tatuadas, o corpo expressa gostos, identidades, estilos e constrói narrativas identitárias. Utilizada por pessoas de variadas faixas etárias e classes sociais, a tatuagem passa a ocupar um espaço diferente no imaginário social. Cada vez mais o corpo tatuado supera o tabu do profano e do marginal, transformando-se em atitude performática e fetiche. Essa prática de modificação corporal está passando por um processo de transformação que fica evidente quando observamos suas formas de uso e consumo; como também as técnicas e tecnologias empregadas no processo de tatuar que acompanham o crescimento e as exigências do mercado. Os tipos de desenhos escolhidos para adornar o corpo também mudaram ao longo do tempo e uma infinidade de estilos está à disposição de quem decide se tatuar. A personalização chega aos estúdios de tatuagem que oferecem aos seus clientes a possibilidade de co-criação do desenho entre tatuado e tatuador. Entre os tipos de imagens escolhidas estão os produtos culturais. São desenhos animados, personagens e cenas de filmes, retratos de cantores e letras de música. As imagens que circulam na arena midiática agora estão presentes na pele das pessoas e representam seus afetos, subjetividades e memórias.

Lipovetsky (2007) afirma que estamos em um novo patamar de consumo. São os tempos do hiperconsumo, em que o gosto pela mudança se difunde universalmente e o anseio por “moda” se espalha além da esfera indumentária. O consumo passa a ter novas funções subjetivas e significação social. O consumidor tenta revelar traços de sua subjetividade através de suas escolhas de compra, objetos que povoam seu universo e signos que combinam à sua maneira. “Numa época em que as tradições, a religião, e a política são menos produtoras de identidade central, o consumo encarrega-se cada vez melhor de uma nova função identitária” (LIPOVETSKY, 2007, p. 45). O prazer de consumir está cada vez menos relacionado à vaidade social e mais próximo a uma autonomia sobre a organização do projeto de vida e domínio sobre o espaço, tempo e corpo.

Apesar desse movimento de “popularização” e da tendência de usar tatuagem para produzir uma imagem de si, há pouco tempo, a tatuagem era restrita a alguns grupos tidos como marginais na sociedade ocidental contemporânea (LEITÃO, 2004). Essa marca corporal vem ganhando novos espaços de circulação, novos adeptos e modos de consumo e produção. A Praia da Pipa, localidade praiana situada no litoral do sul do Rio

Grande do Norte, contexto em que esta pesquisa foi desenvolvida, tem a tatuagem presente nos traços de sua identidade.

Nesta pesquisa, o corpo tatuado com imagens de produtos da indústria cultural é visto como um suporte material no qual as pessoas criam e registram narrativas de suas vivências e experiências simbolizadas por essas imagens. É um corpo que traz em sua pele tatuagens de imagens da indústria cultural, revelando um modo de ser inserido na cultura de consumo, é uma manifestação da forma de se viver no ethos midiaticizado (SODRÉ, 2013). As narrativas pessoais presentes no corpo desses indivíduos circulam no cotidiano do lugar onde eles vivem, criando possibilidades de produção de sentido, de significações e de interações sociais. Neste texto busca-se problematizar o corpo tatuado sob o prisma de uma abordagem sócio-comunicacional, com o objetivo de fazer uma análise sobre o agenciamento de imagens de produtos da indústria cultural na construção de narrativas pessoais e escritas no corpo em forma de tatuagens. A Praia da Pipa foi escolhida como o lugar da pesquisa por ter um conjunto de características que fazem com que as pessoas se sintam mais livres em relação ao próprio corpo.

Este é um trabalho que dá continuidade ao método de Pesquisa de Doutorado de Pavan e Trindade (2008; 2015) e também do Projeto de Iniciação Científica em que fui bolsista na Universidade Federal do Rio Grande do Norte, de 2010 a 2014.

Para dar conta da natureza do tema proposto, a dissertação foi dividida em quatro momentos. O primeiro capítulo apresenta uma reflexão teórica sobre o consumo contemporâneo de tatuagem e sobre o corpo visto como lugar que a existência toma forma através da aparência, tornando-se um vetor no qual se originam e se propagam as significações que fundamentam a existência individual e coletiva (LE BRETON, 2007). Para tanto, ela foi dividida em três eixos de discussão que contemplam o hiperconsumo de tatuagem e considerações sobre novos modos de consumo. Apresenta também o corpo tatuado com imagens de produtos da indústria cultural – definição de um dispositivo de interação em copresença a partir de uma abordagem sócio-comunicacional do corpo (GIDDENS, 2003; GOFFMAN, 2012; BRAGA, 2006).

O segundo capítulo é um relato sobre o percurso metodológico realizado durante a pesquisa de campo para apresentar os dados coletados e também as reflexões e conclusões da pesquisa. A metodologia empregada foi uma conexão entre etnografia e comunicação e seu desenvolvimento teve os direcionamentos de Geertz (1989), DaMatta (1978), Canevacci (2008; 2009) e Appadurai (2004). Estes foram os referenciais teóricos para o desenvolvimento do trabalho de campo e para a

interpretação das informações coletadas. O registro das histórias de vida de três moradores da Pipa foi feito com técnicas de construção de biografias e fotobiografias propostas por Medina (2003), Bruno (2010) e Martinez (2008), utilizadas para fazer o que chamo de *tattoobiografia*, ou seja, a história de vida de uma pessoa contada a partir de suas tatuagens. Por fim, para sistematizar e apresentar as fotografias e os relatos coletados no trabalho de campo, utilizei como referencial os modelos de pranchas fotográficas empregadas por Margareth Mead e Gregory Bateson, referenciados por Fernandes (2009).

O terceiro capítulo tem o encargo de apresentar o fenômeno estudado, contextualizar suas condições de produção concretas e explicar os dados reunidos e selecionados durante a pesquisa de campo. Ele funciona como uma ponte entre a fase de observação de dados e a fase de interpretação, que busca representar o fenômeno estudado no seu contexto empírico (LOPES, 2010). Divido em três partes, é nesse momento que apresento um perfil de Pipa, as três *tattoobiografias* produzidas a partir dos relatos da rede de informantes e das fotografias produzidas por mim durante as entrevistas e um relato sobre o cotidiano no estúdio de tatuagem Divino Tattoo.

A última parte do texto é destinada às análises dos dados e considerações finais, momento que apresento minha interpretação acerca do processo de produção do *look* da pele elaborada pela rede de informantes que entrevistei em campo na Praia de Pipa/Tibau/Rio Grande do Norte.

CAPÍTULO 1. CORPO TATUADO COM IMAGENS DE PRODUTOS DA INDÚSTRIA CULTURAL: DISPOSITIVO DE INTERAÇÃO EM COPRESENÇA

Este capítulo é uma reflexão teórica sobre o consumo contemporâneo de tatuagem e sobre o corpo visto como lugar que a existência toma forma através da aparência e se torna um vetor onde se originam e se propagam as significações que fundamentam a existência individual e coletiva. O corpo aqui estudado apresenta características que o torna singular e requer uma abordagem específica: é um corpo que tem em sua pele tatuagens de imagens de produtos da indústria cultural e que circula no cotidiano da Praia da Pipa. Nesta pesquisa ele é tido como um dispositivo de interação que concentra fluxos comunicacionais, operando como um atrator permeado de fragmentos simbólicos que atravessam os modos perceptíveis de um olhar, colocando em eminência episódios comunicacionais.

Este capítulo é dividido em três momentos. O ponto de partida traz considerações sobre novos modos de consumir tatuagem e como o uso dessa marca corporal está ganhando novos significados. A segunda parte traz uma reflexão fundamentada em uma abordagem sócio-comunicacional que percebe o corpo como uma interface entre o social e o individual. A última parte traz a definição do corpo tatuado com imagens de produtos da indústria cultural, visto como um dispositivo de interação em copresença.

1. Hiperconsumo de tatuagem – considerações sobre novos modos de consumo

A tatuagem vem sendo usada com frequência para adornar o corpo. E através das imagens tatuadas, o corpo expressa gostos, identidades, estilos e constrói narrativas identitárias. Utilizada por pessoas das mais variadas faixas etárias e classes sociais, a tatuagem passa a ocupar um espaço diferente no imaginário social. Contudo nem sempre foi assim, pois por muito tempo esse tipo de marcação corporal suscitava o exótico, o marginal; era sinônimo de classes marginais como os marinheiros, prisioneiros e soldados de guerra dos anos 1950 que voltavam tatuados para casa (LEITÃO, 2004). A cada dia, a imagem negativa das marcações corporais estão se diluindo, sendo associada a um estilo moderno e urbano. “O sinal tegumentar doravante é uma maneira de escrever na carne os momentos chaves da existência. O corpo torna-se simultaneamente arquivo de si e decoração” (LE BRETON, 2004, p. 11).

Os modos de consumo e de uso se modificaram e a busca por personalização e exclusividade também chegaram aos estúdios de tatuagem que se tornam espaços de consumo de experiências e verdadeiras usinas que transformam imaginários, afetos e memórias em imagens criadas para serem materializadas na pele. Esse modo de utilizar o corpo como tela identitárias, em que são combinados símbolos e imagens para compor tatuagens que transmitem uma ideia de si mesmo, denota um tipo de consumo que reforça a ideia de Lipovetsky (2007), quando diz que o novo modelo de consumo é um modelo pautado na comunicação, “incitando o indivíduo a agir, a responsabilizar-se, a tornar-se o ‘demiurgo de si próprio’” (2007, p. 279). Lipovetsky afirma que estamos em um novo patamar de consumo. São os tempos do hiperconsumo, no qual o gosto pela mudança se difunde universalmente e o anseio de “moda” se espalha além da esfera indumentária. O consumo passa a ter nova significação social e novas funções subjetivas. O consumidor tenta revelar traços de sua subjetividade através de suas escolhas de compra, objetos que povoam seu universo e signos que combina à sua maneira. “Numa época em que as tradições, a religião, e a política são menos produtoras de identidade central, o consumo encarrega-se cada vez melhor de uma nova função identitária” (LIPOVETSKY, 2007, p. 45).

O prazer de consumir está cada vez menos relacionado à vaidade social e mais próximo a uma maior autonomia e soberania individual sobre a organização do projeto de vida, e domínio sobre o espaço, tempo e corpo. O consumo de tatuagem se insere nesse contexto. No estúdio de tatuagem se revela um consumo de ordem regressiva, suscitando memórias e marcos; e reflexiva, pois para muitos tatuar-se é um projeto que demanda planejamento financeiro, estético e social.

Depois de passar dois meses observando a dinâmica dentro do estúdio de tatuagem Divino Tattoo em Pipa/RN e de entrevistar três informantes, pude perceber nuances do consumo de tatuagem que mostram a dicotomia entre a autonomia/soberania individual e a coletividade. Antes de a tatuagem ser feita, o sujeito vive um ritual¹ em que o coletivo e o individual são tensionados a todo instante, e é preciso agenciar as imagens de tal forma que o projeto interno criado para si seja compreendido, compartilhado, e que de alguma forma faça sentido para a sociedade na qual se está inserido.

¹ O ritual de consumo de tatuagens observado nesta pesquisa será descrito no Capítulo 3.

Se a tatuagem das sociedades tradicionais repete formas ancestrais gravadas numa filiação, as marcas contemporâneas, pelo contrário, têm em primeiro lugar um objetivo de individualização e estético; são, com efeito, algumas vezes formas simbólicas de entrega ao mundo, mas sob uma forma estritamente pessoal, recorrendo mesmo a motivos que apenas pertencem a si próprio. O sinal cutâneo é uma maneira de apaziguar a turbulência da passagem de um estatuto para outro, de aprisionar simbolicamente o acontecimento, e de ritualizar assim a mudança. A marca tradicional é vontade de anular a sua diferença pessoal, nas nossas sociedades contemporâneas revela pelo contrário a individualidade, quer mostrar a diferença do próprio corpo, separado dos outros e do mundo, mas lugar da sua liberdade no seio de uma sociedade a que apenas está formalmente ligado (LE BRETON, 2004, p.13).

Apesar desse projeto criado dentro de si para agenciar imagens e compor o *look* da pele virem de uma demanda de ordem individual e expressar a liberdade e autonomia do sujeito contemporâneo, ele não é totalmente interno. É compartilhado/transmitido por seus pares que compartilham desse mesmo estilo de vida ou da mesma sociedade em que esses sujeitos estão inseridos. De acordo com Le Breton (2004), o corpo pode ser um espaço de convergência entre as orientações culturais, que são os elementos e objetos que concretizam os contratos sociais; e as experiências pessoais são as construções subjetivas.

O sinal é memória de um acontecimento, da abertura pessoal duma passagem na existência, do qual o indivíduo não quer perder a lembrança. Sob uma forma ostensiva ou discreta, participa duma estética da vida quotidiana, jogando com o segredo segundo o seu lugar e o grau de familiaridade com o outro. (...) Algumas vezes prótese identificativa, superfície protectora contra a incerteza do mundo, significa também mais alegria de existir e demonstração de um estilo de presença. A marca corporal ou o objeto do *piercing* são um modo difuso de filiação numa comunidade flutuante que nutre uma cumplicidade relativa com aqueles que os trazem igualmente (LE BRETON, 2004, p. 11).

Inserido nesse novo patamar, o consumo de tatuagem também se amplia e ganha mais espaço, circulando nos corpos que aparecem na arena midiática atualmente. Investigar essa premissa não fazia parte dos objetivos da pesquisa, porém fiz algumas observações ao longo deste estudo e gostaria de contextualizar a temática e apresentar algumas reflexões. Tenho observado a presença de tatuagens em filmes, programas de televisão e peças publicitárias. E também a presença de pessoas tatuadas, de estúdios de tatuagem e de histórias que fazem referência ao tipo de consumo de tatuagens que

venho discutindo até aqui.

Das produções cinematográficas observadas, a que mais me causou impacto foi o filme “Alabama Monroe” (2012). A obra é uma produção belga, indicada ao Oscar de Melhor Filme Estrangeiro em 2014 e ganhadora de alguns prêmios europeus². A partir de uma narrativa não linear, o filme conta o drama do casal Elise e Didier que vive em área quase rural na Bélgica. Ela é tatuadora em uma cidade próxima e ele é uma espécie de fazendeiro hippie, cantor e tocador de banjo em um grupo de *bluegrass*³. A história é intensa e não cabe aqui descrevê-la em seus pormenores. O que nos interessa é que a história de vida do casal gira em torno da música e da tatuagem. Elise tem o hábito de tatuar em sua pele imagens que a fazem recordar suas histórias amorosas. Em uma cena no estúdio de tatuagem, Elise se encontra pela primeira vez com Didier e tenta convencê-lo de se tatuar mostrando todas as imagens que fez para marcar seus relacionamentos. Quando se apaixona por Didier, tatua a imagem de uma pistola com o seu nome (isso porque o chama de “cowboy”) e passa a cantar no grupo de *bluegrass*.

Com o desenrolar da trama, o casal tem uma filha que recebe o nome Maybelle. Com uma pesquisa rápida, descobri que uma das percussoras do *bluegrass* foi Maybelle Addington Carter. Maybelle fica doente, o casal entra em uma crise profunda e Elise se separa de Didier, dizendo que mudou de nome, passando a se chamar Alabama. Didier pergunta angustiado quem seria ele, já que ela não é mais Elise. Ela responde chamando-o de Monroe. Algumas cenas depois, Elise mostra a Didier um *cover up*⁴ da tatuagem que tinha feito em homenagem a ele. Ela não consegue superar a perda da filha e comete suicídio, mas antes de morrer, tatua logo abaixo da tatuagem com *cover up* os nomes Alabama e Monroe, com dois corações atravessados por uma flecha. O nome Alabama é uma referência à cultura norte-americana que tanto encantava Didier, e é um lugar importante para o *bluegrass*. O nome Monroe é uma referência a Bill Monroe, o grande ídolo de Didier, considerado pai do *bluegrass*. Esse filme é um exemplo de como a tatuagem de imagens da indústria cultural está presente no modo de ser e viver contemporâneo, suscitando memórias e afetividades.

Outros produtos midiáticos de vários segmentos do mercado – que não têm relação direta com o mundo da tatuagem – estão sendo utilizados em tatuagens e

² Festival de Berlim 2013 Prêmio do Público - Melhor Ficção | FESTIVAL DE TRIBECA 2013. Melhor Atriz (Veerle Baetens) e Melhor Roteiro | EUROPEAN FILM AWARDS 2013 - Indicação - Prêmio do Público.

³ Estilo musical similar ao *country*, executado só com instrumentos de corda.

⁴ Técnica de cobertura de tatuagem.

peças tatuadas para compor as peças publicitárias como: Piraquê⁵, Cielo⁶, Burger King⁷, Ballantines⁸, Jägermeister⁹, O Boticário¹⁰, entre outras que surgirão no processo de finalização desta pesquisa. O mini-telejornal “G1 em 1 Minuto”¹¹ veiculado na TV Globo traz um âncora que tem um estilo mais informal e braços tatuados. Também percebi que lojas de departamento mais populares, como a C&A e a Riachuelo, estão utilizando muito, em seus catálogos e peças publicitárias, modelos tatuados. Inclusive em julho de 2016, a C&A Brasil chegou a fazer uma parceria inédita e exclusiva com a Led’s Tattoo, estúdio de tatuagem considerado pela crítica o maior da América Latina, lançando uma coleção chamada C&A+Led’s Tattoo¹².

Tatuagens fazem parte da composição imagética do mundo contemporâneo, incluindo a sua exibição em cinema, publicidade, moda, entre outros produtos midiáticos (Figuras 01, 02, 03, 04, 05, 06, 07, 08, 09, 10 e 11).

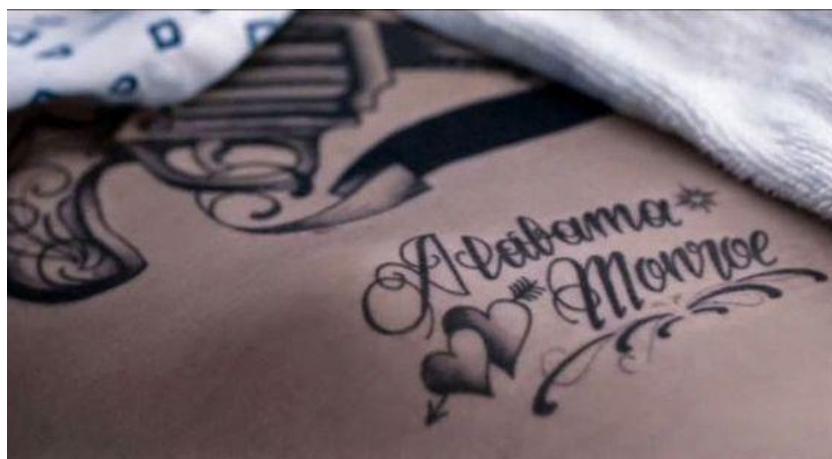


Figura 1 - Cena do filme “Alabama Monroe”
Fonte: *Printscreen* do filme “Alabama Monroe”

⁵ <https://youtu.be/4eAqTenQB1A>

⁶ https://youtu.be/j_tFiWlj1wA

⁷ <https://youtu.be/-NWQELnbMM4>

⁸ <https://youtu.be/f3qv2dSXQXk>

⁹ <https://youtu.be/FAfWZzEjJHI>

¹⁰ <https://www.youtube.com/watch?v=9h6WvZ4id8o>

¹¹ <http://g1.globo.com/videos/v/g1-em-1-minuto-governo-muda-data-do-pagamento-da-primeira-parcela-do-13o-dos-aposentados/5128772/>

¹² Disponível em: <<http://mdemulher.abril.com.br/moda/estilo/ca-faz-parceria-com-estudio-de-tatuagem-leds-tattoo>> Acesso em: 20 ago 2016.



Figura 2 - Imagem de *backstage* do filme “Alabama Monroe”
 Fonte: www.slate.com - Foto de Olli Bery



Figura 3 - Propaganda do Biscoito Piracê | Campanha “Como sempre Piracê”
 Fonte: <https://youtu.be/4eAqTenQB1A>



Figura 04 - Propaganda da Cielo | Campanha “Empreendedores Fantásticos”
 Fonte: <https://youtu.be/KEEHk-OMu-E>



Figura 4 - Propaganda da Cielo | Campanha “Empreendedores Fantásticos”
Fonte: <https://youtu.be/KEEHk-OMu-E>

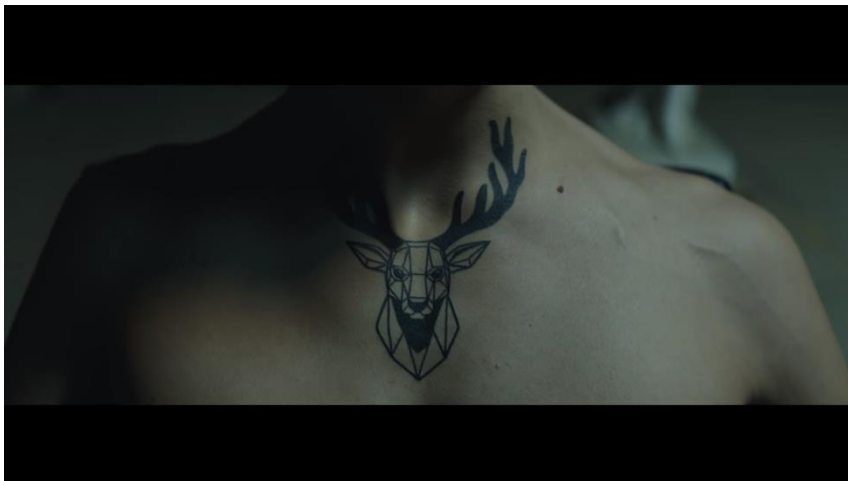


Figura 5 - Propaganda da Jägermeister | Campanha “HUNT OR BE HUNTED”
Fonte: <https://youtu.be/FAfWZzEjJHI>

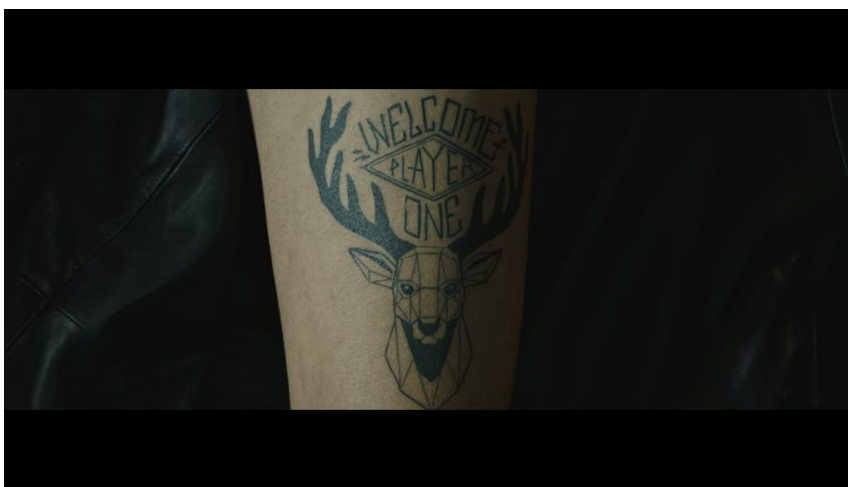


Figura 07 - Propaganda da Jägermeister | Campanha: “HUNT OR BE HUNTED”
Fonte: <https://youtu.be/FAfWZzEjJHI>



Figura 6 - Mini-telejornal “G1 em 1 Minuto” / TV Globo

Fonte: <http://g1.globo.com/videos>



Figura 09 - Sérgio Led's, tatuador e proprietário do Estúdio Led's Tattoo

Fonte: <https://www.instagram.com/sergioleds/>



Figura 107 - Convite para a pré-venda (postado no Instagram do estúdio)
 Fonte: <https://www.instagram.com/sergioleds/>



Figura 8 - Peça da coleção
 Fonte: <https://www.instagram.com/sergioleds/>

Essa prática de modificação corporal está entrando aos poucos no campo midiático e começa a dar indícios de que se tornará um adorno corporal popular, ou um atributo social aceito, como no caso da Praia da Pipa/RN. Lembro-me da fala da Professora Maria Immacolata Vassallo de Lopes durante o Seminário *Mediações Comunicativas na Cultura Local*¹³. Immacolata diz que devemos estar sempre atentos

¹³ Seminário ministrado pela Prof.^a Dr.^a Maria Immacolata Vassallo de Lopes, durante os dias 26, 27 e 28

àquilo que se torna popular e passa a fazer parte do entorno cultural de um lugar, de uma sociedade, pois são esses elementos aceitos no cotidiano que formam suas matrizes culturais e a cultura é o entorno da comunicação. Os meios de comunicação fazem parte da vida cotidiana das pessoas e colaboram no processo de produção social do sentido. Na ocasião, a professora Immacolata lançou a seguinte pergunta: “Como se produz sentido a partir do uso dos meios?”. A questão foi provocadora e me fez lembrar a abordagem que Luiz Braga (2006) fez acerca da produção e recepção dos sentidos:

Essa perspectiva [a de Verón (1996, p.20) que vê a circulação como fluxo que faz chegar das instâncias de produção ao espaço de consumo] enfoca, no processo de circulação, o fluxo material do "fazer chegar" o produto ao consumidor. Ora, quando se trata de valores simbólicos, e da produção e recepção de sentidos, o que importa mais é a circulação *posterior à recepção*, ou seja, uma vez completada a processualidade mais diretamente "econômica" (ou comercial) do processo, do "fazer chegar", os produtos não são simplesmente "consumidos" (no sentido de "usados e gastos"). Pelo contrário, as proposições "circulam", evidentemente trabalhadas, tensionadas, manipuladas, reinseridas nos contextos mais diversos. (...) *O sistema de circulação interacional* é essa movimentação social dos sentidos e dos estímulos produzidos inicialmente pela mídia (BRAGA, 2006, p.28).

Existe uma grande quantidade de estilos de desenhos à disposição de quem decide se tatuar e, no meio deles, imagens de produtos culturais ou que fazem referência à indústria cultural. São desenhos animados, personagens e cenas de filmes, cantores e letras de música. As imagens que circulam na arena midiática agora estão presentes na pele das pessoas representando seus afetos, subjetividades e memórias. Faço referência à Braga (2006) porque o autor desenvolve uma perspectiva redirecionadora, contrapondo à visão “informacional” (unidirecional), uma posição decididamente comunicacional, apresentando a ideia de que “desde as primeiras interações midiáticas, a sociedade *age e produz* não só com os meios de comunicação, ao desenvolvê-los e atribuir-lhes objetivos e processos, mas sobre os seus produtos, redirecionando-os e atribuindo-lhes sentido social” (BRAGA, 2006, p. 22). A forma como a sociedade enfrenta¹⁴ a mídia é apresentada pelo autor como um sistema de

de outubro de 2015 na Universidade Federal do Rio Grande do Norte, promovido pelo projeto de Cooperação “Comunicação e mediações em contextos regionais: usos midiáticos, culturas e linguagens” – PPGCOM-USP/PPgEM-UFRN/PPGCOM-UFMS – PROCAD 071/2013.

¹⁴ “A expressão se justifica no sentido de que diferentes setores da sociedade (alguns deles “alojados” nos próprios processos de produção midiática) se voltam, reflexiva e/ou ativamente *sobre* a mídia, seus produtos e processos. Põem-se de frente para interpretá-la” (BRAGA, 2006, p. 307).

resposta social ou terceiro sistema de processos midiáticos.

As pessoas entrevistadas nessa pesquisa estão inseridas na cultura de consumo e no cotidiano estetizado da vida urbana contemporânea, e o consumo de tatuagem de imagens de produtos da indústria cultural é uma forma de comunicação corporal. A tatuagem não é somente um adorno, ela representa uma existência, um estilo de vida constituído no ethos midiático, que segundo Sodré (2009) se “caracteriza-se pela manifesta articulação dos meios de comunicação e informação com a vida social. Ou seja, os mecanismos de inculcação de conteúdos culturais e de formação das crenças são atravessados pelas tecnologias de interação ou contato. Passamos a acreditar naquilo que se mostra no espelho indústria”. Além do mais, são imagens públicas que estão à disposição na arena da circulação midiática, mas que, uma vez resignificada, passam a ser particular/íntima, simbolizando a história de vida e os afetos. (PAVAN; FERREIRA, 2015, p. 3).

O entrevistado J.D. de 25 anos explica o que acha interessante na tatuagem e porque ele decidiu criar em seu braço direito um mosaico com imagens referentes a bandas de *rock*:

Qualquer banda que eu tenho na pele, marcou uma etapa da minha vida. Da minha adolescência.... Toda banda é especial para mim. Num momento certo que eu comecei a ouvir eu era muito ligado.... Essa coisa da revolução dos anos, do adolescente, da rebeldia que quer fazer coisas que ninguém quer, liberdade né que você sonha viver na paz e talvez escutar música que se assemelha ao pensamento que você tem acho que essa foi o principal coisa. Como te falava, a música sempre foi muito importante para mim. O rock em geral, blues, jazz e outros de música. O que mais gostava de fazer no tempo livre era escutar música. E essa vontade de me sentir significado e a gente que me conhecia já via no meu braço uma pré-anúnciação ou falar: “Olha, o menino gosta da música, gosta do rock e sem precisar você falar uma palavra ou duas. Eu acho isso o legal da tatuagem, você ver uma tatuagem na pessoa e já pode fazer uma leitura de mais ou menos o que gosta essa pessoa. É muito legal isso e eu me sinto representado pelas tatuagens da música (J.D.)

Braga (2006) trabalha com o conceito de dispositivo social de crítica à mídia, mas deixa claro que há muitas possibilidades de a sociedade enfrentá-la. Acredito que aqui estamos diante de um dispositivo social de reapropriação de sentido e também de expressão de consumo midiático, já que os indivíduos se apropriam de imagens que circulam na arena midiática e as relacionam com sua história de vida e afetos, ao mesmo tempo evidenciam quais são esses produtos que consomem no cotidiano.

As imagens que circulam na arena midiática fazem parte do imaginário dessas pessoas. Por esse motivo, as imagens encontradas no corpo dos entrevistados são dos desenhos animados de sua preferência. Vejamos a fala de I.B, masculino, 28 anos, que tem dois desenhos animados tatuados na pele. Ele fala sobre sua relação de afeto com a televisão e com os desenhos que assistia.

Cinema não, mas televisão eu acho que era minha vida. Porque assim, eu sempre gostei muito de desenho, de desenhar (...) os que eu brincava eram todos feitos por mim mesmo. Nunca queria brinquedo que mãe comprasse. Na época, eu estudava à tarde eu acho. É, aí era sempre o horário que estava passando os desenhos e eu assistia e era pela manhã, né também. Aí era eu almoçando e assistindo o desenho e pegando o desenho ali e comendo (risos) para poder fazer quando voltasse da escola. Aí montava o desenho, fazia com um material mais grosso, papel tipo peso 40g que dava para recortar e brincar com ele (I.B.).

O cotidiano da casa, os momentos de se alimentar e se preparar para ir à escola eram associados às imagens da televisão. I.B. convivia com as imagens em todas as dimensões, trazendo para perto seus personagens preferidos. Desenhava-os e construía bonecos para brincar depois. Sem dúvida, ao mantê-los próximos, realizava uma espécie de apropriação dos desenhos e atribuía a eles outro sentido. Falaremos mais adiante da relação das imagens com os entrevistados.

O estudo de consumo dessas imagens em forma de tatuagem está em curso desde 2008 por Trindade e Pavan (2009; 2010; 2013; 2015). Comecei a participar do estudo em 2010 e, ao longo desses anos, foram entrevistadas 30 pessoas que possuem tatuagens de produtos e imagens da indústria cultural. Percebe-se na fala dos informantes que esse consumo é realmente um sistema de resposta à recepção de conteúdos midiáticos relacionados ao entretenimento e à indústria cultural, pois eles demonstraram que escolher tatuar esses símbolos em suas peles é a expressão incorporada, material do bem simbólico de que se apropriam, ou ainda, incorporam. Seus corpos não desejam a alteridade digital, mas são corpos que deixam transparecer em suas superfícies as motivações culturais tanto quanto suas opções estéticas (PAVAN; FERREIRA, 2015). Como diz Braga: “Em grande parte, a midiatização da sociedade corresponde a viabilizar acesso posterior e ampliar o escopo e a abrangência das mensagens, tornando-as *diferidas e difusas*” (2006, p. 23). O autor também afirma que:

A sociedade se organiza para tratar a própria mídia, desenvolvendo dispositivos sociais, com diferentes graus de institucionalização, que

dão consistência, perfil e continuidade a determinados modos de tratamento, disponibilizando e fazendo circular esses modos no contexto social. A própria interação com o produto circula, faz rever, gera processos interpretativos (BRAGA, 2006, p. 36).

Esse modo de consumir tais imagens se torna um ato comunicacional que se manifesta no corpo, na superfície da pele, caracterizando um tipo de *habitus* contemporâneo que encontra nas mercadorias culturais substrato simbólico para produzir sentido, narrar experiências vividas e compartilhá-las na esfera coletiva da vida.

2. Uma abordagem sócio-comunicacional do corpo

Para estudar o corpo tatuado, decidimos adotar uma abordagem sócio-comunicacional do corpo fundamentada nos pensamentos de Le Breton (2007), Canevacci (2008) e Rodrigues (1975). Esse aporte teórico colabora com a construção de um pensar que assume o corpo como uma interface entre o social e o individual; um lugar e espaço onde significações e narrativas podem se materializar, seguindo lógicas que são estabelecidas de acordo com a cultura e subjetividade de cada um. Neste trabalho, o corpo é visto como um panorama, um contexto em que a cultura e as peculiaridades de uma sociedade se manifestam.

Le Breton (2007) apresenta uma ideia muito valiosa para esta pesquisa, afirmando que antes de qualquer coisa, a existência é corporal e do corpo nascem e se propagam as significações fundantes da existência individual e coletiva. O sociólogo considera o corpo como um eixo de relação com o mundo, um lugar/tempo nos quais a existência toma forma através da fisionomia singular de um ator. Breton (2007, p. 8) diz também que o corpo hoje se impõe como lugar de predileção do discurso social; é emissor ou receptor, produzindo sentidos continuamente e assim, inserindo o homem de forma ativa no interior de dado espaço social e cultural. Nosso corpo é linguagem, é cultural, é social e, além de físico, pode ser compreendido como uma forma moldada na interação social e pela interação social.

O corpo é socialmente construído, tanto nas suas ações sobre a cena coletiva quanto nas teorias que explicam seu funcionamento ou nas relações que mantém com o homem que encarna. O corpo é uma falsa evidência, não é um dado inequívoco, mas o efeito de uma elaboração social e cultural. [...] O corpo é uma realidade mutante de uma sociedade para outra: as imagens que o definem e dão sentido à sua

extensão invisível, os sistemas de conhecimento que procuraram elucidar-lhe a natureza, os ritos e símbolos que o colocam socialmente em cena, as proezas que pode realizar, as resistências que oferece ao mundo, são incrivelmente variados, contraditórios até mesmo para nossa lógica aristotélica do terceiro excluído, segundo a qual se a coisa comprovada, seu contrário é impossível. É, em primeiro lugar, uma estrutura simbólica, superfície de projeção passível de unir as mais variadas formas culturais (LE BRETON, 2007, p. 26).

O antropólogo Massimo Canevacci (2008) faz uma discussão sobre a atração recíproca entre corpo e metrópole e sobre o esfacelamento entre os limites da pele e da cidade, comentando que a antropologia adquiriu uma posição em que não há nada de natural no corpo. “O corpo não é natural porque, em cada cultura e em cada indivíduo, o corpo é constantemente preenchido por sinais e símbolos. O corpo expandido em edifícios, coisas-objetos-mercadorias, imagens, é aquilo que se entende aqui por fetichismo visual” (CANEVACCI, 2008, p.18).

Segundo Rodrigues (1975), as marcas da vida social que o corpo traz expressam a preocupação que toda sociedade tem de deixar impresso nele determinadas transformações escolhidas de um repertório, cujos limites virtuais são indefinidos. Os modos de “imprimir” o entorno social e cultural no corpo são infinitos: mutilações, cortes, arranhões, perfurações, circuncisão, incrustações, prescrição de peso, forma e cor considerados esteticamente desejáveis, pinturas e cortes de cabelos, modificações nas unhas, depilação, tatuagem.

É possível mapear, em cada sociedade, um inventário dessas marcas que podem ser pistas de um caminho para revelar imagens que trazem à tona as profundezas da vida social na superfície do corpo. Nas palavras de Rodrigues (1975, p.62), se “considerarmos todas as modelações que o corpo passa, constataremos que o corpo é pouco mais que uma massa de modelagem à qual a sociedade imprime formas segundo suas próprias disposições: formas nas quais a sociedade projeta a fisionomia do seu próprio espírito. ” Além de projetar o espírito de uma sociedade, essas marcas são signos de pertinência e concordância com seus princípios.

Apesar de Rodrigues mencionar em suas pesquisas que a sociedade se apresenta como agente central na modelação corporal, acredito que o indivíduo desenha sua maneira de ser e estar no mundo independente das imposições, e que no fluxo entre coletivo e individual, ele estabelece a aparência do seu corpo. Nesse sentido, as tatuagens são elementos utilizados pelos atores para criar um projeto individual para o próprio corpo, inserido em relações permeadas por conflitos entre individualização

(autonomia do sujeito) e socialização (lugar do sujeito em um grupo). O sujeito é livre para escolher, mas precisa fabricar uma identidade mais propícia ao compartilhar. O projeto não é totalmente puro/interno. Ele está inserido em um campo de possibilidades relacionadas histórica e culturalmente, com regras mais ou menos explícitas para a individualização (VELHO, 1981).

(...) a racionalidade de um projeto é relativa desde que se alimenta de determinadas experiências culturais. Sua maior ou menor eficácia está, basicamente, circunscrita a determinado quadro sócio-histórico. O projeto, enquanto conjunto de ideias, e a conduta estão sempre referidos a outros projetos e condutas localizáveis no tempo e no espaço. Por isso é fundamental entender a natureza e o grau maior ou menor de abertura ou fechamento das redes sociais em que se movem os atores. (VELHO, 1981, p.30)

Em primeira instância, pode parecer que estamos propondo uma abordagem em que o indivíduo é passivo e seu corpo não passa de um recipiente ou uma massa de modelar. Assim seria se não levássemos em conta a importância da subjetividade do sujeito. Le Breton (2004) explica que os jovens, ao fazerem uma marca corporal, vivem um ritual de passagem pessoal à sua maneira. Mudando a forma do corpo, julgam mudar a sua existência, e muitas vezes conseguem porque o olhar que têm sobre si mesmos pode mudar radicalmente.

Tanto mais que marca corporal é muitas vezes um meio de ganhar autonomia, uma maneira simbólica de tomar posse de si (...). As marcas corporais implicam uma vontade de atrair o olhar ainda que o jogo seja possível consoante os sítios em que foram gravadas, estejam elas permanentes sob o olhar dos outros ou apenas daqueles que se procura cumplicidade. Permanecem sob a iniciativa do indivíduo e encarnam então um espaço de sacralidade na representação de si (LE BRETON, 2004, p. 12).

A intenção dessa pesquisa não é discutir como o homem é influenciado pelas estruturas que o cercam, mas tentar compreender como ele se apropria e age dentro dessas estruturas, recriando e atualizando, a partir delas, possibilidades comunicacionais que podem gerar vínculos sociais e aperfeiçoar a continuidade e manutenção social. Essa reflexão surgiu após a leitura sobre teorias da estruturação social (GIDDENS, 2003) e permitiu compreender melhor a relação entre o indivíduo (agente), corpo e tempo-espaço.

Para Giddens (2003, p. 2), “o domínio básico de estudo das ciências sociais, de acordo com a teoria da estruturação, não é a experiência do ator individual nem a

existência de qualquer forma de totalidade social, mas as práticas sociais ordenadas no espaço e no tempo”. Entre os principais elementos da teoria da estruturação de Giddens estão os agentes, controladores de seus próprios pensamentos e atividades, bem como seus contextos físicos e sociais que, por causa da capacidade que têm de racionalização, estabelecem o desenvolvimento de rotinas que os tornam capazes de conduzir a vida social com eficácia. Para o autor, as atividades sociais humanas não são criadas por atores sociais, mas podem ser continuamente recriadas por eles através dos próprios meios pelos quais eles se expressam como atores. Ao ressaltar a importância do agente sobre a ação, Giddens lhe confere potencial capacidade de gerar mudanças no mundo social. Em seu ponto de vista, um agente é aquele que tem a capacidade de introduzir mudanças. Nessa perspectiva, percebemos que existem forças externas que atuam sobre os indivíduos – ou atores sociais nas palavras de Giddens – e a potencialidade de transformação que está latente nas ações rotineiras dos atores sociais quando se colocam na posição de agentes.

Essa discussão será aprofundada mais adiante no segundo capítulo, no tópico em que se descreve o modo de viver na Praia da Pipa/RN. Consideramos o corpo como uma plataforma moldada pela cultura e pela sociedade onde o indivíduo está inserido, mas que ao mesmo tempo é um espaço em que se revelam traços do imaginário individual, da subjetividade, gostos e pertencas. Levantamos essa discussão porque a questão do corpo tatuado na Pipa é um fenômeno que tem a ver com a turistificação da localidade e com a circulação de pessoas de culturas e lugares diferentes, que ao longo do tempo foram mudando o imaginário social em relação a esse tipo de marca corporal. Segundo relatos de moradores antigos, os surfistas foram responsáveis por iniciar esse fluxo de pessoas no lugar. Esse grupo de esportistas é conhecido pelo estilo de vida praiano, livre e desprendido, pela relação íntima com o mar e também por suas tatuagens.

O entorno cultural da Praia da Pipa é caracterizado por corpos descobertos, praia, sol, surfe, festas, juventude, liberdade, descontração, informalidade, hedonismo e diversidade. Acredito que essa atmosfera transmita uma sensação de liberdade e autonomia em relação à corporeidade. Durante os dias de observação no estúdio de tatuagem, ouvi muitos relatos de moradores que se sentem mais livres e à vontade para tatuar o corpo, pois em Pipa ninguém “olha mal” para os tatuados. Uma pessoa chegou a confessar que se preocupa com o dia em que deve retornar para sua cidade natal, no interior do Rio Grande do Norte.

De acordo Marcel Mauss (2003, p. 213), cada sociedade tem um *habitus* que lhe é

próprio e as diversas formas de utilizar o corpo para realizar as atividades cotidianas devem ser compreendidas como parte de um *habitus* que varia de acordo com a sociedade, a educação, a convivência e a moda. Acredito que a tatuagem é um elemento emblemático do *habitus* da Praia da Pipa. Esse *habitus* que Mauss nos apresenta precisa da presença corporal para existir e ser mantido ao longo do tempo. Por isso, é importante considerar o tempo e o espaço ao tentar compreender a corporeidade e localizá-la em um contexto histórico. Vejamos o que Giddens nos fala sobre a rotina da vida diária e o corpo:

Não seria verdadeiro, entretanto, como já mencionamos, dizer que as rotinas da vida diária constituem o “alicerce” sobre o qual as formas institucionais da organização social são edificadas no tempo-espaço. Pelo contrário, cada uma participa na constituição da outra, assim como ambas entram na constituição do *self* atuante. Todos os sistemas sociais, não importam quão formidáveis ou extensos, expressam-se e são expressos nas rotinas da vida social cotidiana, mediando as propriedades físicas e sensoriais do corpo humano. Se o sujeito só pode ser apreendido através da constituição reflexiva de atividades diárias em práticas sociais, não podemos entender a mecânica da personalidade separada das rotinas da vida do dia-a-dia, através das quais o corpo passa e que o agente produz e reproduz. (...) A rotina faz parte da continuidade da personalidade do agente, na medida em que percorre os caminhos das atividades cotidianas, e das instituições da sociedade, as quais só o *são* mediante sua contínua reprodução (...) (GIDDENS, 2003, p. 42-70).

A partir disso, refletimos que a pele do corpo é panorama de imagens, de uma performance que expressa a subjetividade escondida na profundidade da vida de cada pessoa e na cultura escondida na vida cotidiana de cada lugar. No recorte deste estudo, esse universo individual e social é representado por imagens que permeiam o universo midiático. Consideramos nosso objeto empírico de estudo, o corpo tatuado com imagens de produtos culturais, uma plataforma utilizada por sujeitos que estão inseridos no ethos midiático (SODRÉ, 2011) e no tempo do hiperconsumo (LIPOVETSKY, 2007), comunicando o seu mundo subjetivo através dessas imagens tatuadas na pele. Essa prática tem se mostrado como um meio utilizado para externalizar atributos internos de um indivíduo, que transmite aspectos de sua personalidade e identidade. Esse corpo atua como suporte que materializa atos verbais e não verbais na construção da imagem que faz de si mesmo.

3. Corpo tatuado com imagens de produtos da indústria cultural - definição de um dispositivo de interação em copresença

Durante os cinco meses de trabalho de campo para a realização da pesquisa, observei o cotidiano na Avenida Baía dos Golfinhos, na Praia da Pipa. Foi possível perceber que a tatuagem é um atributo social aceito, sendo um componente muito utilizado no processo de ritualização de construção da aparência, ou da fachada (GOFFMAN, 2012). O conceito de fachada será utilizado neste trabalho para indicar a aparência do corpo, apresentada nos episódios comunicacionais que foram narrados pelos entrevistados.

Antes de entrar na questão do dispositivo de interação, é preciso dizer que o tipo de interação que escolhemos investigar para compreender melhor o corpo tatuado com imagens de produtos culturais são as interações focalizadas entendidas como os encontros (envolvimento face a face, o estar junto). A leitura que Giddens (2003) faz sobre os estudos de Erving Goffman sobre encontros e rotinas foi essencial à abordagem sobre interação desta pesquisa.

A interação focalizada, por seu turno, ocorre quando dois ou mais indivíduos coordenam suas atividades mediante uma contínua intersecção da expressão facial e da voz. Por muito que os participantes possam monitorar tudo o mais que está acontecendo na reunião mais vasta, a interação focalizada em alguma parte introduz uma divisória entre eles e todos os outros co-presentes. Uma unidade de interação focalizada é um envolvimento face a face ou um encontro. Os encontros são o fio condutor da interação social, a sucessão de envolvimento com outros ordenados no âmbito do ciclo diário de atividade. Embora Goffman não inclua isso formalmente em seu esquema de conceitos, penso ser muito importante enfatizar o fato de que os encontros ocorrem tipicamente como rotinas. Isto é, o que pelo ângulo do momento fugaz poderia parecer breves e triviais permutas assume muito mais substância quando visto como inerente à natureza interativa da vida social. A rotinização de encontros é de grande significação na medida em que vincula o encontro fugaz à reprodução social e, assim, à “fixidez” aparente das instituições (GIDDENS, 2003, p. 84).

É nesse contorno de interação que a imagem tatuada no corpo aciona uma centelha que possibilita um episódio comunicacional, e que o corpo tatuado com imagens de produtos culturais se mostra como um dispositivo de interação pela atração que causa, seja pela tatuagem em si ou pela surpresa eventualmente causada pela imagem. Nessa perspectiva, vejo esse corpo atuando como um atrator; como fragmentos simbólicos que atravessam os modos perceptíveis de um olhar. Esse conceito é um dispositivo

metodológico formulado por Canevacci (2008) para poder estudar as novas formas de comunicação digital contemporânea, caracterizada pela crescente dominação de novos fetichismos visuais. Ela se relaciona àquele comportamento altamente dinâmico do olhar contemporâneo que – independentemente do ponto de observação – tende a convergir na direção de um outro ponto: este ponto é o atrator (CANEVACCI, 2008, p. 39). O autor também esclarece que:

O atrator - na medida em que incorpora um elemento fetichista visual - fixa o olho de quem olha. Fixa-o seja no sentido que imobiliza as faculdades perceptivas visuais do sujeito e seja no sentido que o olha com uma intensidade mono-direcional dilatada e alucinada (CANEVACCI, 2008, p. 236).

Mais que atração, seria um dispositivo que integra as pessoas e aproxima seus mundos subjetivos, dando oportunidade para o indivíduo relatar momentos significativos, gostos e traços de sua personalidade, proporcionando assim um atalho para as pessoas adentrarem no mundo do outro. Vejamos essa fala de um dos nossos informantes:

É assim: a maioria da galera chega perguntando o significado sabe? E eu acho que não dá para falar isso para uma pessoa que você não conhece e eu acho chato também, tipo tu chegar num lugar que tem muita gente e você ficar falando sobre tatuagem: “Aí, o que é isso? O quê significa?” Eu não gosto dessa parada não. Eu prefiro: “Ah, você tem tatuagem?” E vai conhecendo aos poucos e, aí sim, pode rolar a questão do significado e como foi feito. Mas essa pegada de ir muito em cima (faz gesto de alguém avançando). Acho que isso é chato, acho que não rola não. E eu acho que o pessoal que é tatuado não curte muito isso não. (risos). Acho que é muito a pessoa tatuada mesmo. Ela acaba chamando muita atenção, não só de pessoas que não tem tatuagem como as pessoas tatuadas também. Eu tiro por mim mesmo. Quando vejo alguém na rua com tatuagem eu fico assim olhando as tatuagens dela (risos). Eu acho que a galera que não tem tattoo ela chega muito não só com o desenho do personagem, mas com as outras tatuagens também. Ela vai criando um... ela tenta criar uma amizade com você para saber como é e tal, acha aquilo legal. E eu gosto sabe? Quando a pessoa não é muito invasiva eu gosto. (I.B.)

Para Goffman (2012, p. 9), a interação é uma classe de eventos que ocorre durante a copresença e por causa da copresença; é feita de materiais comportamentais que sinalizam estados mentais que, se forem analisados, podem dar coordenadas para descrever unidades naturais de interação para, quem sabe, revelar regras e códigos que valem dentro dessas unidades. Tentar percorrer o terreno de mundos internos dos

indivíduos que se encontram na interação requer muita coragem. Devo admitir, que quando estive em campo ouvindo relatos sobre esse terreno e observando-o enquanto ele se construía, quase me perdi, pois esse terreno que também existe em mim queria transbordar, e transbordou no momento vivo da pesquisa empírica. Mas a bússola de Goffman (2011, p.11) que diz “Não, então, os homens e seus momentos. Em vez disso os momentos e seus homens” me trouxe de volta. Observar, sentir e racionalizar o fenômeno que se investiga é missão árdua que me colocou de frente com a agonística do fazer científico.

Para Luiz Braga (2012), as interações são o lugar de ocorrência da comunicação bem como o contexto básico em que ela acontece e, onde existe interação humana, há grande probabilidade de existir o comunicacional. Como processo social de seleção, o processo comunicacional é ajuste e redirecionamento de imaginário, percepções e lógicas, e é por tal processo que a sociedade pode determinar o que é operacional ou não para criar o imaginário efetivo de uma dada instituição social (BRAGA, 2009). Imaginário efetivo é um conceito cunhado por Castoriadis, apresentado por Braga no artigo *Comunicação é aquilo que transforma linguagens*. O autor expõe a definição desse conceito da seguinte maneira: “Essa capacidade social, a que denomina ‘imaginário radical’, seria a raiz do ‘imaginário efetivo’ – onde se estabelecem os fins aos quais [a sociedade] subordina sua funcionalidade” (BRAGA, 2009, p. 7).

Contudo, para que ocorra esse “ajustamento”, a interação precisa ter êxito e, segundo Erving Goffman, a manutenção da fachada que o indivíduo assume em conversas face a face é uma condição da interação. Goffman define fachada como “uma imagem do eu delineada em termos de atributos sociais aprovados” (GOFFMAN, 2011, p. 14). Em situações interativas, os indivíduos procuram agenciar as impressões que transmitem uns aos outros por meio de atos verbais e não verbais e também pela fachada que constroem.

A construção imaginária de si é um processo complexo que envolve uma combinação de imagens que se tem de si mesmo e de imagens que se quer transmitir para os outros durante a interação focalizada. Essa construção provoca no sujeito respostas emocionais imediatas e são as regras dos grupos e a definição da situação que determinam o quanto de sentimentos a pessoa deve ter pela fachada construída. Neste momento, são acionados códigos e regras utilizados para a preservação da fachada, podendo resultar no início da construção de um vínculo social.

A vinculação social, ou seja, a atração social, o modo como as pessoas se mantêm

unidas socialmente e a forma como se dá esse vínculo é, para Muniz Sodré (2013), o núcleo (objeto) do estudo da comunicação. Para o autor, o ser-em-comum não está restrito às questões de territorialidade, de relações de consanguinidades ou religiosas, mas como um compartilhamento ou uma troca. A comunidade é constituída de laços atrativos: “E esse laço atrativo é a obrigação simbólica originária, que faz nascendo uma dívida simbólica com o grupo social. (...) O vínculo atravessa limites, atravessa o corpo, os limites, os sonhos, o psiquismo, o sujeito” (SODRÉ, 2001, p. 2).

Cada episódio comunicacional, na sua prática de fenômeno em ação, recorre a determinadas matrizes interacionais e modos práticos compartilhados para fazer avançar a interação. Tais matrizes, culturalmente disponíveis no ambiente social – e em constante reelaboração e invenção – correspondem ao que chamamos aqui de “dispositivos interacionais” (BRAGA, 2011, p. 5). Braga diz ainda que, de um modo ou de outro, a sociedade aciona dispositivos para poder interagir e que tais dispositivos são elaborados através de um processo de interações, tentativas “que geram, por aproximação sucessiva, modos e táticas na busca de uma efetividade comunicacional ampliada, desenvolvendo, na prática, objetivos e critérios indicadores de sucesso” (2011, p. 8). Conclui dizendo que:

São “espaços e modos de uso, não apenas caracterizado por regras institucionais ou pelas tecnologias acionadas; mas também pelas estratégias, pelo ensaio-erro, pelos agenciamentos táticos locais – em suma – pelos processos específicos da experiência vivida e das práticas sociais” (BRAGA, 2011, p. 11).

Portanto, é na prática social e no espaço social que uma determinada sociedade elabora suas formas de interagir, comunicar e se manter unida. O indivíduo que vive em Pipa é constantemente atravessado pelos estímulos da paisagem natural exuberante e por um universo simbólico peculiar jovial, descolado, formado por vários fios que tecem redes de significados. Para Cassirer (1994), essas redes são a forma como o homem acessa o mundo externo e interno. A tatuagem é considerada, neste estudo, um elemento importante dessa rede de significados que assegura ao corpo um atributo diverso daquele orgânico/biológico, ou seja, um corpo como uma forma moldada pela interação social, um dispositivo. É o conceito de dispositivo de Agamben (2009) que nos permite tal afirmação.

Agamben define dispositivo como “um conjunto de práxis, de saberes, de medidas, de instituições cujo objetivo é gerir, governar, controlar e orientar, num

sentindo que se supõe útil, os gestos e os pensamentos dos homens” (AGAMBEN, 2009, p. 39) e diz que eles “não são um acidente em que os homens caíram por acaso, mas têm a sua raiz no mesmo processo de ‘hominização’ que tornou ‘humanos’ os animais que classificamos sob a rubrica de homo sapiens” (Idem, 2009, p. 43).

No mundo existe um sistema simbólico que se relaciona com os sistemas de recepção e de reação; e o elo entre esses três sistemas possibilita o ser humano viver (e criar) uma nova dimensão da realidade. A partir desse ponto de vista, Cassirer diz que é possível ampliar o conceito clássico da natureza humana e perceber o homem como um animal racional e também como animal simbólico, admitindo tanto seu aspecto conceitual e emocional; quanto lógico e imaginário (poético). Os elementos que constituem essa ambiência exclusiva dos seres humanos (da linguagem, do mito, da religião e do lugar) permitem o gerenciamento das impressões transmitidas por meio da fachada construída.

Goffman (2011) explica que em cada encontro social, as pessoas tendem (querendo ou não) a desempenhar o que ele chama de linhas: um padrão de atos verbais e não verbais com o qual ela expressa sua opinião sobre a situação, e através disso sua avaliação sobre os participantes, especialmente ela própria. As linhas são elementos que constituem a fachada, que é o valor social positivo que uma pessoa efetivamente reivindica para si mesma através da linha que os outros pressupõem que ela assumiu durante um contato. A prática de se tatuar são essas linhas.

Acredito que, diante da discussão feita até aqui, fica compreensível porque o corpo tatuado é visto neste trabalho como um dispositivo interacional em potencial – em que fluxos comunicacionais passam a existir –, podendo ser acionado pelo olhar de um observador que, de que alguma maneira, é afetado pela imagem tatuada no corpo.

Por ter uma natureza social, o homem sempre procura meios de comunicar suas percepções do mundo externo e a forma como os elementos desse mundo afetam seu mundo interno. Acredito que hoje a tatuagem se faz presente em circuitos em que há pouco tempo não circulava, pois as imagens em si vêm ganhando um peso equivalente ao da palavra e a vida cotidiana a cada dia vai se tornando mais estetizada, como diz o sociólogo inglês Mike Featherstone (1995). O sujeito se sente mais livre para construir um corpo que expresse seu mundo interno e estilo de vida gerenciado por ele mesmo. O corpo tatuado com imagens de produtos da indústria cultural é visto, nesta pesquisa, como um suporte material no qual as pessoas criam e registram narrativas de suas vivências e experiências simbolizadas por essas imagens. Essas narrativas circulam no

cotidiano do lugar onde os indivíduos vivem, criando possibilidade de produção de sentido, significações e interações sociais.

CAPÍTULO 2. ETAPAS METODOLÓGICAS DA PESQUISA

O objetivo principal desta pesquisa é fazer uma análise sobre o agenciamento de imagens de produtos da indústria cultural na construção de narrativas pessoais e escritas no corpo em forma de tatuagens. A Praia da Pipa foi escolhida como o lugar da pesquisa por ter um conjunto de características que fazem com que as pessoas se sintam mais livres em relação ao próprio corpo. O capítulo que se inicia é um relato sobre o percurso metodológico realizado durante a pesquisa de campo, sobre o modelo escolhido para apresentar os dados coletados e também as reflexões e conclusões da pesquisa.

A partir das entrevistas realizadas com três moradores locais que tatuaram imagens de produtos da indústria cultural e também da vivência de dois meses realizada dentro do estúdio de tatuagem Divino Tattoo, foi possível registrar histórias de vida e produzir material fotográfico e audiovisual que possibilitou a criação de uma cartografia da localidade e uma biografia de ordem verbo-visual do corpo tatuado.

Seguiremos agora com o desenvolvimento metodológico desta pesquisa para que o leitor possa compreender o histórico do trabalho de campo, que deu origem aos últimos capítulos desta dissertação, em especial, a proposta final de composição de três *tattoobiografias*.

1. Primeiro passo: fazer-se olho para ver além da pele: colocando as lentes da etnografia e da etnopsaisagem

Que tipo de interações e vinculações sociais podem surgir por meio de imagens da indústria cultural tatuada na pele? As narrativas criadas pelos tatuados são construídas a partir de quais elementos e qual seu impacto no cotidiano desses indivíduos? Elas produzem episódios comunicacionais?

Essas foram as perguntas que direcionaram e moveram a pesquisa. Para respondê-las, através do procedimento etnográfico técnicas de observação e de abordagem, encontrei um caminho que me auxiliou na desafiadora tarefa de me situar na localidade durante a pesquisa de campo, análise e compreensão das informações obtidas. Segundo o antropólogo Clifford Geertz (1989, p. 4), fazer etnografia é estabelecer relações,

selecionar informantes, transcrever textos, levantar genealogias, mapear campos, manter um diário de campo e assim por diante. Contudo, o antropólogo deixa claro que o que define o empreendimento etnográfico não é somente a utilização de técnicas e desses procedimentos. O que se define é o tipo de esforço intelectual que ele representa: um risco elaborado por uma “descrição densa”.

Arriscar uma descrição densa significou para mim fazer-me olho, como diz Canevacci (2009), para poder captar/absolver dos relatos dos informantes e das cores de seus corpos tatuados informações que:

- Possibilitassem a composição de um quadro de ideias e de elementos significativos;
- Colaborassem para uma interpretação sobre o modo como cada um desses informantes produzem sentido no ato da escolha de suas tatuagens;
- Ajudassem a compreender o agenciamento de imagens na produção de narrativas pessoais e criar uma forma de apresentar uma reflexão sobre a maneira como essas narrativas podem interferir no jeito como essas pessoas interagem e se relacionam.

Conforme nos apresenta Trindade¹⁵, a etnografia é como a semiótica, “é uma espécie de gramaticalidade da cultura, por isso que se conversam tanto teorias do discurso e antropologia, porque elas vão dar nas suas bases, um registro que vai taquigrafar as culturas”.

Nesta pesquisa, a cultura é entendida como uma essência coletiva, ou como define Ward Goodenough (1989 apud Geertz, p. 8): “a cultura de uma sociedade consiste no que quer que seja que alguém tem que saber ou acreditar a fim de agir de uma forma aceita pelos seus membros”. Geertz também diz que o homem é um animal amarrado a teias de significados que ele mesmo teceu, considerando que a cultura sejam essas teias e que sua análise consiste em escolher entre as estruturas de significação e determinar sua base social e importância. O antropólogo nos diz ainda que devemos sempre indagar sobre a importância da cultura, fazendo a seguinte pergunta: “O que está sendo transmitido com a sua ocorrência e através de sua agência?”. Essa pergunta tem a pretensão de ajudar o pesquisador a se situar no cenário/contexto onde o fenômeno

¹⁵ Apontamentos durante o minicurso do Prof. Dr. Eneus Trindade (USP), intitulado “Vínculos de sentidos entre marcas e consumidores: uma trajetória teórico-metodológica no campo comunicacional”, ministrado no PPgEM/UFRN nos dias 14, 15 e 16 de agosto de 2013.

estudado acontece.

A etnografia é uma descrição densa. O que o etnógrafo enfrenta, de fato (...) é uma multiplicidade de estruturas conceituais complexas, muitas delas sobrepostas ou amarradas umas às outras, que são simultaneamente estranhas, irregulares e implícitas, e que ele tem que, de alguma forma, primeiro apreender e depois apresentar. E isso é verdade em todos os níveis de atividade do seu trabalho de campo, mesmo o mais rotineiro: entrevistar informantes, observar rituais (GEERTZ, 1989, p. 7).

Como sistemas entrelaçados de símbolos interpretáveis, a cultura é um contexto e é também o entorno da comunicação; é onde os acontecimentos sociais, as instituições, os comportamentos podem ser descritos de forma inteligível e é através da ação social que as formas culturais encontram articulação. Quem faz etnografia ou, como no meu caso, se propõe a utilizar seus procedimentos dando um caráter etnográfico ao trabalho de campo, precisa estar ciente de que sua tarefa vai além de simplesmente fazer uma leitura superficial e (des)escrever aquilo que se observa. O etnógrafo, como afirma Geertz, “não inscreve o discurso social bruto ao qual não somos atores, não temos acesso direto a não ser marginalmente, ou muito especialmente, mas apenas àquela pequena parte dele que os nossos informantes nos podem levar a compreender” (1989, p. 14). É nesse contexto que reside o significado de fazer-se olho para ver além da pele tatuada e enxergar os aspectos culturais e comunicacionais do corpo tatuado e para de compreender como se dá o agenciamento de imagens na construção de narrativas pessoais.

É quando está em campo que o pesquisador coloca à prova sua capacidade de se situar, deixando que a teoria e o objeto de pesquisa sejam tensionados pelos contextos culturais e sociais da realidade investigada, permitindo-se, dessa maneira, relacionar-se com os fluxos comportamentais dos informantes a fim de compreender e interpretar o fenômeno que se propõe estudar. Para DaMatta (1978, p. 31), a situação etnográfica não é realizada em um vazio e para desvendar o que está por trás da cultura, é preciso relacionar-se. No exato momento da descoberta, o etnólogo é remetido para o seu mundo e deste modo, isola-se novamente. Esse isolamento é um enfrentamento, momento em que paramos para confrontar nossos conceitos, compreender o discurso social e adquirir competência na cultura que se está investigando. A etnografia convida o pesquisador a fixar os olhos e organizar os sentidos, considerar com atenção o cotidiano, relacionar-se com as pessoas e os informantes e, surpreendentemente

relacionar-se consigo mesmo.

Afinal, tudo é fundado na alteridade em Antropologia: pois só existe antropólogo quando há um nativo transformado em informante. E só há dados quando há um processo de empatia correndo de lado a lado. É isso que permite ao informante contar mais um mito, elaborar como novos dados uma relação social e discutir os motivos de um líder político de sua aldeia. (...). É quando o familiar começa a se desenhar na sua consciência, quando o trabalho termina, o antropólogo retorna com aqueles pedaços de imagens e de pessoas que conheceu melhor do que ninguém (DAMATTA, 1978, p. 34).

O esforço de aperfeiçoar o olhar nesta pesquisa foi construído com a proposta metodológica de Canevacci, que convida ao alargamento da visão diante dos novos cenários do consumo:

Fazer-se olho, fazer-se ver, que significa desenvolver uma sensibilização do olhar, dos olhares, de se olhar e de olhar, que é um exercício (...) esse corpo cheio de olhos significa que cada fragmento comunicacional digital contemporâneo deseja a sua própria e única metodologia (CANEVACCI, 2009, p. 14).

Para Canevacci, a etnografia é filha da observação participante; é um fazer-se olho no sentido de subsumir o olho como reflexividade perceptiva, desejante, cognitiva, pois o olhar não é mais só um instrumento sensorial do *voyeur*. Canevacci afirma que:

A escritura etnográfica não é somente um *fieldwork* sobre os quais aplicar estratégias discursivas para desmascarar as retóricas das autoridades expressas: ela contém polifonias expressivas que atravessam e cruzam possíveis ligações produtoras de desatadas distensões textuais (CANEVACCI, 2008, p. 259).

A esse modo de observação, adicionei a interpretação antropológica como recurso para compreender a realidade que me destinei a estudar. Como explica Geertz (1989), esse tipo de interpretação tem como principais características a concepção de compreender a cultura como hierarquização de significados, a busca pela ‘descrição densa’ do cenário cultural observado, bem como o esforço metódico de ir à busca da interpretação do ‘texto cultural’ e não da definição de leis ou modelos explicativos. De acordo com Clifford Geertz, a interpretação antropológica feita em campo é uma “leitura da leitura” que o “nativo” faz de sua própria cultura. Esse pensar antropológico dialoga muito bem com a recomendação de Sodré (2006, p. 13) sobre a urgência de

linhas interpretativas comunicacionais que ultrapassam o universo meramente racional e dão conta de “abarcando a diversidade da natureza das trocas, em que se fazem presentes os signos representativos ou intelectuais, mas principalmente os poderosos dispositivos do afeto”. O autor também diz que na compreensão, “o fenômeno guarda a sua singularidade, isto é, a sua unicidade incomparável e irrepetível. O requisito essencial da compreensão é, assim, o vínculo com a coisa que se aborda, com o outro, com a pluralidade dos outros, com o mundo” (SODRÉ, 2006, p. 68).

No caso desta pesquisa, também precisei estabelecer uma abordagem que contemplasse a singularidade do lugar. Abaixo descrevo o modo como o lugar foi observado e estudado.

1.1. Abordagem Etnopaisagística da Avenida Baía dos Golfinhos

A teoria que foi apresentada até o momento me auxiliou a criar um olhar apurado e orientou a vivência no estúdio de tatuagem, a realização das entrevistas e a análise e compreensão dos relatos. Tentei aplicá-la para observar a cotidianidade da Praia da Pipa e me surpreendi ao perceber que somente a observação e as fotografias da paisagem inseridas no texto da dissertação não dariam conta de contextualizar a localidade e, tampouco, deixariam claro porque a Praia da Pipa se justifica como lugar apropriado para investigar a problemática da pesquisa. Nessa lacuna, percebi a necessidade de uma abordagem cultural que permitisse esboçar a identidade dessa localidade e apresentar o seu entorno sociocultural que, desde a década de 1990, é permeado pelo hibridismo cultural, cosmopolitismo e constante fluxo de pessoas.

Nesse sentido, o termo etnopaisagem criado pelo antropólogo indiano Appadurai (2004) colaborou para o desenvolvimento de uma abordagem que nos permite apresentar, contextualizar e ousar estabelecer um esboço do entorno sociocultural da localidade do estudo a partir de uma perspectiva que contemple a sua complexidade social e cultural. O termo etnopaisagem designa:

A paisagem de pessoas que constituem o mundo em deslocamento que habitamos: turistas, imigrantes, refugiados, exilados, trabalhadores convidados e outros grupos e indivíduos em movimento constituem um aspecto essencial do mundo e parecem afetar a política das nações (e entre nações) a um grau sem precedentes (APPADURAI, 2004, p. 51).

A Praia da Pipa é um dos principais pontos turísticos do Rio Grande do Norte e um importante polo indutor de turismo que, desde os anos 2000, vem atraindo grande fluxo populacional, não apenas de brasileiros, mas também de estrangeiros. São pessoas que escolhem viver em Pipa pelo estilo de vida praiano e cosmopolita. São modos de ser de lugares distantes que se misturam ao cotidiano dessa localidade que há menos de 30 anos era uma vila de pescadores e agricultores. Appadurai afirma que os etnólogos precisam confrontar-se com alguns fatos do mundo do século XX:

No centro desses factos está a reprodução social, territorial e cultural da identidade de grupo em mudança. Como os grupos migram, refazem em novos locais, reconstróem, a sua história e reconfiguram os seus projetos étnicos, o *etno* de etnografia assume um carácter esquivo, não localizado, a que as práticas descritivas da antropologia terão que responder. As paisagens da identidade de grupo – as etnopaisagens – de todo o mundo já não são objetos antropológicos familiares, na medida que todos os grupos já não são rigorosamente territorializados, delimitados espacialmente, historicamente assumidos ou culturalmente homogêneos (APPADURAI, 2004, p. 71).

Appadurai (2004, p. 50) também explica que a “paisagem como sufixo” partiria do pressuposto de que é necessária a adoção de novas nomenclaturas para dar conta da mudança inexorável na compreensão da complexidade das relações entre economia, cultura e política. Isto é, a mistura dos diferentes atores e seus campos de atuação: os Estados-Nação, as empresas transnacionais, as comunidades de diáspora, e as correlações com campos mais tradicionais como vilas, bairros, famílias, cidades e países. São novas expectativas em negociação com tradicionais modos de vida. Negociações estas nem sempre sutis ou em condições de igualdade e que, por isso mesmo, estabelecem novos parâmetros de medição sobre o que constitui e estabelece o real contemporâneo.

A partir dessas coordenadas, caminhei pela Praia da Pipa com o objetivo de localizar e selecionar as pessoas com tatuagens de produtos da indústria cultural, registrar seus relatos e observar o cotidiano, mais especificamente da rua principal, a Avenida Baía dos Golfinhos. Na minha caminhada, a complexidade do campo de pesquisa se revelou me causando um grande estupor: a paisagem, digamos intangível, da rotina da vida diária, o universo da subjetividade das pessoas que tive contato e a cultura local quase me fizeram cair em um vazio. Precisei de momentos de silêncio, seguidos de boas doses de diálogo com minha orientadora para poder enxergar novamente no mapa teórico que eu havia traçado, o caminho que deveria continuar

percorrendo se quisesse concluir o trabalho.

Para dar conta dessa complexidade e apresentá-la de modo compreensível, lancei mão da fotografia e diário de campo para registrar a realidade do espaço onde essa pesquisa se desenvolveu. E para apresentar essa realidade, elaborei pranchas fotográficas composta por fotografias, mapas e textos com o intuito de simular uma caminhada pela Avenida Baía dos Golfinhos – a primeira e principal avenida da Praia da Pipa, que também é o centro comercial. Este será um esforço de apresentar ao leitor o cotidiano da Praia da Pipa.

2. Segundo passo: coleta de dados

O ponto de partida da pesquisa de campo foi a observação da rua principal da Praia da Pipa, a Avenida Baía dos Golfinhos, e as visitas realizadas aos estúdios de tatuagens desse lugar. Desse ponto, abriram-se caminhos para realizar entrevistas com três moradores locais que tatuaram imagens de produtos da indústria cultural e para passar dois meses no estúdio de tatuagem Divino Tattoo, investigando como acontece o consumo de tatuagem no local. Esse foi um momento muito agradável no qual me senti uma *outsider*¹⁶ da cultura. *Outsider* porque, apesar de não ser o mesmo tipo de imagens, também consumo tatuagens e já vivi a experiência do ritual de consumo dessa marca corporal. Além disso, frequento a Praia da Pipa desde 2001. Essa foi uma vantagem que precisei utilizar com cautela para manter a “distância” necessária e obter informações pertinentes para realizar reflexões apropriadas. O objetivo de um pesquisador de cultura é enxergar episódios da rotina que podem trazer à tona informações significativas sobre um lugar, perguntando-se a todo instante: “Por que as pessoas fazem o que fazem da forma como fazem?”.

2.1. Estúdio de tatuagem Divino Tattoo

Após algumas visitas feitas ao estúdio Divino Tattoo, localizado na Rua dos Bem-Te-Vis, surgiu a oportunidade de passar dois meses realizando uma observação participante no local. A princípio, não havia considerado essa etapa, mas durante uma

¹⁶ Anotações realizadas durante a fala do teórico Prof. Dr. Asa Berger na conferência “Six Theorists in Search of an Advertisement (With an Apology to Luigi Pirandello) or: Making Sense of Marketing Messaging” durante o VII Propesq – Encontro Nacional de Pesquisadores em Publicidade e Propaganda, entre os dias 18 e 20 de maio de 2016 (Rio de Janeiro/RJ).

visita percebi que seria uma experiência importante para ajudar a me situar na localidade e encontrar informantes. Fui ao estúdio sistematicamente, cinco dias por semana (de terça a sábado), cinco horas por dia (das 17h às 22h). Essa foi uma etapa de suma importância para a pesquisa, pois descobri que o cotidiano do estúdio de tatuagem na Praia da Pipa é uma usina de materialização do imaginário singular de cada cliente e que a tatuagem termina como o resultado da soma entre desejo do cliente e poder de criação do tatuador.

Esse tempo que passei no estúdio pude fazer um diário de campo com informações sobre: o consumo contemporâneo de tatuagens, o agenciamento de imagens, as lógicas de organização das tatuagens no corpo para compor o que chamo de *look* da pele e a relação entre Pipa e o imaginário que permeia o pensamento de muitas pessoas que passaram pelo estúdio e fizeram tatuagens. Também encontrei dois informantes com histórias de vida em que a tatuagem tem um papel importante. A minha interação com os clientes acontecia de forma espontânea. Sempre que perguntavam, dizia que estava ali fazendo uma pesquisa científica e essa informação dava muita abertura para que relatassem suas experiências pessoais. Conforme conversava, anotava as informações e enriquecia meu repertório de investigação. Também nasceu um laço de amizade com o I.B., tatuador e entrevistado. Muitas vezes ele me consultava sobre um trabalho que estava desenvolvendo ou me pedia ajuda enquanto tatuava. O barulho da máquina de tatuar passou a ser natural para mim e fui incorporando a linguagem utilizada naquele ambiente descontraído. O estúdio de tatuagem é um lugar onde as imagens mentais realmente ganham vida.

Enquanto estava no estúdio, percebi que as técnicas que o tatuador utiliza para trabalhar mudam também a forma como os clientes solicitam o trabalho do tatuador. Senti que precisava narrar essa experiência e foi assim que decidi reservar um espaço na dissertação para relatar o cotidiano que observei no estúdio de tatuagem. Para tanto, registrei em vídeo e fotografias algumas cenas que me possibilitaram fazer uma breve etnografia do estúdio Divino Tattoo, sendo o conteúdo do subitem do terceiro capítulo *O Cotidiano de um estúdio de tatuagem na Praia da Pipa*.

2.2. Os três informantes

A pesquisa se desenvolveu graças à colaboração de três informantes, com faixa etária de 27 a 48 anos, sendo três homens e uma mulher. O contato com os três entrevistados não aconteceu de modo homogêneo. Conheci um deles durante a exploração etnográfica, observando os moradores de Pipa que tinham tatuagens; e os outros dois no estúdio de tatuagem Divino Tattoo. Eu ficava sentada no Tribu's Bar¹⁷ ou na Praça do Pescador, entre as 17h e 20h, observando o fluxo de pessoas na avenida principal e identifiquei muitas delas tatuadas com imagens de produtos da indústria cultural. Essa etapa foi muito divertida porque eu precisava ir de encontro à pessoa e abordá-la, perguntar sobre sua tatuagem e explicar porque eu estava ali questionando. Acredito que ter tatuagens me ajudou muito durante a abordagem, pois o elemento agia como um dispositivo de identificação e ajudava a criar uma conexão mais rápida entre a pessoa abordada e eu.

Para formar a rede de informantes, foram adotados os seguintes critérios para os entrevistados:

- Que morassem na Praia de Pipa há mais de seis meses;
- Que tatuaram imagens de produtos da indústria cultural;
- Que desejassem contar suas histórias de vida e que fossem capazes de narrar suas escolhas;
- Que conseguissem narrar seu ritual de consumo de tatuagem.

Não houve restrição de faixa etária, gênero ou classe social. Abaixo, um quadro sinóptico dos três informantes selecionados:

Informante	Naturalidade	Sexo/idade	Imagem tatuada + Parte do corpo
I.B.	Umari/Tibau do Sul	Masculino, 27 anos	Total de 24 tatuagens, sendo quatro de produtos culturais: - Macaco Louco, vilão do desenho animado Meninas Super Poderosas, na panturrilha direita; - Togemon, personagem do desenho animado Digimon, no braço direito; - Símbolo da banda de <i>rock</i> Avenged Sevenfold, no lado direito da barriga; - Ícone do Filme “Laranja Mecânica” na coxa esquerda.
F.F.,	Itália	Masculino, 43 anos	Diz ter perdido as contas de quantas tatuagens tem no corpo. Escolheu tatuar a panturrilha direita inteira com imagens de desenhos animados, totalizando seis personagens:

¹⁷ Bar e café localizado na Avenida Baía dos Golfinhos.

			<ul style="list-style-type: none"> - O cão Muttley, Dick Vigarista e o Pombo do desenho animado Esquadrilha Abutre; - L'Amour, personagem de um desenho animado japonês; - Porquinho da Sorte do Yattaman, desenho animado japonês; - E Fantoman, o Guerreiro da Justiça, outro desenho japonês.
J. D.	Argentina	Masculino, 25 anos	Tatuou o braço esquerdo inteiro imagens de álbuns das bandas de <i>rock</i> como AC/DC, Guns N' Roses, Metallica, Led Zeppelin, Black Sabbath, Iron Maiden, e o punho direito o rosto do Dimebag Darrell, guitarrista da banda Pantera.

TABELA 01

Gostaria de fazer uma ressalva em relação ao entrevistado I.B. Apesar de esse jovem residir em Umari, pequeno distrito do município de Tibau do Sul que fica a poucos quilômetros da Pipa, resolvi inseri-lo na rede de informantes, porque passa a maior parte do seu tempo em Pipa. Ele trabalha há seis anos no setor de reservas de um hotel, das 8h às 16h, e há dois anos no estúdio de tatuagem Divino Tattoo, das 17h às 22h.

2.3. Entrevista – viagem rumo à subjetividade do informante

A negociação que aconteceu entre mim, a pesquisadora, e o tatuado foi um momento delicado, assim como o momento da entrevista. Isso porque o informante precisava se sentir seguro para dialogar com alguém que ele não tinha nenhum tipo de vínculo até então e essas ocasiões são decisivas para a pesquisa, pois como bem diz Medina (2003), histórias de vida dão sentido aos contextos sociais. Meu desafio era criar uma empatia entre pesquisador-informante, pois esse era o “passaporte” para o embarque na “viagem” rumo à subjetividade e às experiências vividas pelos indivíduos selecionados.

O ato de reconhecer o mundo e lhe imprimir um toque humano é, sem dúvida, tão científico quanto relacionador. Embora os guetos de excelência se dialoguem pelo poder, o gesto criador do estudioso, do pesquisador, desmonta a ideologia e aflora a rebeldia. É aí que artista se encontra com cientista e ambos se contaminam com a fabulação das sabedorias poéticas do cotidiano. Os inquietos do planeta, esses habitantes que povoam o imaginário, não se aplacam com ferramentas descobertas e introduzidas na sua vida. (...) O pesquisador inquieto

recebe dessas ínfimas respostas humanas uma nova carga afetiva, uma ternurinha que aciona um *insight* científico (MEDINA, 2003, p. 60).

Nesta pesquisa, a entrevista não é somente uma técnica para obter dados. A entrevista foi usada como técnica de interação social, de interpretação informativa. Elaborei um roteiro de perguntas com base na entrevista de profundidade, que possibilitasse conhecer melhor o entrevistado, suas escolhas, seu desejo em tatuar as imagens dos produtos culturais na pele e a interferência da tatuagem no cotidiano.

Para compreendermos a dinâmica cotidiana presente nessas falas, recorreremos a Agnes Heller (1985), que ressalta haver em tal dinâmica escolhas que se originam de heranças da tradição, do condicionamento social de tempo e lugar, juntamente com outras que obedecem a sutilezas nascidas de vínculos afetivos proporcionados pela vivência na cultura midiática de consumo (PAVAN; FERREIRA, 2015, p. 2).

Esse modo de entrevistar serviu para ouvir as memórias dos informantes e deixá-los mais à vontade para narrar suas escolhas e, mesmo com um roteiro pré-estabelecido em mãos, não o seguia à risca e, na medida em que a entrevista ia fluindo, o roteiro ia se adaptando ao tom da entrevista. Abaixo, o roteiro de entrevista elaborado para conduzir as entrevistas:

<p>Bloco 1: Informações preliminares – infância, formação escolar, estilo de vida, etc.</p>	<ul style="list-style-type: none"> - Nome, idade. - Local de nascimento e há quanto tempo mora em Pipa. - Quando criança, teve contato com televisão, cinema? - Como foi a infância? O que gostava de fazer? - Estuda? Estudou? - Religião. - Qual foi seu primeiro trabalho? Em que você já trabalhou? Com o que está trabalhando? - O que gosta de fazer nos momentos de lazer? Com que pessoas gosta de estar? - Quais são seus lugares preferidos? - Como você define seu estilo de vida? - Como é a sua relação com as tecnologias de comunicação? - Por que escolheu Pipa para morar?
<p>Bloco 2: Como começou a se interessar por tatuagem?</p>	<ul style="list-style-type: none"> - Qual o momento que começou a pensar em tatuar o corpo?

	<ul style="list-style-type: none"> - Você leva em conta o que as pessoas vão pensar sobre suas tatuagens? - Como foi o momento da escolha de tal tatuagem e por que decidiu perpetuá-la? - Por que escolheu essa parte do corpo? - Defina em uma palavra o que essa imagem representa para você? - Como era seu corpo antes de vir morar em Pipa? - Como as pessoas reagem quando visualizam a sua tatuagem? - Você lembra de ter sido abordado por causa da tatuagem? - Fale de acontecimentos com relação a tatuagem que envolvam outras pessoas.
--	---

TABELA 02

Fui a campo, realizei a primeira entrevista com o informante F.F. e percebi que faltava algo. Senti que precisava de mais recursos para conectar o consumo de tatuagem, dos produtos culturais, e o modo como o corpo tatuado agia no cotidiano e nas interações face a face do informante. Assim, utilizei a metodologia desenvolvida por Fabiana Bruno (2010) para construir fotobiografias de idosos como fonte de inspiração para criar um dispositivo que foi um aliado importante para preencher essa lacuna. Chamo esse dispositivo de *tattoobiografia*, ou seja, a história de vida de uma pessoa contada a partir de suas tatuagens.

2.4. Reunindo o material para as *tattoobiografias*

O propósito dessa metodologia de apresentação é o de elaborar uma narrativa que harmoniza o verbal e o visual, e fazer com que esses dois componentes, cada um com relevância singular, compartilhassem da mesma tarefa: representar a vida de uma pessoa tatuada com imagens de produtos da indústria cultural como um pequeno álbum de fotografias e reconstruir a maneira como os aspectos visuais e comunicacionais foram elaborados pela rede de informantes.

2.4.1. Da fotobiografia à *tattoobiografia*

A metodologia desenvolvida por Fabiana Bruno (2010) para contar a história de vida de cinco pessoas idosas foi muito inspiradora e auxiliou muito na maneira como conduzi a entrevista dos outros três informantes. A autora conta em sua tese que:

O estudo [FOTOBIOGRAFIA: Por uma Metodologia da Estética em Antropologia] foi se organizando numa vertente de cunho *antropológico, comunicacional, visual e estético* em busca das “representações imagéticas” escolhidas por cinco idosos – homens e mulheres com cerca de 80 anos – como formas de “evocarem” e de “sintetizarem”, ora sua própria ‘história de vida’, ora o complexo ‘ritual de passagem’ que viveram. A pesquisa procurou examinar - no duplo registro do verbal e do visual – como essas pessoas escolhem e organizam, isto é, como “formam” (a imagem enquanto “forma”) e “montam” (a problemática da “montagem”) as fotografias por elas escolhidas, com vistas à evocação e transmissão de sua própria existência (BRUNO, 2010, p. 1).

A proposta de Bruno (2010) tem a memória de informantes octogenários como foco e a fotografia como papel de evocar memórias que serviram de matéria-prima para a composição de fotobiografias deles, representando os arranjos visuais que cada um elaborou para poder contar sua história de vida. No caso da minha pesquisa, os informantes são mais jovens e no lugar da fotografia como dispositivo de narração, utilizamos as imagens tatuadas na pele que serviram de dispositivos para buscar na memória dos informantes as lembranças que circundam o consumo de produtos da indústria cultural e da tatuagem. Esse processo gerou relatos que permitiram reunir elementos para analisar e apresentar o agenciamento das imagens e a construção de uma narrativa pessoal que essas pessoas criaram na própria pele.

Para Bruno (2010), as imagens são “formas que pensam” quando estão associadas entre elas. Essa premissa se verifica nas falas dos informantes entrevistados. Suas tatuagens são carregadas de afeto, memórias, significados e juntas formam uma ideia, uma imagem, uma narrativa que o informante faz de si mesmo e apresenta no cotidiano através do *look* da pele.

Esse modo de contar a história de vida de uma pessoa por meio da fotografia é um procedimento que exige esforço intenso de ordem arqueológica e que tenta descobrir traços e vestígios de emoções, sensibilidades, sentimentos, fragmentos da vida de uma pessoa (BRUNO, 2010). Nessa estrutura narrativa, a pessoa conta um pedaço de sua vida em suas próprias palavras, observando os acontecimentos e experiências mais

importantes, contemplando sentimentos e emoções proporcionadas pelas fotografias. Sua principal finalidade é transmitir a própria existência narrada a partir da visualização de fotografias pessoais guardadas ao longo da vida e apresentar a trajetória de uma pessoa como um pequeno filme que a pessoa monta, desmonta e remonta a partir de etapas metodológicas.

Estudar a vida e obra de líderes, cientistas, artistas e pessoas comuns é relevante para a compreensão do que foi a sociedade de uma determinada época. O valor histórico e social dessa estrutura narrativa reside na sua potencialidade de delinear o retrato de uma sociedade, deixando pistas para o seu entendimento às gerações futuras, pois conserva o passado visando uma compreensão do presente e do futuro. De acordo com Fabiana Bruno (2010), a “construção da historicidade” de cada vida selecionada para ser registrada/narrada se dará principalmente a partir de imagens que a pessoa elege e monta.

O que esses interlocutores reuniram são acontecimentos, simples acontecimentos. Dito isto, se existir, todavia, algo novo nessas fotografias reencontradas, escolhidas, ordenadas dois componentes são referências da memória humana: *o tempo e o espaço*. Sem temporalidade e espacialidade não existem verdadeira memória, verdadeiras lembranças que possam nascer. Deve-se acrescentar um outro dado que nos parece fundamental. Neste caso, as *dimensões sociais*, mas principalmente afetivas, da memória são patentes. Basta assim rever os cinco conjuntos de fotografias para se dar conta que moldadas pelo tempo e dilatadas por outros espaços de vivência humana, as imagens expressam antes de tudo, dados afetivos, sensíveis, emocionais (BRUNO, 2010, p. 36).

Para produzir as fotobiografias, a autora sugere um percurso metodológico composto por seis etapas. Para registrar as histórias de vida dos três informantes, seguem todas essas etapas com devidas adaptações descritas no quadro abaixo.

Etapa da pesquisa	Fotobiografia	<i>Tattoobiografia</i>
Pesquisa de campo (Pesquisa exploratória)	Seleção de fotos: a pessoa é levada para escolher a imagem e geralmente essa etapa precisa ser feita na casa das pessoas.	Seleção do informante com base em uma pré-entrevista para averiguar se ele tinha interesse de contar a história de sua tatuagem e se conseguia elaborar uma narrativa sobre sua experiência de vida com o consumo de tatuagem.

Pesquisa de campo (Preparação antes do encontro com o informante)	Elaborar roteiro de perguntas que estimulem as lembranças, afetos e emoções.	Elaboração de roteiro de perguntas que estimulem as lembranças, afetos e emoções.
Pesquisa de campo (Entrevista)	Auxílio durante a montagem para que se crie uma linha do tempo, conduzindo o biografado a levar em consideração o tempo e o espaço presentes na fotografia.	Auxílio durante a segunda parte da entrevista para criar uma linha do tempo, conduzindo o biografado a levar em consideração o tempo e o espaço presentes na tatuagem.
Pesquisa de campo (Entrevista)	Registrar (com gravador ou câmera) o discurso que vai sendo elaborado na medida em que o biografado vai narrando sua própria vida a partir das sensações e emoções que as imagens despertam.	Registro em vídeo do discurso que foi sendo elaborado na medida em que o biografado ia narrando sua própria vida a partir das sensações e emoções que as imagens tatuadas despertaram. Produção de ensaio fotográfico.
Análise e compreensão dos dados	Analisar as fotografias de duas formas: linear e circular . A linha serve para organizar o material cronologicamente, começando com a foto tirada com a idade mais antiga para a mais recente. Na circular, o pesquisador relaciona as fotos umas com as outras, para criar um fio condutor e uma conexão entre as imagens.	Analisei as fotografias de duas formas: linear e circular . A linha serviu para organizar o material cronologicamente, começando com a tatuagem mais antiga para a mais recente. Na circular, relacionei as fotos umas com as outras, tentando criar um fio condutor e uma conexão entre as tatuagens.
Apresentação dos dados	Elaborar uma prancha fotográfica (com legendas) para apresentar a fotobiografia.	Elaboração de uma prancha fotográfica para apresentar a <i>tattoobiografia</i> . Nessa etapa, busquei o auxílio de um designer gráfico para poder diagramar as fotos e a seleção dos relatos.

TABELA 03


Os equipamentos utilizados na pesquisa de campo foram um gravador de áudio digital compacto e uma câmera fotográfica DSLR com lente intercambiável. Registrei as entrevistas em áudio e em vídeo e produzi fotografias dos entrevistados e de suas tatuagens. O registro fotográfico na pesquisa de campo foi produzido com o intuito de

captar cenários da vida, cenas, corpos e rostos. Nesse sentido, a fotografia não é meramente ilustrativa, pois ela dialoga com os discursos sociais registrados durante a entrevista, funcionando como garantia de realidade que a palavra pode apenas sugerir (BRANDÃO, 2004).

Segundo Geertz (1989), a descrição etnográfica é interpretativa e a interpretação envolvida consiste em tentar salvar o momento ou as informações ditas pelo informante da cultura observada e fixá-los em formas pesquisáveis. Assim sendo, as fotografias dessa pesquisa apresentam-se como o registro visual, uma técnica de conservar a interpretação do contexto do significado da imagem.

A fotografia do antropólogo fixa e estabelece cenas de escolha da vida de todos os dias. Mas colocadas em branco-e-preto diante de mim, algumas boas fotos tornam este vão “cotidiano” algo único e digno. Pois uma bela e boa imagem fotográfica me coloca diante de corpos, de rostos, de gestos do olhar de pessoas com quem de imediato se estabelece uma cumplicidade afetuosa. A foto me captura bem antes das palavras (BRANDÃO, 2004, p. 40).

O principal elemento da linguagem fotográfica utilizado em campo foi o plano. Para fotografar os entrevistados, os critérios subsequentes foram seguidos:

Tipo de Plano	Exemplo
<p>Plano geral do corpo dos entrevistados: para ter uma imagem panorâmica, proporcionando ao leitor uma simulação de um primeiro encontro com o corpo do entrevistado;</p>	
<p>Primeiro plano da parte do corpo</p>	



<p>escolhido para tatuar: a intenção é descrever como a tatuagem está disposta no corpo e apresentar a justificativa das escolhas do entrevistado, como a imagem e parte do corpo;</p>	
<p>Plano detalhe da tatuagem: o objetivo é descrever a imagem do produto da indústria cultural tatuado na pele.</p>	

TABELA 04

3. Terceiro passo: descrição dos dados para além da escrita – sobre a estrutura narrativa da *tattoobiografia* e a montagem das pranchas fotográficas

Após ter registrado todos os relatos e produzido as fotografias e vídeos, chegou o momento de sistematizar e apresentar as informações reunidas. Para dar andamento a essa etapa da pesquisa, precisei transcrever todas as entrevistas e organizar as fotografias e vídeos em pastas exclusivas para cada entrevistado. Senti como se estivesse preparando peças para montar um mosaico, cuja missão era narrar a vida dos informantes, evidenciando o entorno cultural, o cotidiano e o agenciamento de imagens que cada um elaborou para compor o *look* de suas peles.

Para montar esse mosaico de ordem verbo-visual, utilizei o método de construção de histórias de vida para comunicadores sociais, proposto por Monica Martinez (2008) para delinear uma estrutura narrativa que guiasse a construção da

biografia do corpo tatuado. O método de Martinez é uma combinação de doze etapas sugeridas para produzir biografias. Essas etapas foram elaboradas com base nas estruturas narrativas sistematizadas inicialmente por Joseph Campbell e posteriormente desenvolvidas por Christopher Vogler e Edvaldo Pereira Lima. São elas:

Etapas	Descrição
Cotidiano	Apresenta o universo do protagonista, revelando conflitos que serão evidenciados na narrativa. É uma das etapas menos trabalhadas nas reportagens.
Chamado à Aventura	Situação que rompe com a cotidianidade do herói.
Recusa do Chamado	Parte das pessoas reluta em ingressar na aventura. O Mentor é uma personagem típica que orienta sobre os perigos e desafios da jornada.
Travessia do Primeiro Limiar	No limite entre o mundo conhecido e o desconhecido, só resta à pessoa ter convicção de que o passo que está tomando é o melhor possível. Os Guardiões do Limiar – pessoas que advertem o indivíduo a não ir além dos limites aceitos por aquela sociedade – são comuns nesta etapa.
Testes, aliados, inimigos	Tempo de crises, porém de oportunidades de crescimento. Os coatores são presença marcante.
Caverna Profunda	O protagonista está a um lance do momento mais crítico da partida (a Provação Suprema), em que ocorre intenso processo de internalização.
Provação Suprema	Acontecimento central da narrativa, no qual o herói enfrenta seus maiores medos e vivencia o abandono de porções obsoletas da personalidade.
Encontro com a Deusa	A assimilação dos atributos do sexo oposto coloca o herói em contato com os padrões arquetípicos do masculino e do feminino, que o psicanalista suíço Carl Gustav Jung batizou respectivamente de “animus” e “anima”.
Recompensa	O objetivo é alcançado. O protagonista, transformado, amplia seus conhecimentos em dois planos. Ele tem maior consciência da sua realidade externa (as conexões entre as coisas) e interna (quem é e como se encaixa nesta conexão).
Caminho de Volta	O herói transmite o conhecimento adquirido à comunidade.
Ressurreição	No clímax da história, ocorre o último e mais perigoso encontro com a morte, provocando sensação de catarse.
Retorno com Elixir	Após a experiência, ocorre a reentrada no

	<p> mundo cotidiano. </p>
--	---

TABELA 05

As três *tattoobiografias* presentes no terceiro capítulo dessa dissertação foram produzidas a partir de trechos dos relatos transcritos e das fotografias produzidas durante as entrevistas. A tatuagem é o grande tema das biografias e é também o eixo central da narrativa que criei para contar a história dos entrevistados. Analisei as falas dos interlocutores buscando identificar as etapas presentes na tabela acima, e obviamente não encontrei todas. Acredito que essa “falha” se deve à restrição da temática “tatuagem”, afinal ela é a grande personagem dessas narrativas; além disso, o objetivo principal de contar as histórias de vida dos informantes é descrever e explicar os dados coletados.

De acordo com o que foi elucidado até aqui, os elementos que compõem as narrativas são os relatos unidos às fotografias, formando pranchas fotográficas que apresentam a narrativa criada no corpo de cada informante, bem como a análise sobre as lógicas de organização das tatuagens no corpo para compor o *look* da pele. Após a transcrição das entrevistas, decupagem breve das imagens e seleção das fotografias, iniciei a montagem das pranchas. Tentei seguir um padrão para fazer as *tattoobiografias* – cada uma delas é composta por uma cartela inicial padronizada, uma prancha numérica que indica a ordem de leitura das fotografias, uma prancha fotográfica que descreve visualmente a leitura que eu fiz da narrativa pessoal de cada informante de acordo com os relatos e, por fim, uma cartela de encerramento. Outro componente da narrativa que ficou padronizado foram os destaques que dei a trechos da seleção que fiz dos relatos. Essas falas em evidência têm o objetivo de destacar os momentos significativos, os sentidos, as emoções manifestadas pelos informantes enquanto eu os entrevistava.

Para montar e diagramar as *tattoobiografias*, solicitei os serviços de um designer gráfico, porque o programa de edição de texto era limitado e se eu colocasse os trechos das entrevistas e as fotografias em sequência, uma abaixo da outra, minha proposta de compor uma narrativa visual para realizar a descrição dos dados se perderia. Essa é uma fase importante da pesquisa, como bem elucidada Maria Imacollata Vassalo Lopes (2010):

A descrição faz a ponte entre a fase de observação dos dados e a fase da interpretação e, por isso, combina igualmente em suas operações

técnicas e métodos de análise (...). Esse procedimento analítico só é possível mediante as inferências permitidas pela tabulação ou classificação anterior dos dados, pelas quais o fenômeno deixa de ser percebido como algo caótico e ininteligível e passa a ser visto em seus atributos essenciais e interdependentes, isto é, sob uma forma sintética (LOPES, 2010, p. 129).

Gostaria de ter feito como Bruno (2010) e ter montado as *tattoobiografias* junto à rede de informantes, mas não foi possível porque dois deles não estavam em Pipa durante essa etapa da pesquisa. F.F. estava em Barcelona e J.D. seguiu a pé em uma jornada com sua namorada, rumo à Amazônia.

4. Reflexão sobre a construção de uma metodologia transdisciplinar

Escrevendo as últimas linhas deste capítulo, me ocorreu um pensamento que considero precioso e decidi externalizar, porque acredito que as entrelinhas devem ser relatadas seja para ficar registradas, seja para auxiliar outros colegas que realizam pesquisas no mesmo campo. Lembrei-me da arguição do meu projeto de pesquisa durante a seleção do mestrado. Uma professora me perguntou como eu iria fazer para investigar a problemática que estava propondo. Em minha inocência, acreditava que somente entrevistas e fotografias seriam o suficiente para dar conta de entender as interações e vinculações sociais que se davam a partir desses corpos tatuados. Ledo engano. Felizmente a banca examinadora confiou em meu projeto.

Depois de dois anos, a problemática foi lapidada e, na medida em que ia delineando os objetos empírico e teórico, fui percebendo o apelo visual da minha proposta e essa exigência colaborou muito para que se travasse um diálogo com a etnografia e a comunicação. Sou documentarista e foi inevitável essa essência não estar presente nesta pesquisa de alguma maneira. Acredito na força do registro fotográfico e audiovisual utilizado como recurso em investigações das formas de interpretação e compreensão da memória coletiva e do comunicacional digital contemporâneo. Como diz Milton Santos (2006), descrição e explicação são inseparáveis. Essa metodologia transdisciplinar de descrição reflete o esforço que empreendi para poder investigar o consumo de tatuagens e o agenciamento de imagens na construção de narrativas na Praia da Pipa/RN e tornar acessíveis, ao maior número de pessoas, as informações, reflexões e possíveis contribuições que esse trabalho pôde criar.

Sobre a acessibilidade, considero de suma importância criar um canal para que a

rede de informantes tenha acesso ao material produzido a partir de suas histórias de vida. Como diz Martinez:

Esta devolutiva, não raro envolta em um clima emotivo, humaniza um processo que já é sensível por natureza. Afinal, para muitos entrevistados, a história de vida é a única coisa que verdadeiramente possuem. Não incluir esta ação no planejamento pode caracterizar a pesquisa como uma forma de exploração, sem que o indivíduo ou comunidade consultados se beneficiem dos resultados obtidos. É preciso que o pesquisador da área de Comunicação tenha consciência, também, a respeito da questão ética da manutenção (ou não) de vínculos posteriores, como bem descobriu o jornalista estadunidense Joseph Mitchell (1908-1996) ao desenvolver perfis que levavam até três anos para serem escritos para a revista *The New Yorker* (MITCHELL, 2003). O mais provável é que o vínculo seja criado – desejando-se ou não –, portanto é preciso que o pesquisador esteja consciente para a forma como fará (ou não) o cultivo dele (MARTINEZ, 2015, p. 86).

Para tanto, está prevista a entrega das *tattoobiografias* a cada informante. Os que estão em Pipa, receberam a versão impressa; e aos que não estão, será enviada por endereço eletrônico uma versão digital com uma carta de agradecimento.

CAPÍTULO 3. DE RELATOS ÀS REFLEXÕES – ESBOÇO DO CORPO TATUADO COM IMAGENS DA INDÚSTRIA CULTURAL NA PRAIA DA PIPA

Apresentados os fundamentos teóricos e o percurso metodológico, é chegado o momento de apresentar o fenômeno estudado, contextualizar suas condições concretas de produção e explicar os dados selecionados durante a pesquisa de campo. Esse é o papel deste capítulo: ser uma ponte entre a fase de observação dos dados e a fase da interpretação que busca representar o fenômeno estudado no seu contexto empírico (LOPES, 2010). Essa ponte é também a descrição densa da etnografia realizada que se materializa aqui em três partes: a primeira é um perfil de Pipa, cujo objetivo é apresentar a localidade por meio de um breve levantamento histórico e de uma abordagem entopaisagística da Avenida Baía dos Golfinhos. A segunda parte é composta pelas três *tattoobiografias* produzidas a partir dos relatos da rede de informantes e das fotografias produzidas por mim durante as entrevistas. A terceira é um relato sobre o cotidiano no estúdio de tatuagem Divino Tattoo.

1. Retrato de Pipa: uma vila cosmopolita

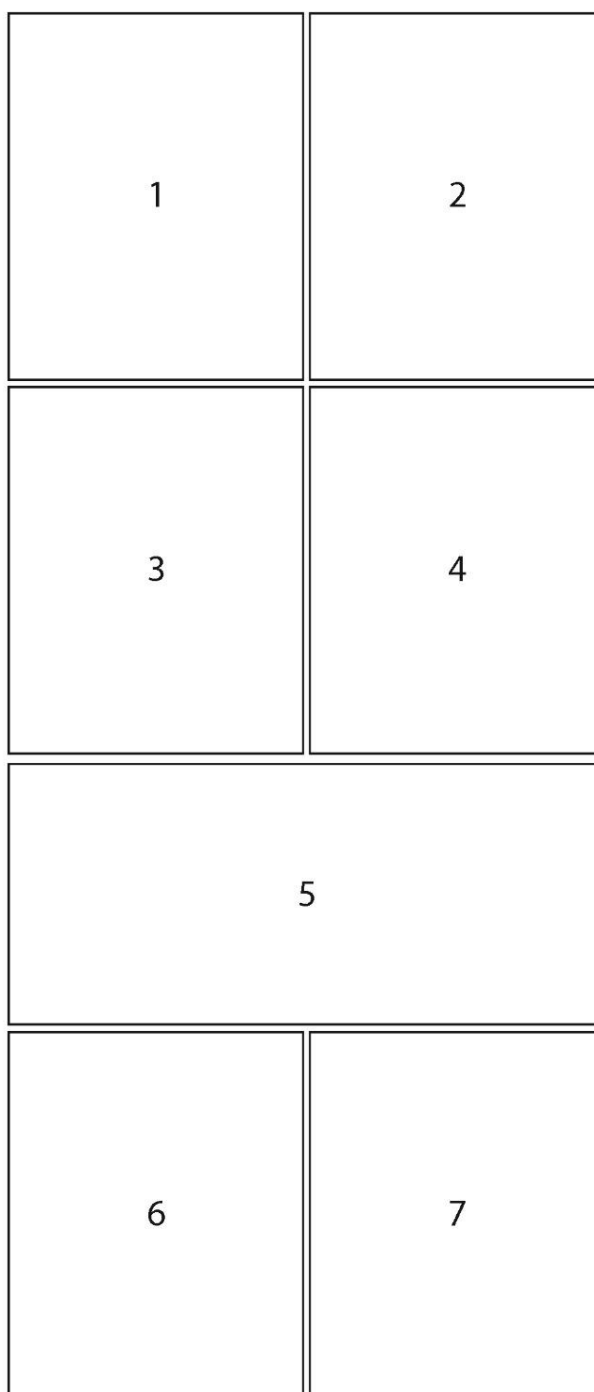
“A paisagem é um conjunto de formas que, num dado momento, exprime as heranças que representam as sucessivas relações localizadas entre homem e natureza. O espaço são a forma mais a vida que as anima”.
Milton Santos¹⁸

Durante o levantamento bibliográfico que realizei para me situar na localidade, documentos históricos sobre a Praia da Pipa quase não foram encontrados. Encontrei duas dissertações¹⁹ de mestrado que tratavam a questão da turistificação do lugar e também a dissertação de Jussara Danielle Martins Aires (2012) que se propôs rever a história de Pipa, contada em forma de narrativa e fundamentada nos relatos de moradores. Também foram encontrados três livros²⁰ que são autobiografias de moradores e veranistas de Pipa, e um livro de fotografias de Vera (2010). O propósito desta dissertação não é fazer um resgate histórico. O objetivo é apresentar uma visão panorâmica da Pipa antiga e da Pipa contemporânea com o intuito de explicar como seus moradores vivem a questão da corporeidade de um modo mais livre.

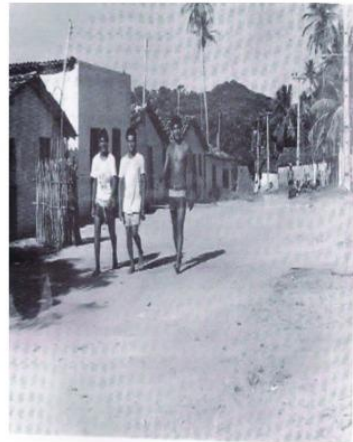
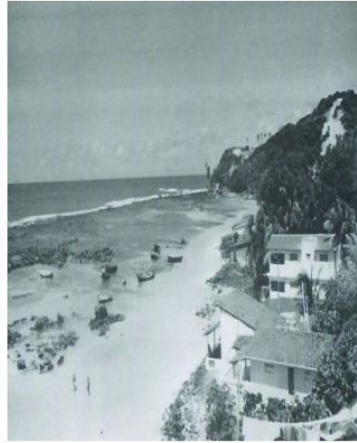
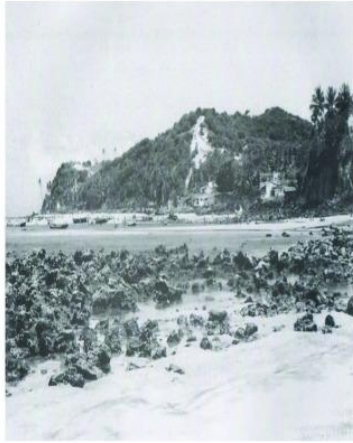
¹⁸ SANTOS, 2002, p. 103.

¹⁹ NUNES (2014); CANTALICE (2009).

²⁰ SIMONETTI (2015) e os livros SEGUNDA MARINHO, Maria. Minhas oitenta primaveras - Natal: Gráfica Editora Nordeste/Sebo Vermelho, 2002 - e COSTA, Leopoldina Marinho da. Passos da minha vida - Natal: Gráfica Editora Nordeste/Sebo Vermelho, 2002.

1.1. Pipa antiga: Retrato de uma vila caiçara – Prancha 1*Prancha 1*

Prancha 1



Em 1988, a Praia da Pipa já era visitada por veranistas (Foto 1) que vinham do Município de Goianinha. Naquela época, se quisessem chegar à capital do Rio Grande do Norte, seus moradores percorriam longas distâncias a pé, pois não havia transportes, nem estradas, e os acessos à Pipa eram pela praia ou por caminhos estreitos, cobertos por mata. A água encanada foi inaugurada em 15 de abril de 1983. A vida de seus habitantes e visitantes acontecia à beira mar, perto dos barcos e dos varais de secar peixe, nos roçados e tabuleiros. O vilarejo tinha duas ruas: a de Baixo (Foto 2), perto do mar, e a de Cima (Foto 3), atual Avenida Baía dos Golfinhos.

Os barcos que iam para o mar buscar peixes eram feitos na própria comunidade (Foto 4). Segundo relatos dos mais velhos, o tempo era marcado pelo cantar do galo e pela sombra que o sol fazia no chão, e o trabalho era feito por todos, criando um ritmo característico de um vilarejo praiano; uma temporalidade fundamentada no ciclo da agricultura familiar, na pesca e nas comemorações da igreja católica. A única farmácia de remédios naturais ficava na Rua do Céu (Foto 5).

Mesmo isolada do mundo, em meados da década de 1970, surfistas descobriram o potencial que Pipa tinha para a prática do esporte e, pouco a pouco, a pacata vila começou a receber de braços abertos esses amantes do mar que vinham de vários lugares do mundo (Foto 6) em busca de ondas perfeitas e diversão. A Praia de Pipa, lugar de tranquilidade (Foto 7), de águas mornas e natureza exuberante, ruas de terra batida e casas de taipa (Foto 8), sentiu que precisava se apressar para aproveitar essa abundância de gente que começava a chegar. Foi assim que a paisagem e o cotidiano dessa vila foram se modificando e, quem vinha de longe, encantava os moradores do vilarejo com as novidades e costumes de quem vive em cidades grandes.

Antes de ser integrantes dos 65 municípios brasileiros indutores do turismo no Brasil, de acordo com o Ministério do Turismo, Pipa era uma comunidade agrícola e pesqueira, sem energia elétrica e água encanada e com vias de acesso precárias. A população desse lugar já tinha a fama de ser hospitaleira e de ter disposição para trabalhar. Segundo Aires (2012), até a década de 1980, os moradores não dispunham de serviços básicos de saúde e saneamento – não havia água encanada, tratamento de esgoto, rede pública de energia, atendimento público de saúde e rede de ensino; poucos sabiam ler e escrever porque poucos eram aptos ao ofício de ensinar. “Longas distâncias eram percorridas a pé pelo fato de não haver transportes, nem estradas de acesso. Somente com a chegada dos primeiros veranistas é que apareceram os carros de boi e os cavalos” (AIRES, 2012, p. 45). Com a leitura que fiz dos relatos dos antigos moradores,

presentes no trabalho de Jussara Aires (2012), pude perceber que foi a busca por lazer e descanso que motivou os primeiros fluxos de pessoas para Pipa. A calma e a hospitalidade do povo de Pipa estão presentes no livro-relato *A Praia da Pipa do tempo dos meus avós*, de Ormuz Simonetti (2015).

Foram duas categorias de pessoas que começaram a visitar a localidade: os veranistas e os surfistas. Os veranistas são pessoas que moram próximas ao litoral do Rio Grande do Norte e que têm o costume de passar os meses de dezembro e janeiro, bem como feriados, em casas na praia, sendo essas casas de propriedade suas ou de seus familiares. No caso da Pipa, eram famílias tradicionais e abastadas, oriundas do município de Goianinha. De acordo com Simonetti (2015), a primeira família de veranistas, proveniente do município de Goianinha, chegou à Pipa no ano de 1923 e era uma família de donos de engenho de açúcar.

Aqui na praia os primeiros forasteiros a chegar foram os veranistas, que vinham no mês de janeiro tomar banho de mar, passear na praia que era muito linda, de longe parecia uma cambraia, um lençol, dava gosto. Eles gostavam de peixe que, nessa época, era o que mais tinha, todos de boa qualidade [...]. Tinha vez que os nativos faziam fogo na praia e só sei que não faltavam a farinha e o peixe pra eles [tanto os nativos como visitantes e veranistas] comerem assado na beira da praia. A praia era grande, mas mesmo assim tinha época que ficava cheia de varais de peixes secando (MARINHO apud AIRES, 2012, p. 70).

Naquela época, Pipa tinha a Rua de Baixo e a Rua de Cima, que hoje são a Rua da Praia onde tem o calçadão e a atual Baía dos Golfinhos, respectivamente. A paisagem e o cotidiano do vilarejo começavam a ser modificados pelo fluxo de pessoas, como bem explica esse fragmento de um relato presente na pesquisa de Jussara Aires:

Depois que vinheram os primeiros surfistas, passou uns anos, aí mesmo a estrada sendo de barro, construíram a primeira pousada aqui na Pipa, a Pousada Gaivota. A partir daí não demorou muito pra chegar gente de todo canto, surfistas, gringo. Os nativos já tavam tudo já morando aqui na Rua de Cima, aí vinha uns caras com grana, chegavam oferecendo uma prancha, um carro, um som, umas roupas legais [...] e o nativo sem dinheiro e acostumado com as coisinhas simples, queriam possuir aquelas novidades (BOSCO apud AIRES, 2012, p. 79).

Os surfistas são conhecidos por seu estilo de vida aventureiro, despreocupado e jovial. Segundo Ballabio (2010), o surfe tem um caráter simbólico vinculado a um estilo

de vida, com suas gírias, alimentação, vestuário e acessórios; alimentado por uma indústria específica, que desenvolve produtos que ajudam a criar essa identidade. Todo esse imaginário ultrapassa a simples prática do esporte e incorpora um *habitus* próprio desse grupo que é baseado em um imaginário, vinculado ao estilo de vida, que influencia inclusive os hábitos e valores dos consumidores. Neste cenário, a prática é tão comum que em Pipa é possível comprar acessórios de surfe até na padaria.

De acordo com Aires (2012), o contato com os surfistas/turistas também possibilitou, principalmente aos mais jovens, o contato com o novo: novas formas de pensar e novas formas de consumir.

A aproximação dos surfistas com os nativos possibilitou trocas e assimilação bilateral de valores, hábitos e comportamentos. O modo de ser dos nativos, especialmente dos mais jovens, passou a incorporar elementos da cultura do surfe e vice-versa, desdobramento normal decorrente de contatos/relações interpessoais dos diferentes grupos. Os nativos das últimas gerações estabeleceram laços de amizade com os surfistas brasileiros e até mesmo com estrangeiros. Os jovens nativos levavam esses aventureiros em suas residências e os apresentavam aos seus pais. E assim, novas relações se estabeleciam. Foram nessas casas que os surfistas passaram a dormir, guardar seus pertences e comer. Além disso, as refeições eram preparadas pelos anfitriões (AIRES, 2012, p. 82).

Foi nesse contexto que o turismo em Pipa começou a se desenvolver. A praia começou a ser divulgada entre os surfistas e lugar começou a receber esportistas potiguares, brasileiros e estrangeiros. A partir do início da década de 1990, a praia começou a ser divulgada mais intensamente ganhando fama internacional, baseada em um imaginário construído pela ideia de isolamento e de liberdade, de praia selvagem, deserta e paradisíaca que permeia as idealizações dos visitantes que pretendem encontrar essas características no local de destino (AIRES, 2012). A quantidade de moradores também ia aumentando à medida que visitantes decidiam fixar residência.

1.2. Pipa de hoje: retrato de uma vila cosmopolita – Prancha 2

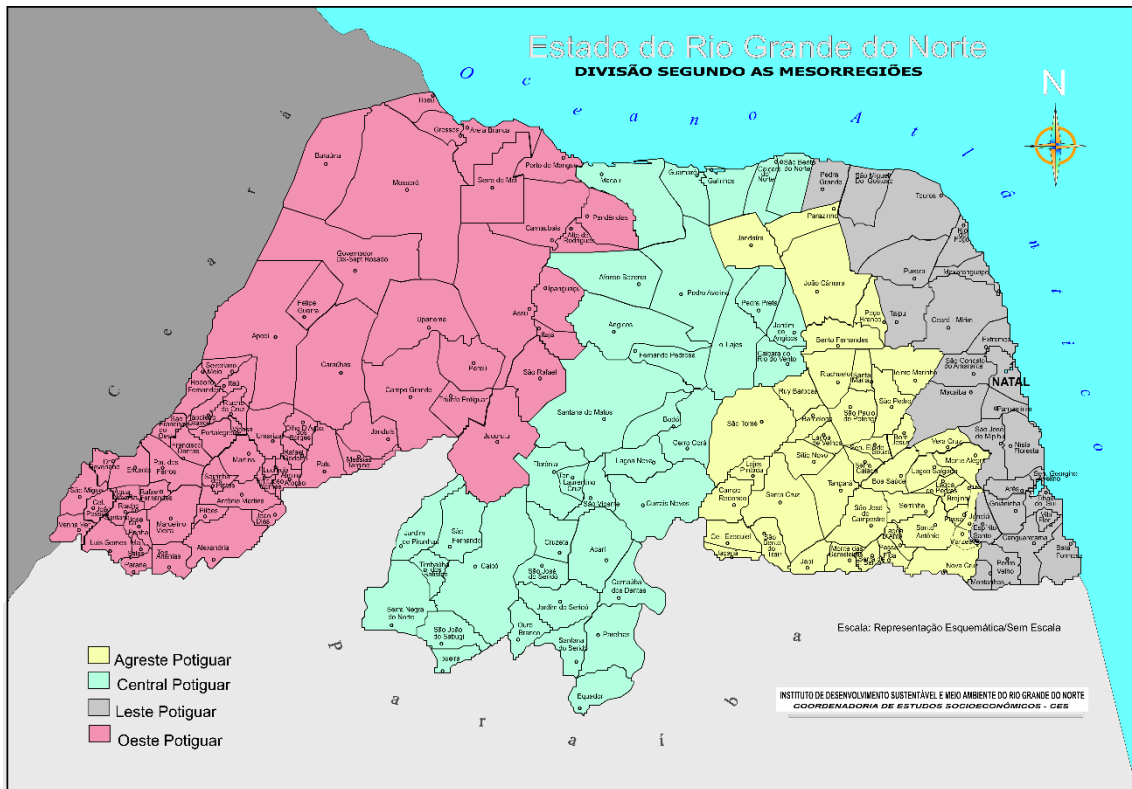


Figura 12 - Anuário Estatístico de 2014 – IDEMA. <<http://www.idema.rn.gov.br/>>

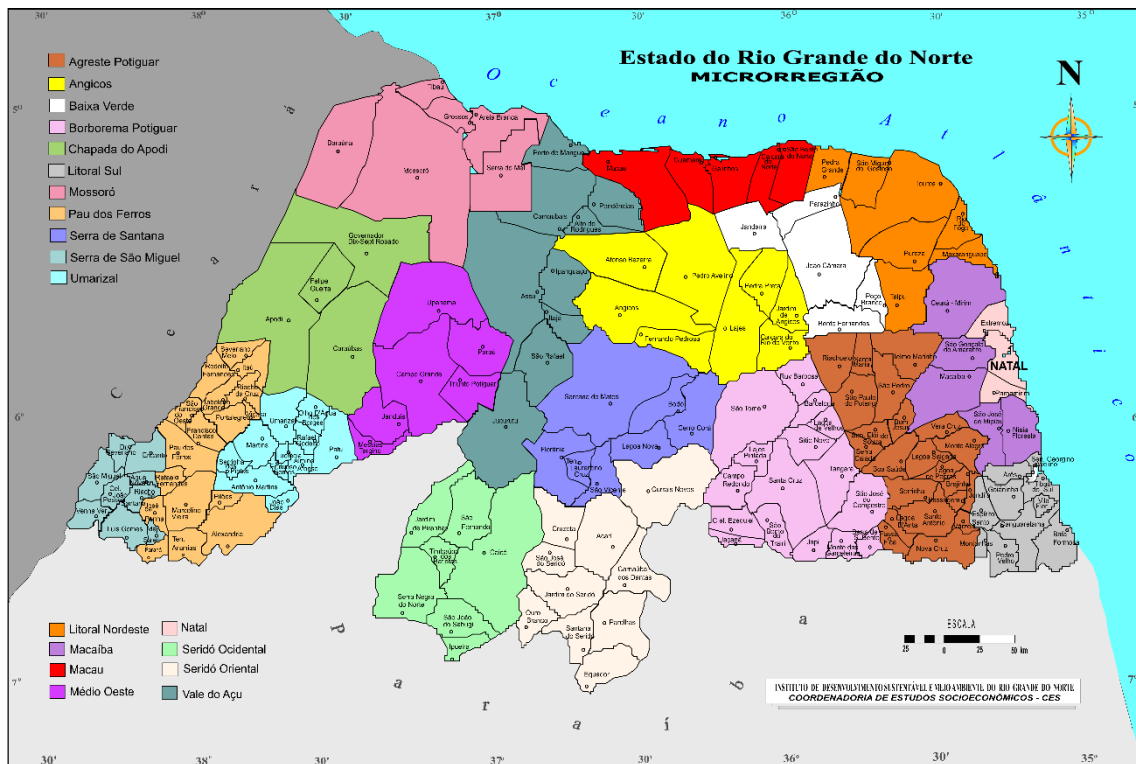


Figura 13 - Anuário Estatístico de 2014 – IDEMA. <<http://www.idema.rn.gov.br/>>

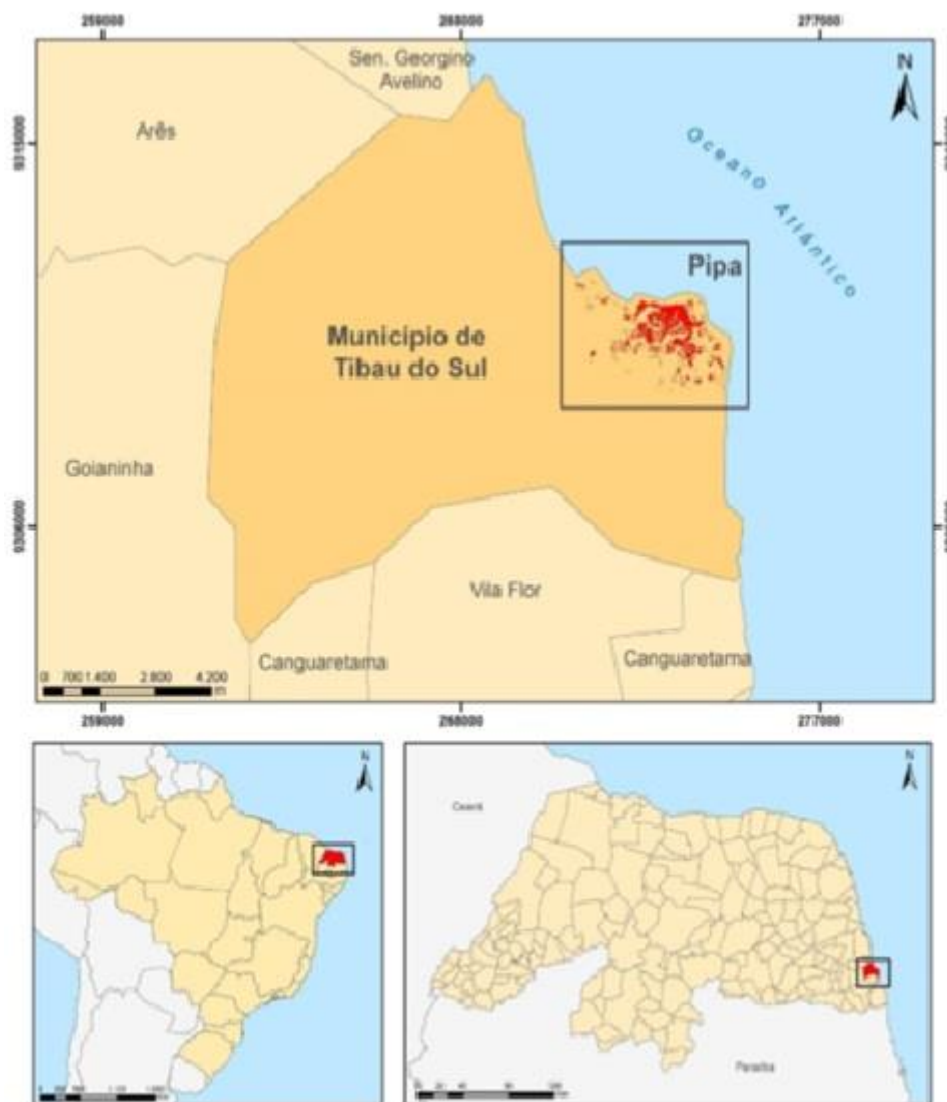


Figura 14 – Localização de Tibau do Sul. Fonte: Nunes (2014).

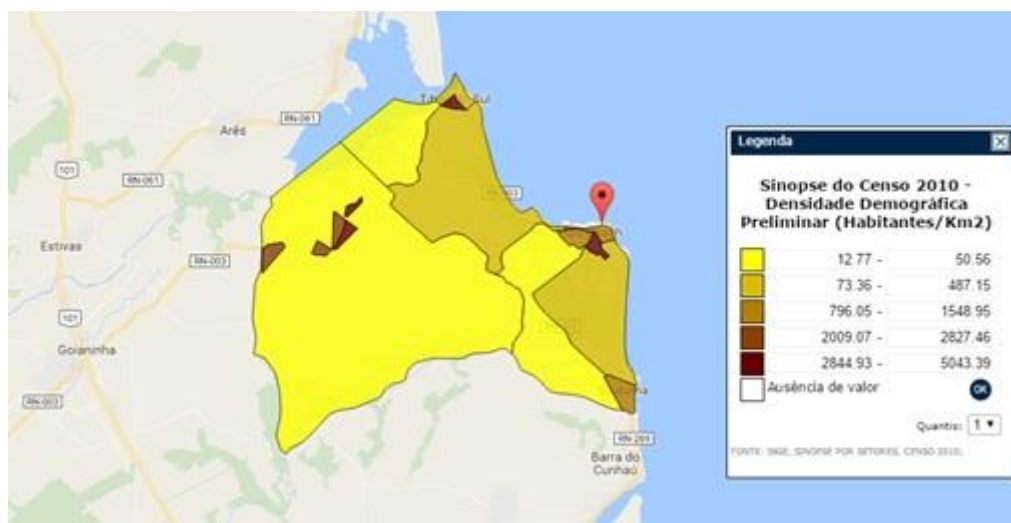


Figura 15 – Sinopse do Censo 2010 - Densidade Demográfica Preliminar (habitantes/km²)
Fonte: censo2010.ibge.gov.br/sinopseporsetores/

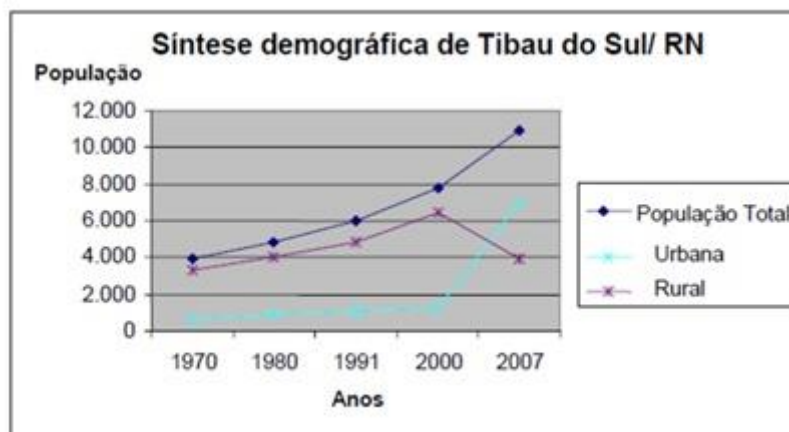


Gráfico 01 – Fonte: Gonçalves (2010 apud Nunes, 2014, p. 33)

Pipa é um dos nove distritos que fazem parte do município de Tibau do Sul e está aproximadamente a 80 quilômetros da cidade de Natal, capital do Rio Grande do Norte. Tibau do Sul é um município brasileiro que compõem a mesorregião Leste Potiguar (Figura 12), situado na faixa litorânea meridional do estado do Rio Grande do Norte, pertencente à microrregião do litoral sul (Figura 13) e ao sul da capital do estado. Ocupa uma área de 101,793 km², sendo que 0,3682 km² estão em perímetro urbano, e sua população foi estimada em 13.609 habitantes no ano de 2016, pelo IBGE²¹.

Dados do IBGE apontaram que a variação populacional em Tibau do Sul entre 2000 e 2010 foi de 26,92%, o que representou uma taxa de crescimento populacional de 3,9%. A população variou de 7.749 habitantes em 2000 para 13.609 em 2016. Essa taxa tem uma relação direta com a dinâmica de ocupação do município no período recente, em particular com a “descoberta” de Pipa que redefiniu novos padrões de uso e ocupação do solo, na medida em que atraiu, e ainda atrai, grandes fluxos populacionais de brasileiros e de estrangeiros.

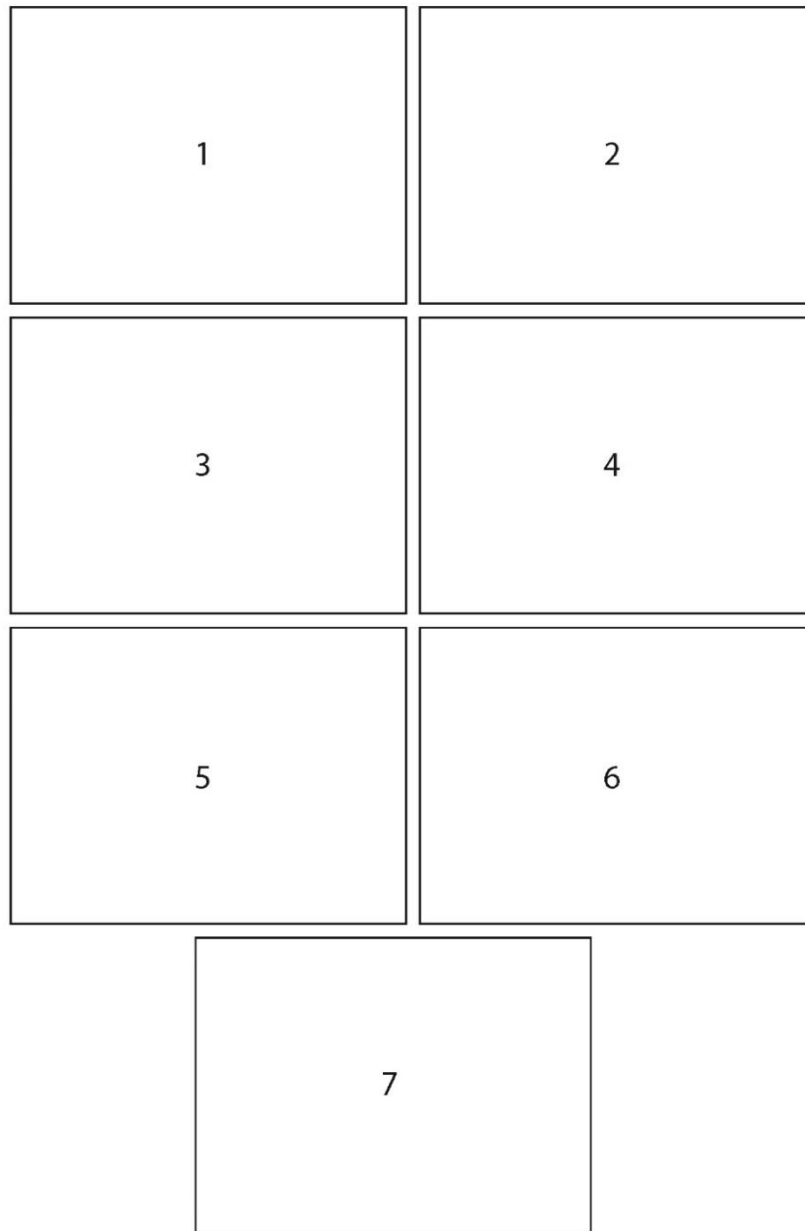
São 15 quilômetros de costa atlântica e 11 praias (...). Abrange as praias da Pipa, Praia do Giz, Malembá, Lagoa Guarairas, Cacimbinhas, Praia do Madeiro, Baía dos Golfinhos, Praia do Centro, Praia do Amor, Praia das Minas e Sibaúma. Com a Lei n° 2.803, Tibau desmembrou-se do município de Goianinha em 1963 e teve a palavra “sul” acrescida ao seu nome, diferenciando-o, assim, de outro município ao norte do Estado, passando a ser denominado Tibau do Sul. O município conta com nove localidades, além da sede municipal: Pipa, Umari, Bela Vista, Cabeceiras, Piau, Manimbú, Simbaúma, Pernambuco e Munim, as quais apresentam uma maior densidade demográfica, devido à proximidade a rios,

²¹ <http://cod.ibge.gov.br/35C>

investimentos turísticos e rodovias (NUNES, 2014, p.42-43).

Em relação à urbanização de Tibau do Sul, os dados gerados pelo Censo IBGE de 2011, indicam ser expressiva a existência de concentração populacional na sede do município e na praia da Pipa (Figuras 14 e 15). A partir da análise desses dados populacionais, podemos perceber que a população local passou por uma mudança, se tornando majoritariamente urbana (Gráfico 01).

1.2.1. Prancha 3 – Visão Panorâmica

Prancha 3

Prancha 3



Atualmente, Pipa apresenta infraestruturas como saneamento básico em suas ruas principais, restaurantes/bares e hotéis, escolas de ensino infantil e fundamental do setor público e privado, posto de saúde da rede pública, Agência dos Correios e caixas bancários de serviço 24 horas. Essa infraestrutura faz Pipa diferenciar-se das demais áreas do município, o que pode ser uma justificativa de sua densidade populacional ser maior em relação às outras localidades da região.

Analisando esses dados, percebe-se que a urbanização é um fenômeno recente no município de Tibau Do Sul e, durante o tempo que passei observando a Praia da Pipa, pude constatar o hibridismo entre o modo de ser/viver urbano e o modo de ser/viver rural representado pela presença dos costumes da cultura dos povos tradicionais do litoral brasileiro.

No contexto do final do século XIX, mais precisamente no final do período de declínio do sistema colonial, a Praia da Pipa era vista como um povoado praticamente isolado, no qual o cotidiano dos moradores corria, então, tranquilo e sem novidades. Tal como Trindade (2009), acreditamos que as diferenças entre o distrito atual e o de mais de um século atrás não se restringem ao modo de ser e viver da população residente, a geografia do local também era muito diferente. Além das grandes faixas de terra sem nenhuma habitação, da vegetação densa e abundante, o mar era bem mais recuado (AIRES, 2012, p. 40).

A partir da memória e história de vida de duas senhoras que nasceram e se criaram nesse lugar, Jussara Aires (2012) fez uma reconstituição do passado da Praia da Pipa. Ela percebeu que mesmo diante do processo de modernização decorrente da pressão exercida pela globalização e pelo capital resultante do investimento turístico, a população nativa não foi e não é passiva e resiste, criando mecanismos de reformulações materiais e simbólicas. O turismo, em seus mais variados aspectos, trouxe à Pipa novas formas de ver e pensar, seja a vida cotidiana, seja o lugar em si, promovendo novos modos e relações de trabalho, modificando a economia e estimulando rearranjos nas relações sociais. Aires (2012) dá destaque às transformações materiais, visto que novas necessidades de consumo foram incorporadas – como alimentação, habitação, transporte, vestuário e utensílios domésticos –, causando profundas transformações na vida cotidiana dos moradores do vilarejo,

Muitos elementos do modo de ser do povo tradicional desse lugar e do modo de ser de quem chega se fundem e criam uma identidade peculiar que modifica as paisagens do lugar. O tempo aqui ainda não é bem aquele do relógio. As estações do ano e a periodicidade turística influenciam bastante no modo como a temporalidade é vivida

atualmente em Pipa. Nove horas da manhã, por exemplo, é muito cedo para o comércio da rua principal que só começa a se movimentar depois das dez horas.

Nos dias de hoje, ao observar a forma de viver nesse vilarejo, percebo que ele é atravessado e permeado pelo modo de ser de seus visitantes e novos moradores que chegam de várias partes do mundo. Muitas nacionalidades circulam pelo cotidiano pipense. São portugueses, italianos, noruegueses, franceses, colombianos, chilenos e muitos argentinos. Recentemente, o jornal argentino *Clarín*²² (Figura 16) publicou um artigo sobre Pipa e os argentinos que decidiram viver nesse lugar:

La mágica postal del atardecer es poética, más si se disfruta de una caipirinha y los pies jugando con la arena. Arriba, en el bar, una cantante que parece brasilera le agrega más armonía a la escena: “Eu vejo o futuro repetir o pasado/Eu vejo un museu de grandes novedades/Mais o tempo nao para”, canta aquella exquisita canción de Cazuya. Abajo un grupo de argentinos ocupa una mesa, hablan de su trabajo, de lo bien que la pasan, que se quieren mudar a otra casa y uno deduce que no son precisamente turistas. Es que en Pipa, nordeste de Brasil, lugar idílico y sencillo a la vez, el tiempo en verdad pasa lento, amorosamente. Entonces los amantes del fernet y el dulce de leche, “bajan un cambio” y se adueñan literalmente de este sitio como propio. Así como Daiana, la que le puso voz a la canción, es en verdad tan argentina como Maradona, los dueños del bar Orishas y dos de sus empleados, también. Será entonces el tiempo de una especie de “colonización” celeste y blanca como alguna vez fue en Buzios o Florianópolis o los más ejecutivos en San Pablo. Pero en Pipa nadie corre nada y mucho menos a un arrebataador. Aquí solo se atrapan ilusiones, con calma (Clarín.com, Opinión, 10/12/16).

²² Disponível em <http://www.clarin.com/opinion/Pipa-irresistible-atractivo-playas-brasilenas_0_1702629803.html>



Figura 16 – Recorte do jornal argentino *Clarín*, 10/12/2016

A impressão que se tem é que as pessoas estão sempre prontas para ir à praia, usando roupas leves, pouca roupa para ir trabalhar, fazer compras ou levar os filhos na escola. Os pontos de encontro da Praia da Pipa ainda se resumem nas praias e na Avenida Baía dos Golfinhos, comumente chamada por seus moradores de centro ou simplesmente “rua”, onde está localizada a única praça. A maior parte do comércio (lojas, supermercados, serviços bancários) e locais onde acontecem a vida noturna se concentra nesse meio. Assim, é muito fácil entrar em contato com as pessoas que vivem na localidade e que circulam nela, dando a típica sensação de lugar pequeno, onde todos terminam se conhecendo presencialmente, e isso possibilita uma forte interação face a face.

A moda que chega não é somente a indumentária. São músicas, modo de falar e de pensar que se misturam e hibridizam a cultura do lugar que antes era somente uma vila de pescadores. Os esportes radicais como o *surf*, *stand up paddle*, caiaque, *wind surf*, *kite surf*, *sandboard* e voo de asa delta são muito praticados em Pipa. Equipamentos e acessórios para a prática desses esportes são encontrados em estabelecimentos como padarias e supermercados. É muito comum ver pessoas transportando pranchas em carros, bicicletas ou a pé e a praia é cheia de professores dessas modalidades. Goldemberg (2007, p. 10) discorre em sua pesquisa sobre uma moralidade que ganha força singular em locais como o Rio de Janeiro, onde as praias, as áreas de lazer ao ar livre e a temperatura elevada durante quase todo o ano favorecem o desnudamento do

corpo. Isso pode ser vinculado à praia de Pipa.

Em Pipa existe um modo praiano de vivenciar a corporeidade; esse modo de viver suscita a informalidade e ausência de rituais presentes no modo de viver das grandes cidades. Ao mesmo tempo, o grande fluxo de pessoas traz consigo elementos das grandes cidades para Pipa, que transforma o *ethos* social e possibilita a criação de um *habitus* próprio (MAUSS, 2003) e de atitudes corporais típicas de vilarejos que passaram pelo processo de turistificação²³.

Nessa localidade, a imagem de corpos descobertos é presente na rotina das pessoas devido às suas características geográficas e climáticas, e o modo de ritualização da aparência do corpo (GOLDENBERG, 2007, p. 116) é um traço cultural muito forte. A tatuagem é um elemento muito utilizado na composição dessa aparência, pois é um atributo social aceito e a paisagem sociocultural da localidade é permeada de corpos coloridos que refletem o entorno sociocultural de Pipa: corpos descobertos, praia, sol, surfe, festa, juventude, liberdade, sexualidade, descontração, informalidade, hedonismo, diversidade e deslocamento de pessoas. Acredito que as representações que circundam Pipa – litoral de natureza exuberante, distante da cidade onde se pode relaxar e ser quem você quiser – colaboram para fazer dessa ex-vila de pescadores um espaço privilegiado para estudar o corpo tatuado. É nesse contexto que vivem os três entrevistados selecionados para construir a rede de informantes da pesquisa. Nesta mistura de culturas e de modos de viver, encontramos as tatuagens da indústria cultural estetizando a pele, dando nova cor à paisagem do lugar e servindo de substrato para a construção de narrativas pessoais.

²³ Processo de turistificação que ocorre quando um espaço é apropriado pelo turismo, fazendo com que haja um direcionamento das atividades para o atendimento dos que vem de fora, alterando a configuração em função de interesses mercadológicos (ISSA; DENCKER, 2006, p. 2).

Prancha 4

1	2	3
4	5	6
7	8	9
10	11	12
13	14	15
16	17	18

2. *Tattoobiografias*: memórias narradas na pele

*“Biologicamente, fisiologicamente,
não somos muito diferentes uns dos outros;
historicamente, como narrativas, cada um de nós é único”.*
SACKS, 1997²⁴

Tattoobiografia quer dizer a história de vida de uma pessoa contada a partir de suas tatuagens. As três *tattoobiografias* apresentadas a seguir foram produzidas a partir de uma conexão entre etnografia e comunicação. Elas são resultado de uma montagem feita com a seleção de trechos dos relatos das entrevistas e das fotografias produzidas durante as entrevistas. A tatuagem é o tema em comum entre as biografias e é também o eixo central das narrativas que criei para contar as histórias de vida dos entrevistados.

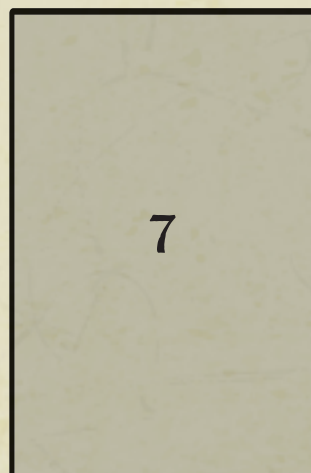
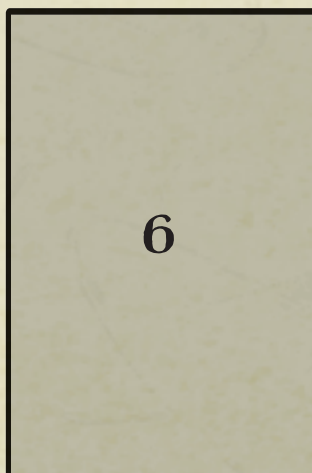
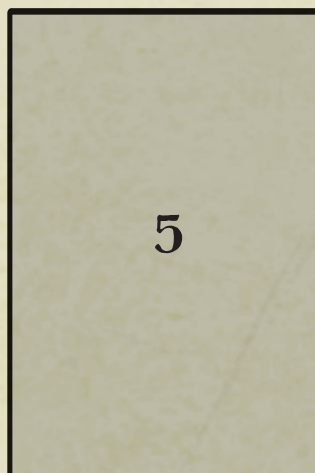
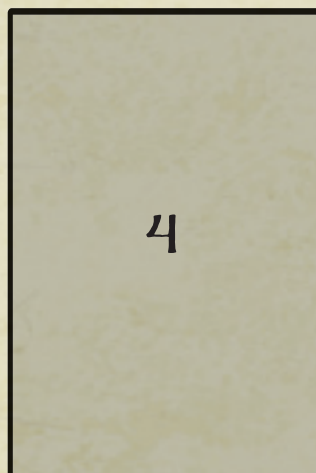
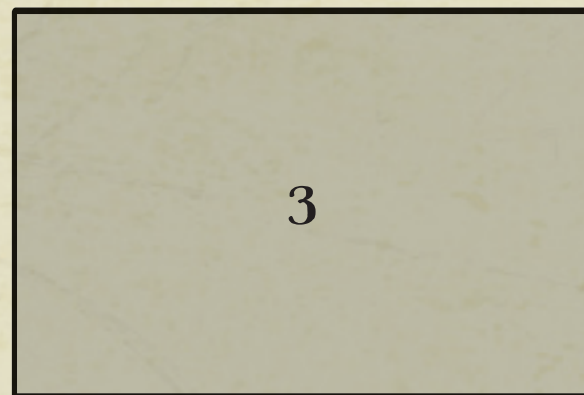
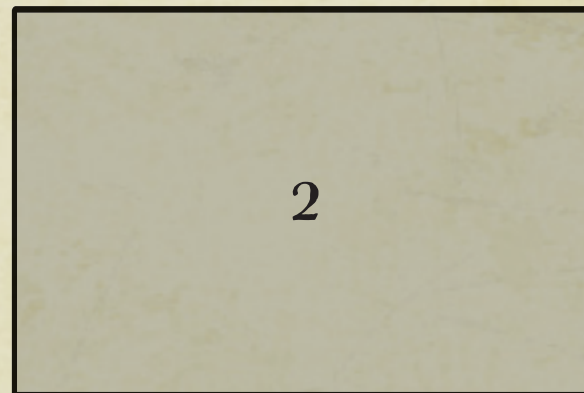
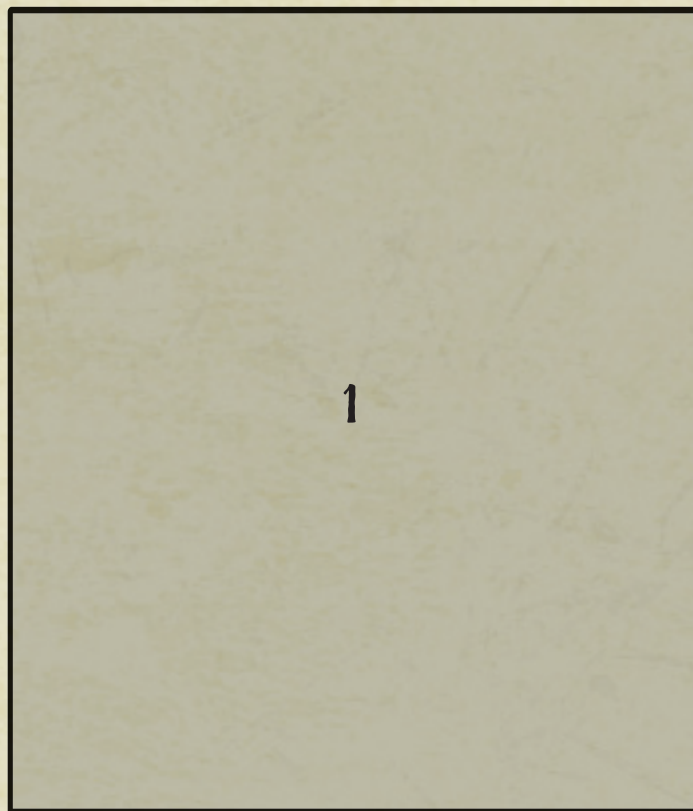
O propósito dessas narrativas de ordem verbo-visual é representar a vida de uma pessoa tatuada com imagens de produtos da indústria cultural como um pequeno álbum de fotografias e reconstruir a maneira como os aspectos visuais e comunicacionais foram elaborados por ela para compor o *look* de sua pele.

Orientação para leitura das pranchas fotográficas: a cartela de abertura é seguida de uma prancha numérica que indica a sequência de leitura das fotografias dispostas em uma prancha fotográfica localizada na página seguinte. Essa é leitura que fiz das histórias de vida contadas a partir das tatuagens.

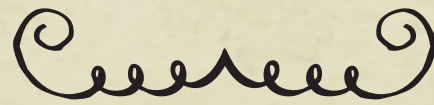
²⁴ (apud MARTINEZ, 2014).

TATTOO BIOGRAFIA









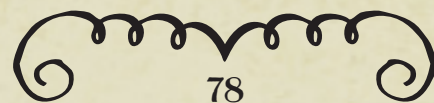
F.F. é aquele tipo de pessoa que tem muita vida dentro de si e, por causa disso, não se contenta em fazer uma coisa só e, esse princípio, está bem visível na quantidade de tatuagens que fez e que ainda pretende fazer. Nascido em Venaria Reale, uma pequena comuna italiana da região do Piemonte, F.F. escolheu a Praia da Pipa para ser, como ele mesmo diz, o seu lugar para voltar.

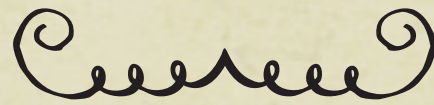
Atualmente ele mora uma parte do ano em Pipa e outra parte em Barcelona mas já é morador desta vila cosmopolita há dez anos. Empresário, pai de J. Lamù e marido da M. C., amante de esportes radicais e de tatuagens, F.F. traz impresso na sua presença a ideia de que a idade de uma pessoa é determinada por sua mente, pois aos 43 anos, demonstra ter uma vida cheia de energia, como se fosse estivesse na adolescência.

Na varanda de sua casa, F.F. conversamos sobre sua relação com a tatuagem e, apesar de não se considerar um grande espectador de televisão, ele tatuou a perna direita inteira com imagens de quatro desenhos animados que marcaram sua infância.



Figura 1





Eu comecei já muito jovem. Eu gostava muito já com 12, 13 anos eu já queria me tatuar só que eu não podia né com essa idade. **Naquela época, 30 anos atrás era bem difícil né, era visto como pessoa do mal né, pessoa que tinha passagem na prisão, na cadeia, marginal mexia com coisas não legais.** Aí era difícil, inclusive os pais, as religiões, principalmente os cristãos, católicos. Um pouquinho assim complicado.

Não não, bem poucos [amigos tatuados], era mais que eu tinha visto em jornais assim, algumas pessoas. Também eu morava num povoado pequenininho né, naquela época, fora da cidade, então era mais complicado ver uma pessoa com tatuagem.

Não sei porque, mas eu gostava daquele estilo também de marinheiro, Old School, aquelas coisas (Fig. 3). Também gostava dos anos [19]50, aquele estilo rock roll, Rockyabill e **ai já rolava, antigamente tinha os caras também que se mostrava no circo que se tatuavam muito naquelas épocas então era uns fenômenos.** (foto 4).

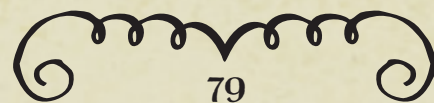
Figura 3

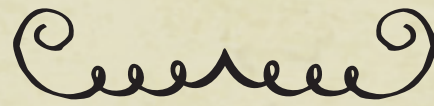


Figura 4



Figura 2





Mas comecei, fiz minha primeira tatuagem com 17 anos, antes de chegar na maior idade. Fiz desafiando meu pai né, porque meu pai era muito rígido, severo então era complicado.

Foi uma, como que chama aqui a Araba Fenicia, uma Fênix, (Fig. 6) muito antiga, tem 25 anos (mostra a tatuagem no ombro esquerdo) ou mais... Ai vieram essas ao redor, essas coreanas aqui (Fig. 7) e depois aqui e pra lá e pra cá e no corpo todo (fala sorrindo).

É, foi assim. Mas na frente eu senti uma vontade de me tatuar, **uma saudade de uma tattoo nova não sei...** a de repente vem. Aí escolhi essa perna (fala olhando para perna) e coloquei. Antigamente a minha ideia era mais no branco e preto e depois foi mais no colorido (Fig. 8), gostei mais né.



Figura 6



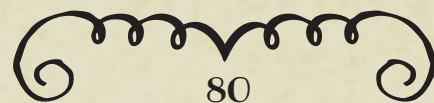
Figura 7



Figura 5



Figura 8



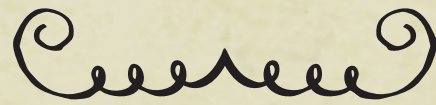


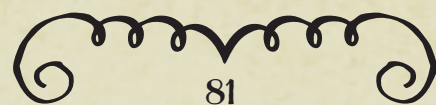
Figura 9

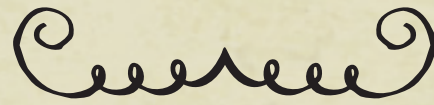


Aí comecei, dediquei essa canela para essas tatuagens de desenho animado. O primeiro acho que foi mais de dez anos atrás ou mais. Aí veio outro uns dois anos depois e aí foi juntando até o último que eu fiz há dois anos atrás que é a parte que completa, o fundo verde com a folhas.



Figura 10





O primeiro que eu fiz foi o Dick Vigarista e o Rabugento né do Pega o Pombo (Fig. 11), esse desenho onde eles tinham que capturar um que trazia levava mensagem, segredo de guerra e era ele mais outros dois com aviões, eles eram inventores, construtores de avião e tentavam pegar o pombo e nunca conseguiam; os aviões sempre quebravam e eles caíam para baixo aquelas coisas...

Aí depois decidir fazer a Lamù (Fig. 12), que é um manga* japonês e depois virou um desenho animado, muito engraçado, nada de guerra assim, nada de violência e muito muito divertidíssimo.

Depois decidi fazer o Porquinho da sorte do Yataman (Fig. 13) outro desenho japonês muito louco e aí depois veio o Fantaman (Fig. 14) que era um protetor, um espectro, um fantasma que protegia a terra dos aproveitadores digamos assim. Esse também é engraçado. E pronto.

Figura 11



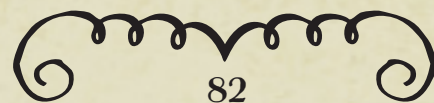
Figura 12

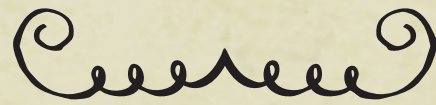


Figura 13

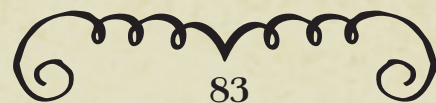


Figura 14





Tem uns que dizem "Ah, olha ai o Rabugento! Olha lá é não sei quem!" A tatuagem também de vez em quando é uma forma de se conhecer, bate papo, se conhecer, de trocar experiência. É bacana, é social. Antigamente quando eu comecei era uma forma... era arte difícil né porque, tipo, procurando trabalho, conversando com pessoas... **tatuagem era uma distância**, (faz gesto com as mãos como se estivesse empurrando, distanciando algo) um pouco assustador. Servia para identificar a pessoa: "Esse é tatuado então, dava medo." Afastava, no começo afastava. Agora não. Agora já mudou bastante, virou até moda, muitas pessoas têm. Na Europa teve uma época que era moda aí depois as pessoas procuravam como tirar também. **Mas quem se tatua porque gosta, porque ama, porque quer mesmo a tatuagem faz parte da vida e cada tatuagem tem uma história, uma lembrança de uma época, de um momento. Aí é diferente, agora muitas pessoas vivem isso de uma forma mais livre porque a comunidade ver isso não como uma forma de marginalidade, mas é normal né. Aí é modo de se conhecer, de trocar uma ideia, de perguntar onde fez o trabalho, quem foi a tatuador, porque... ai já vira...**

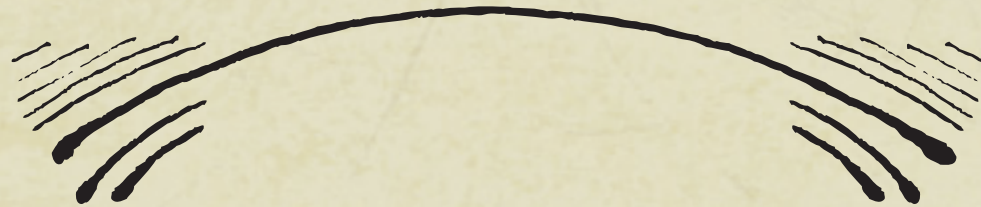
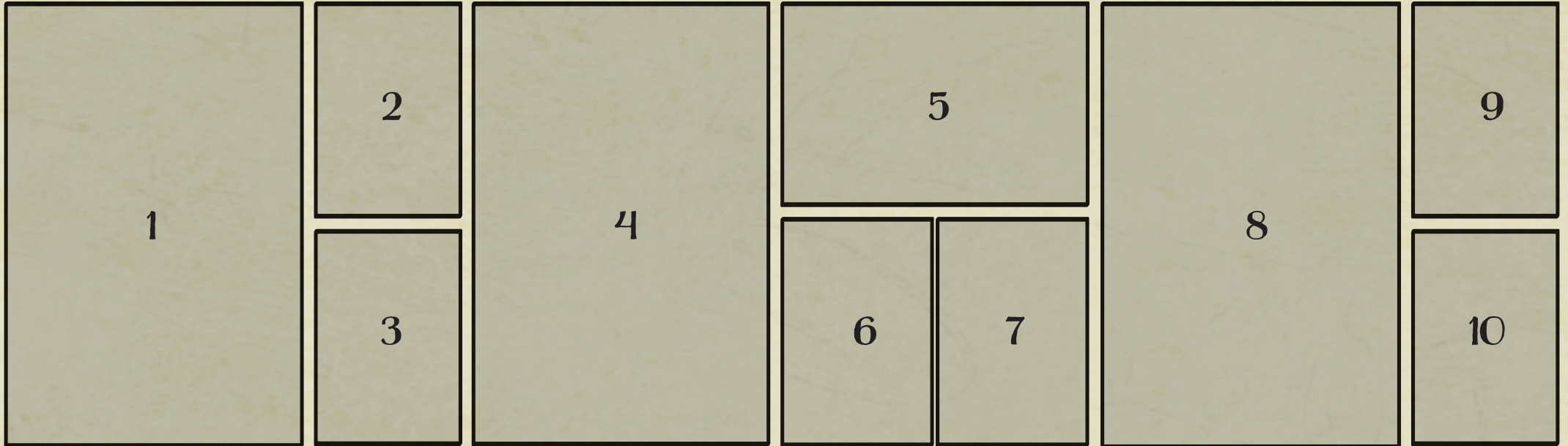


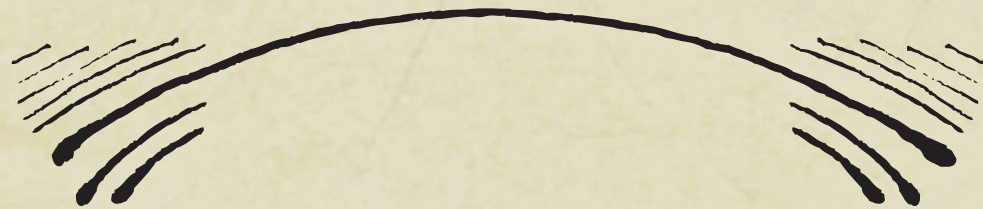
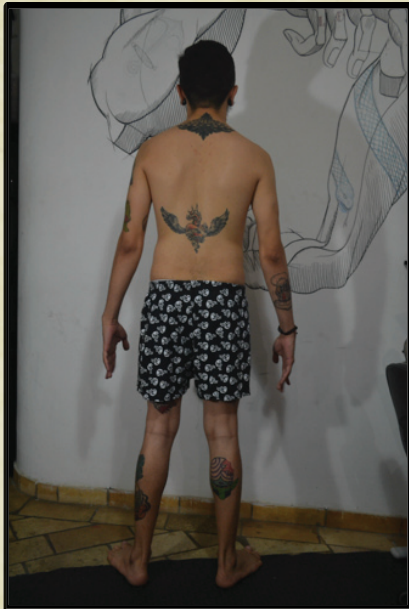


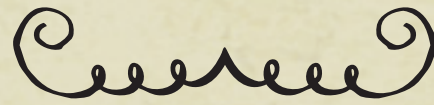
FIM

TATTOO BIOGRAFIA







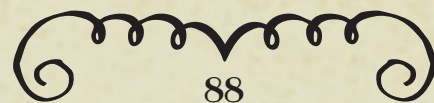


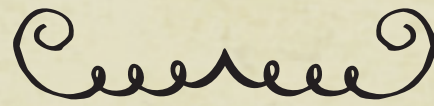
Desenhar é um hábito que nasceu na infância e que acompanha I.B. até os dias de hoje. Desenhista autodidata, no início riscava o papel porque queria trazer para perto de si seus desenhos animados favoritos. Hoje, sua arte é feita na pele de quem quer levar para sempre imagens que simbolizam algo que não se quer esquecer. Apesar de ter crescido em Umari, pequeno distrito que fica a poucos quilômetros da Praia da Pipa, esse jovem de 28 anos de idade traz em sua presença o estilo urbano que acompanha as tendências da juventude conectada à internet.

I.B. vive uma vida dividida entre o anonimato da sala escondida do setor de reservas de um hotel e o frisson de ser tatuador em Pipa no estúdio Divino Tattoo; entre ter um estilo de presença cosmopolita da Praia da Pipa e o modo ser típico de cidade do interior, típico da localidade onde foi criado. Com mais de 20 desenhos estampados no corpo, a timidez de I.B. acaba quando ele é convidado a falar sobre seu corpo de patchwork boy. Conversar com I.B. equivale a conversar com a coragem de realizar sonhos. Convivendo por dois meses com esse promissor tatuador de agenda movimentada, pude ver ele transforma sonhos, imaginários, memórias e afetos em desenhos que são materializados na pele.



Figura 1





Acho que comecei quando eu era pequeno mesmo, acho que já gostava dessa parada de tatuagem sabe? Sempre falava que ia fazer alguma coisa. Não tanta coisa, mas pensava em fazer uma primeira tatuagem para sentir como era. Acho que foi mais ou menos assim. Ai daí foram vindo mais ideias e mais e mais ideias... e minha mãe gostando também (risos) Porque minha mãe é do tipo que gosta de uma tatuagem e tal e aí tipo: “É só essa tatuagem que você pode fazer! Mas daí você não passa não!”

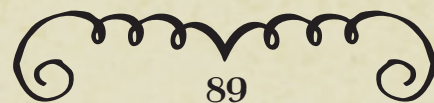
Eu não parei para contar ainda, mas acho que tenho mais de 20. Eu acho! (risos) Acho que tenho mais de 20.

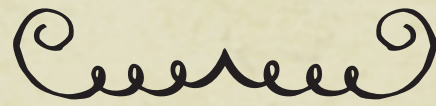


Figura 2



Figura 3

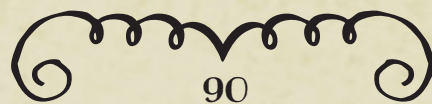


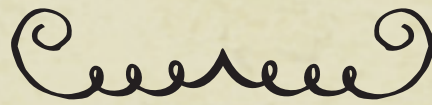


Eu aprendi desenhar só. Assim, minha mãe era professora e, no caso ela foi minha primeira professora, e nesse tempo tinha desenho na escola e tal e eu ficava desenhando junto com ela e eu acho que fui gostando e passei muito tempo desenhando e acho que foi daí. Eu desenho desde criança.



Figura 4





Então elas foram uma das primeiras (Fig. 5 e 6). Acho que eu fiz mais por impulso, talvez hoje eu não fizesse as duas. Mas foi ainda naquele tempo que eu fazia escondido e tal. Acho que acabei fazendo por que tinha muita vontade de tatuar e tinha que esconder. Escondido de mãe, da minha mãezinha.

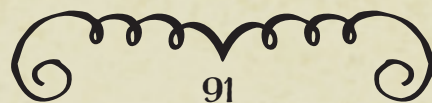
Eu tinha um amigo... amigos que tatuavam mais à vista e eu levei eles para o tatuador, aí quando chegou lá eu disse: "Eu quero tatuar também!" Aí quando eu chegava em casa com a tatuagem, eu tinha que escolher um lugar que ficasse coberto.

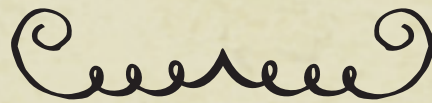
Então, a banda (Fig.5) eu estava ouvindo muito na época, conheci a banda também na época, tinha essa caveira massa que eu gostava e gosto, e o filme (Fig. 6) também. Eu acho que eu estava muito nesse tempo de tipo de ver alguma coisa ou assistia sabe e começa a gostar muito daquilo e acabava fazendo e foi mesma coisa com o filme também só que banda ainda mais. O filme eu acho que é uma das que eu não teria feito sabe. Não me arrependo, não quero cobrir, mas eu não teria feito se fosse hoje, e a banda talvez fizesse, eu ainda ouço.

Figura 5



Figura 6





E eu acho que esse fato de quando eu vim para Pipa, eu comecei a, tipo sei lá, a ter mais conhecimento, ver mais o estilo da galera que eu via, que eu recebia no hotel né. Pessoal tatuado, vinha pessoal tatuado e eu acho que comecei a ligar ali o estilo. E ficava também com o acesso com a internet que eu acho que era um meio de ver o que eu queria ali, o que eu queria tatuar e foi assim que foi surgindo as outras tatuagens.

Eu fui espalhando e daí eu fui criando. Por exemplo, esse braço aqui (braço direito já tinha a estrela né, aí comecei com essa aqui que no caso é um caixão com uma mão de carne e outra mão de osso que representa no caso a questão da vida e morte (Fig. 7), essa passagem e tal que eu costumo pensar assim que, quando mãe fala alguma coisa que quando eu vou tatuar e tal, eu penso que vou tatuar e é isso porque isso aqui um dia vai embora e você tem que aproveitar o que você quer fazer naquele momento e eu acho que essa tattoo significa mais ou menos isso, sabe.

Aí depois que eu fiz ela, eu pensei muito nessa parada, desse braço ser só com desenho assim, com tipo vida, morte. Aí tem o coração que é no caso vida (Fig. 8), aí o Digimon ele não tem muito essa parada, mas como eu te falei que as vezes vai bolando uma ideia na cabeça e acaba surgindo, no final acabei vendo que tem um pouquinho porque sabe, ele seria no caso, um cacto e eu vejo ele como se fosse uma coisa meio sem, digamos que sem espírito dentro sabe? Assim com os olhos furados e tal algo que não tem nada dentro, como se fosse só o material, não tem nada dentro dele. Aí eu acabei associando também e daí eu tô pensando em fazer aqui só desenhos com essa pegada mais vida e morte e tal.



Figura 7

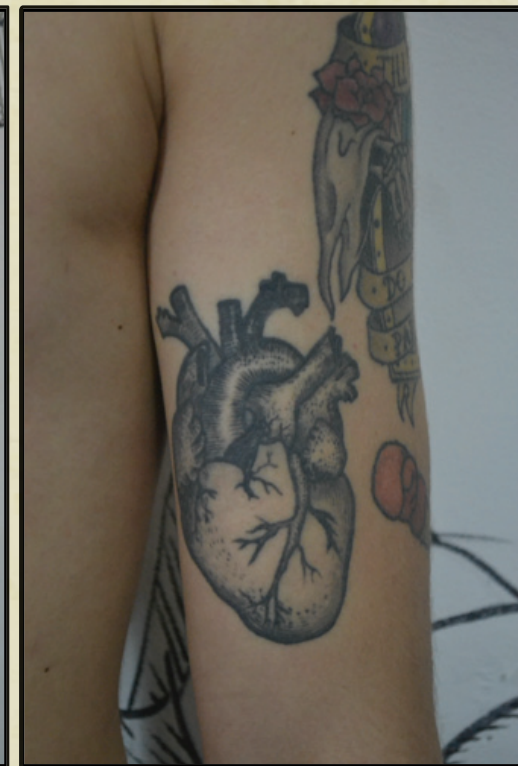
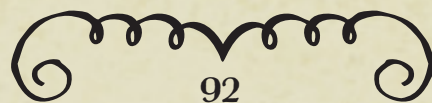
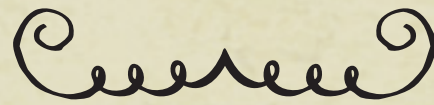


Figura 8





Mas acho que isso **você** vai montando com o tempo também quando você começa a ver algum.... Quando **você** começa a amadurecer também, idade e tal, você vai vendo o que você gosta e daí que surge. Acho que ninguém começa tipo: “Eu vou fazer só isso aqui (sinaliza para o braço esquerdo)” Acho que isso vai quando é um desenho mais fechado, um tribal ou alguma coisa assim que tem que fechar tudo, mas acho que tem um desenho assim, (aponta e olha para o coração que tem tatuado no braço direito) **quando** tem muita coisa para você fazer, eu acho que da primeira vai surgindo a ideia do restante.

E aí vou, crio o desenho. **O desenho vai me agradando** por mais que tenha muita gente que vai falar: “Ah, não tá legal não!”

Pelo local, vai muito pelo desenho. Ou as vezes eu penso no desenho e vou adequando ele de acordo com a forma do lugar que eu vou querer ele, no caso a forma do corpo. (Fig. 11) O que eu penso primeiro seria o desenho. Às vezes pode não ter significado para mim mas, mas eu tento olhar ele....



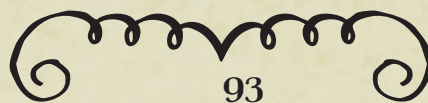
Figura 9

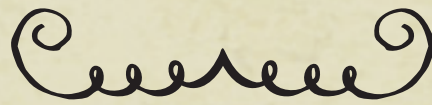


Figura 10



Figura 11





Às vezes a galera não entende muito o significado daquele desenho, mas é tipo como se eu montasse uma coisa na minha cabeça sabe? Que eu quero tatuar aquilo e aquilo tem um significado para mim e cada detalhezinho que as vezes eu nem sei explicar para galera, quando perguntam né, porque eu não gosto quando perguntam, acho que nenhuma pessoa tatuada gosta quando perguntam o que significa (fala isso sorrindo).

É assim: a maioria da galera chega perguntando o significado sabe, essas coisas e eu acho que não dá para falar isso para uma pessoa que você não conhece e eu acho chato também, tipo tu chegar num lugar que tem muita gente e você ficar falando sobre tatuagem: “Aí, o que é isso? O quê significa?” eu não gosto dessa parada não. Eu prefiro: “Ah, você tem tatuagem?” e vai conhecendo aos poucos e aí sim pode rolar a questão do significado e como foi feito. Mas essa pegada de ir muito em cima (faz gesto de alguém avançando) “Aí, o que significa?” Acho que isso é chato, acho que não rola não e eu acho que o pessoal que é tatuado não curte muito isso não. (risos)

Comentado [AF1]: Mais que atração, seria um dispositivo que integra as pessoas e aproxima mais o mundo subjetivo, dando oportunidade para o indivíduo relatar momentos significativos, gostos e traços de sua personalidade proporcionando assim uma atalho para as pessoas adentrarem de forma mais rápido ao mundo do outro.



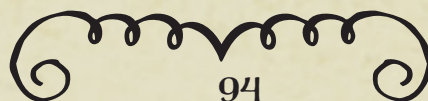
Figura 12

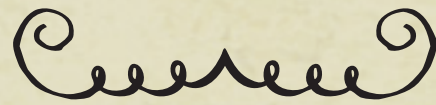


Figura 13



Figura 14





E o Macaco eu fiz ele quando eu tinha o corpo um pouco mais limpo ainda (Fig. 15). Ele foi, digamos uma das primeiras sabe. E fiz ele que é outro desenho também que eu gostava apesar do desenho ser, o pessoal considera mais um desenho para menina mas para mim não tinha isso, eu assistia tudo que passava e o que tava passando eu gostava, eram os desenhos do momento. E eu gostava do Macaco, eu acho que tem muito essa parada também de homem/macaco e tal sabe? E na época que eu fiz ele, eu estava ouvindo uma banda que se chamava Arctic Monkeys e tinha a ver também sabe. Eu tava muito ligado nas letras dessa banda e essa parada do homem macaco e o Macaco Louco que é todo genioso lá e acabou tendo um cérebro e tal. É muita coisa (fala sorrindo). Vai envolvendo e eu vou montando e vou gostando da tattoo e não tem o quê fazer. Ninguém me segura mais não. (risos)

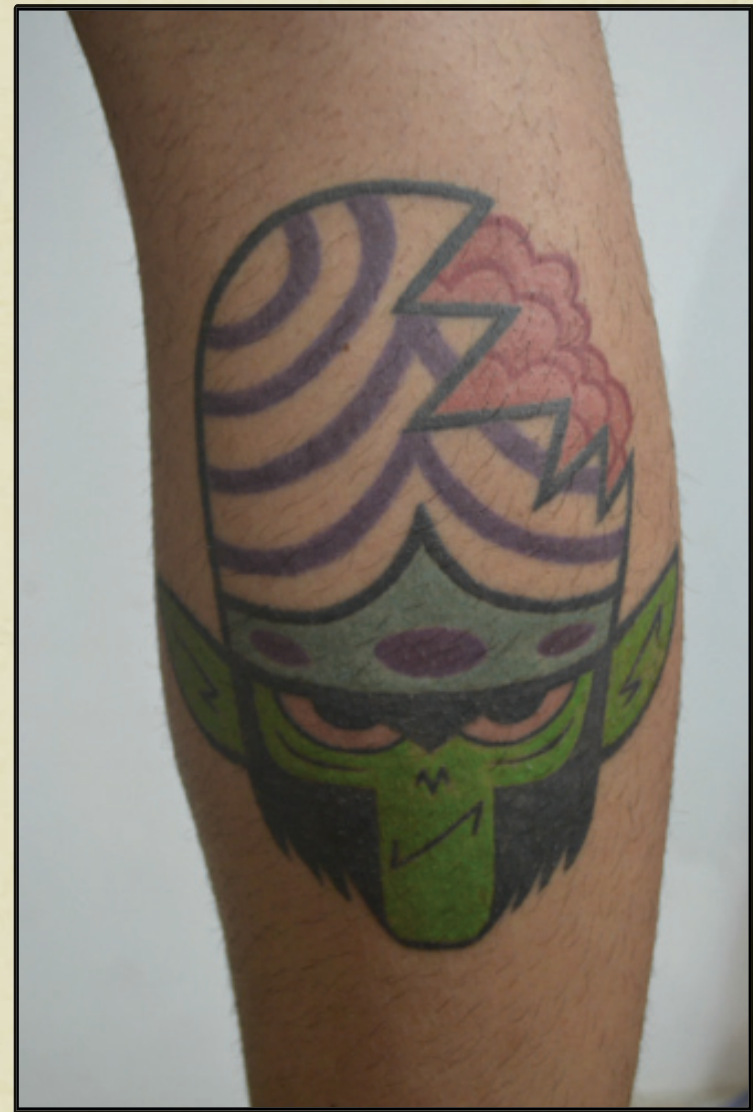
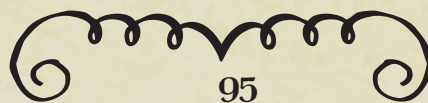
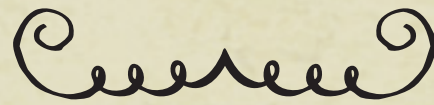


Figura 15



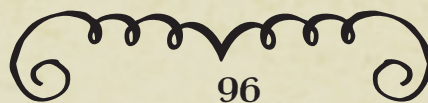


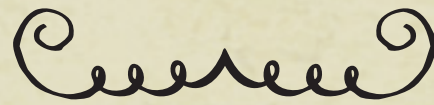
Essa do Digimon foi uma coisa bem louca, bem rápido mesmo (Fig. 17). Eu gostava do desenho como eu já te falei né, bem antes quando ele passava. Aí fiquei viajando sobre o que fazer no meu braço aí lembrei dele, que eu gostava dele né. **Eu fico pensando porque, as vezes, eu viajo mesmo num desenho** (risos)

E ele tem espinho e tal e tá aqui meio atrás do corpo e alguém vem e toca em mim e eu digo: “Ó, cuidado aí para não se furar!” (risos) E a galera vai entrando na onda mesmo. Às vezes o pessoal chega assim é pá: “Ai, vou me furar!” e tal! E foi mais isso. Acho que juntou eu gostar do desenho com essas pequenas coisas que ele tem que vai se adequando ao meu braço de vida. (risos)



Figura 16

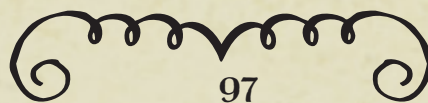


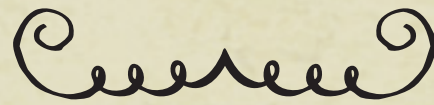


Escolhi a panturrilha porque acho que é um lugar legal. Assim, ia pegar bem... **Eu não imaginava ele tão grande.** O tatuador, o cara que fez, foi lá em Natal, aí eu levei o desenho para ele, ele montou lá e quando ele chegou com o decalque ele chegou com um macaco assim (mostra com as mãos o tamanho da imagem). Eu fiz: “Caramba! Eu imaginava um macaco assim!” (mostra, sorrindo, com os dedos o tamanho que imaginava) Aí ele: “**Não, é porque no papel fica maior** e eu acho que fica legal para panturrilha e tal”. Eu disse: “Então vai assim.” **E eu gostei muito do tamanho sabe, acho que do jeito que eu imaginava não ficava tão legal.** Acho que pegando a panturrilha (Fig. 16) toda ficou show de bola e tem essa parada também do capacete que ele é tipo meio ilusório com essas listras, psicodélico. **Eu gostei dessa parada e achei legal na panturrilha e acho que fica um lugar visível assim, todo mundo que ver: “Ah! O Macaco louco e tal!”** (fala sorrindo) Foi um lugar massa. Eu gostei e não me arrependo de fazer nesse lugar, acho que não tem outro lugar melhor não.



Figura 17





Essa perna eu tatuei a pizza né (Fig. 19), eu gosto muito de pizza e eu estava tatuando nela tipo coisas bestas mesmo, desenho colorido, engraçado. Deixei essa perna bem reservada para isso e essa aqui também, acho que vai ser alguma coisa assim (olha para parte baixa da perna) apesar de eu ter tatuado a guilhotina que não tem nada a ver... vai misturar muito né mas... **então agora como eu estava com essa parada de hambúrguer e tal porque eu gosto muito de hambúrguer.** Aí comecei a viajar no desenho, pensando numas ideias, de barba também (sorrir) e daí escolhi, estava com a ideia já dele, desenhei e no outro dia já queira tatuar (Fig. 20). **E fiz. Minha perna de comida!** (sorrir) **Aqui talvez seja um sushi!** (aponta para uma parte da coxa perto do joelho) Talvez um temaki, não sei ainda o que vai ser. Aí falta só colorir ele com a barbinha verde (olha para a tatuagem).

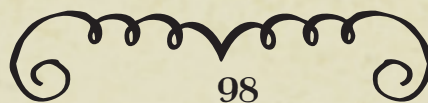


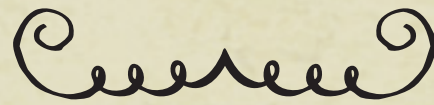
Figura 19



Figura 20

Figura 18

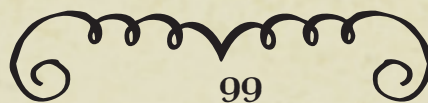


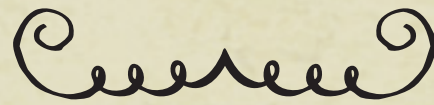


Acho que é muito a pessoa tatuada mesmo ela acaba chamando muita atenção, não só de pessoas que não tem tatuagem como as pessoas tatuadas também porque **eu tiro por mim mesmo quando vejo alguém na rua com tatuagem eu fico assim olhando as tatuagens dela e tal (risos) eu acho que a galera que não tem tatto ela chega muito não só com o desenho do personagem, mas com as outras tatuagens também. Ela vai criando um... ela tenta criar uma amizade com você para saber como é e tal, acha aquilo legal. E eu gosto sabe? Quando a pessoa não é muito invasiva eu gosto, mas, é isso. A galera vai parando, acho que acontece mais em balada, a galera tá bêbado mesmo e cria coragem e vai perguntar e tal (risos) acho que rola mais aí. E as vezes eu acho que o pessoal, como eu sou um pouco tímido, eu sempre ando muito calado, muito sério, acho que as vezes tem esse medo de tipo, chegar e falar: "Ah, sua tatuagem é legal" eu acho que vai muito disso. Mas não é só pelo personagem. O tatuado sempre chama atenção e a galera sempre vai chegar e falar.**



Figura 21





Eu passei por uma experiência que era mais ou menos... a pessoa era evangélica e quando eu cheguei assim, a primeira vez, ela tinha uma impressão de mim que tipo, ela não falava muito comigo e começou a falar de tatuagem que não era legal que era contra. Aí eu saí da sala onde isso aconteceu para não dar papo e não dar minha opinião porque não ia ser legal. Ai depois essa pessoa mudou totalmente, ela viu que eu não era aquilo que ela pensava até ela brinca com minhas tatuagens ai fica assim, no caso foi no lugar onde eu trabalho (no hotel) acho que eu sou umas das pessoas que ela mais se dá bem, me ver e fala e tal. Acho que tem essa pegada aí, você tem sua religião e tem que respeitar a escolha de cada um e não se importar com isso porque é a escolha dele, é o que aquela pessoa quer acho que não tem para quê forçar nada e nem separar tatuados e não tatuados (risos). Acho que todo mundo tem que estar junto e assim, todo mundo tem um estilo diferente e a galera tem que ver isso aí, aceitar.

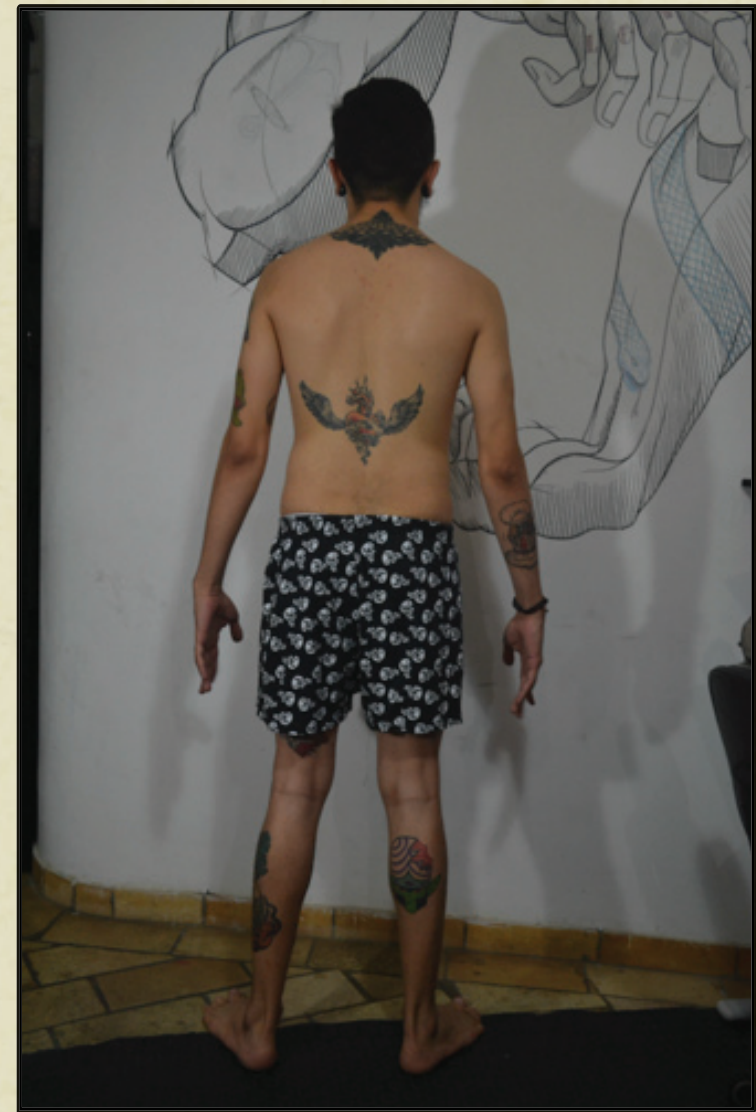


Figura 22





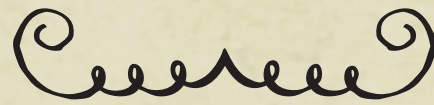
FIM

TATTOO BIOGRAFIA









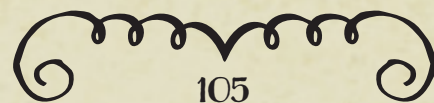
J.D. é o típico jovem argentino que chega à Praia da Pipa em busca de um lugar onde possa trabalhar, se divertir e curtir uma vida tranquila à beira mar. Nascido em uma província próximo ao litoral de Buenos Aires/Argentina com um pouco mais de 8 mil habitantes, esse rapaz, de 25 anos mora em Pipa há 11 meses, conta que sempre teve uma relação profunda com o mar.

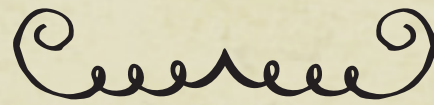
No coração desse salva-vidas credenciado à Cruz Vermelha, há um lugar especial para o esporte, música e tatuagem. Com ar sereno e voz tranquila, ele foi um dos entrevistados mais solícitos da rede de informantes e contou que já havia sido entrevistado para falar sobre suas tatuagens.

J.D. acredita que as tatuagens falam muito sobre a identidade das pessoas. Desde o primeiro desenho tatuado, já tinha muito bem configurado em sua mente o projeto que queria para seus braços. Nosso encontro aconteceu no estúdio de tatuagens Divino Tattoo, lugar onde nos conhecemos na ocasião em que J.D. acompanhava sua namorada durante sessões de tatuagem. Gostaria de tê-lo entrevistado mais uma vez, mas, como acontece com muitas pessoas que vivem em Pipa, ele decidiu sair de Pipa e, junto com sua namorada, embarcou numa jornada a pé rumo à Amazônia.



Figura 1





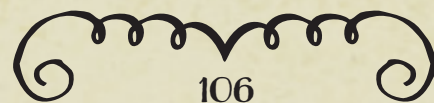
Acho que a coisa foi a música (Abre um grande sorriso). Quando comecei a ouvir o rock e **olhava os músicos com tatuagem com esse jeito** e, com 15 anos já comecei a gostar muito. **É achava que ia ficar sempre com muita tatuagem.**

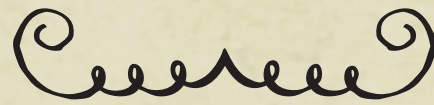
Como te falava, a música sempre foi muito importante para mim. O rock em geral, blues, jazz e outros tipos de música. O que mais gostava de fazer no tempo livre era escutar música. **É essa vontade de me sentir significado e a gente que me conhecia já via no meu braço uma pré-anúnciação e falar: “Olha, o menino gosta da música, gosta do rock!” e sem precisar você falar uma palavra ou duas. Eu acho isso o legal da tatuagem, você ver uma tatuagem na pessoa e já pode fazer uma leitura de mais ou menos o que gosta essa pessoa. É muito legal isso e eu me sinto representado pelas tatuagens da música.**

Mas sempre meus pais falavam: “Quando tiver 18 anos você pode começar!” E ai foi!



Figura 2



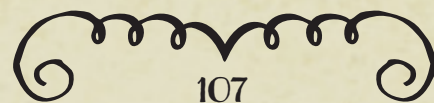


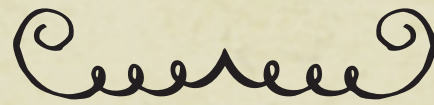
Quando comecei a fazer a primeira eu já **queria fazer o braço todo e queria que ficasse tudo junto, uma união.** Não queria que fossem tatuagens soltos assim, **queria algo que você visse e fique tudo junto, mesmo estilo.** Essa era minha maior preocupação. Foi com 20 anos. Depois do meu primeiro trabalho como salva vidas, a primeira grana que juntei foi para fazer tatuagem. (Sorri muito). **Foi o melhor dinheiro gastado!**

Foi esse aqui (aponta para o ombro direito) o Bom [Scott] (Fig. 3), cantante do AC/DC. (Fica olhando para a tatuagem por uns segundos). Sempre com muita dúvida para escolher uma tatuagem. Pesquisar, procurar na internet, eu também gosto de “borrar [desenhar]” então pensei em fazer um desenho próprio, nunca queria ter uma tatuagem igual a de outra pessoa. Queria algo muito pessoal. Então falava com o cara que fez a tatuagem e a gente junto terminou de completar uma ideia para que não fique algo repetido.



Figura 3





Muito nervoso! (Sorri muito). Fui com uma amiga que ela já tinha muitas tatuagens do mesmo cara e eu estava acompanhado, ficava mais tranquilo, mas foi bom! **Acho que o dor que que você experimenta é gostoso (risos e olha para câmera)**

É, sempre me falaram, **se você faz uma tatuagem não termina nunca.** E acho que é assim. **Sempre quis começar uma coisa e acabar!** (Sorri muito). Então eu não ia fazer outra tatuagem enquanto não acabasse esse braço (Fig. 4). E assim foi. Foram quatro anos fazendo. Então fazia um e já tinha que está vendo qual seria o outro que eu vou fazer para que coordene aquela tatuagem.

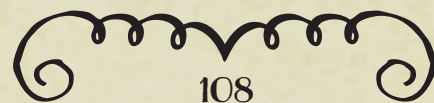
Sempre pensei assim. E sempre eu via os braços. Acho que vou tatuar todos os dois braços e depois não sei (Fig. 5).

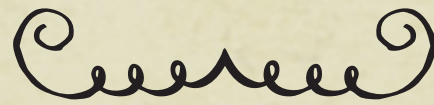


Figura 4



Figura 5





Eu segui com o **logo do AC/DC**, uma banda muito importante e esse **Canhão** (Fig. 6), fiz o **Campano** (Fig. 7) e também fiz esse **Mosquito** (Fig. 8) que é a capa de álbum. Então a gente fechou até aqui o colo (mostra o cotovelo). E aqui eu já fiquei... Bom.... Passou outro ano e comecei a ficar também nervoso, querendo fazer tatuagem e foi aí que falei com Quino, o cara tatuador, para continuar fazendo a manga e a próxima banda a escolher foi o **Gun's and Roses** (Fig. 9) que foi a minha primeira banda de música. Mas não foi o primeiro tatuagem porque eu fiquei sempre em dúvida do que fazer então eu decidi do AC/DC e quando fiquei mais seguro, com mais certeza aí deu para fazer o de Gun's and Rose mas foi a primeira banda que me inculcou no Rock.

Figura 6



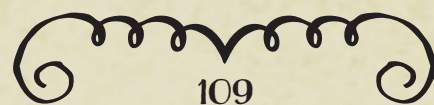
Figura 7

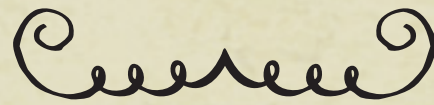


Figura 8



Figura 9





Depois a gente fez esse aqui do Led Zepellin, o símbolo dos integrantes (Fig. 10) e depois, como você falou, que a gente vai mudando e vai cambiando. Eu comecei a escutar um pouco mais do Metal, o Heavy Metal, Trash Metal... comecei a ficar ligado na história e na simbologia também e os próximos tatuagens também são de bandas do Metal. **Aqui** (aponta para parte de dentro do braço direito) tem **Airon Maden** (Fig. 11), **Metallica** (Fig. 12) e **Black Sabath** (Fig. 13), três bandas muito importantes para minha vida.

Figura 10



Figura 11



Figura 12

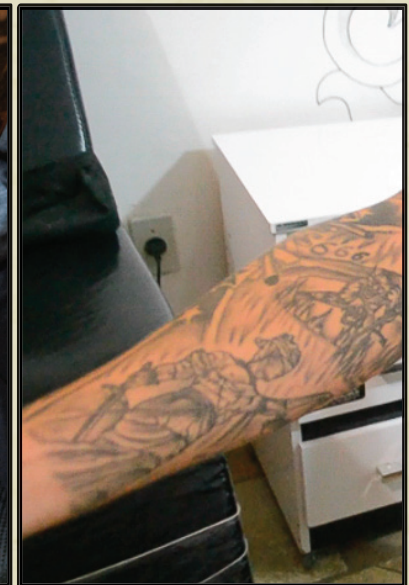
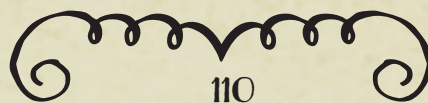
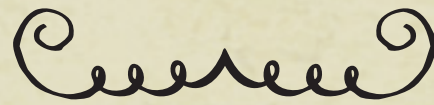


Figura 13



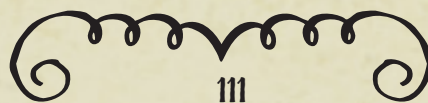


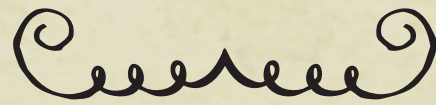
Esse aqui (Fig.14) foi o mais exigente pode-se falar porque, aí o cara o tatuador falou para mim: “Eu não posso fazer o que você pretende fazer!” Eu sou exigente e ele disse “Eu não deixar que você fique louco comigo, eu não ia fazer isso!” Aí procurei outro tatuador e conheci Roberto porque é realismo e eu nunca tinha dinheiro (sorrir). Mas quando queria fazer um tatuagem tinha que ficar bem feito não tem problema de gastar o dinheiro certo. E aí procurei, conheci ele e o cara já era muito conhecido. Agora ele virou um profissional e **tatua** muito jogador de futebol, tatuou o Messi a pouco tempo. Agora virou famoso. E agora não sei como continuar a fazer tatuagem com ele! (Risos)

Mas isso que eu acho estranho que eu sei que isso comigo não vai acontecer. O primeiro tatuagem que eu fiz... eu sei que posso mudar muitas coisas na minha vida como a gente cambia, mas eu sei que eu o gosto por essa música não vai cambiar nunca. Então, se eu fiz uma tatuagem, eu sei que uma dessas tatuagens que fiz de banda de rock é para sempre e que eu vou estar ligado a isso.

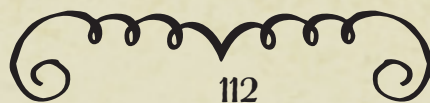


Figura 14





Encontrei muita gente legal que fala: “Olha que legal!” E você termina falando três horas! É engraçado isso. E eu também gosto de ir falar com gente que tem tatuagem, estou sempre olhando o corpo seja mulher ou seja homem, sempre que tem tatuagem eu tô ali olhando, observando. Eu gosto muito. Muito aqui no Brasil porque lá na Argentina o clima que se tem, é frio e você fica com camisa, manga longa e muita gente não sabe que você tem tatuagem, mas quando comecei a ficar aqui no Brasil, que a gente sem camisa, com o corpo descoberto, pouca roupa aí na praia sempre tem gente: “Ei, cara é o AC/DC? Que legal!” E a gente começa a se falar, a trocar uma ideia e... tem uma história, uma menina Argentina, já aqui em Pipa que a gente começou a falar pelo tatuagem e ela falava também que gostava do rock e tudo e ela é da capital da Argentina, e morava a 500km da minha cidade e pelo tatuagem a gente terminou conhecendo que o ex namorado dela que ela havia estado 10 anos com ele, eu conhecia muito tempo da cidade vizinha mas eu nunca via ela, ou a gente se encontrou mas não se conhecia! (sorrir muito) E a gente se conheceu aqui na Pipa por causa da tatuagem! É engraçado!





FIM

3. Estúdio Divino Tattoo – Cotidiano de uma usina de materialização do imaginário

Conheci o estúdio em 2014 durante uma visita à Pipa e fui muito bem recebida. Falei sobre minha pesquisa e I.B. logo mostrou sua tatuagem do Macaco Louco. Após algumas visitas, surgiu a oportunidade de passar os meses de junho e julho de 2016 realizando uma observação participante nesse estúdio. Fui ao estúdio sistematicamente, cinco dias por semana, de terça a sábado, cinco horas por dia, das 17h às 22h. O barulho da máquina de tatuar passou a ser natural para mim e passei a incorporar a linguagem utilizada naquele ambiente descontraído. O estúdio de tatuagem é um lugar onde as imagens mentais realmente ganham vida. Também encontrei dois informantes com histórias de vida em que a tatuagem tem um papel importante. Durante esse intervalo de tempo, os proprietários não estavam presentes, porque J.R. viajou a trabalho e passou uma temporada de dois meses como tatuador convidado em um estúdio de tatuagem de Ibiza, Espanha.

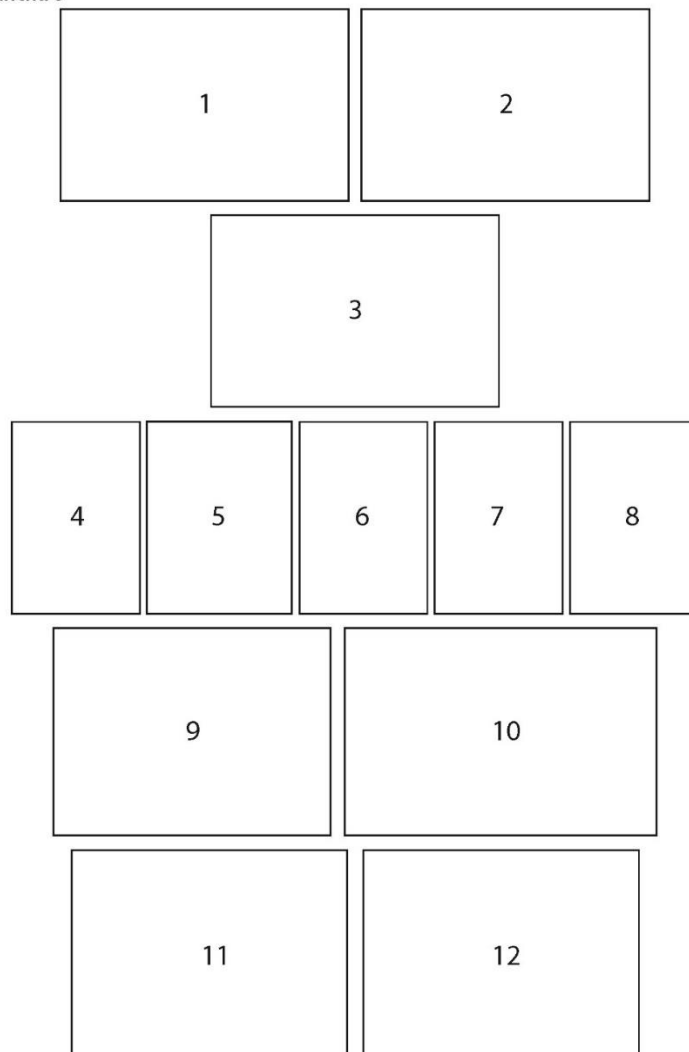
O estúdio de tatuagem Divino Tattoo, localizado na Rua dos Bem-Te-Vis, no centro da Pipa, foi inaugurado em julho de 2014. Na linha de frente está o tatuador colombiano J.R., de 45 anos, e sua esposa L.A., de 39. Ele é designer gráfico pela Universidade Jorge Tadeu Lozano, de Bogotá na Colômbia, e ela é administradora, formada pela Universidade Fumec, de Belo Horizonte/MG. A recepcionista K.S., de 30 anos, e o tatuador I.B., de 28 anos completam a equipe: ela atende os clientes, organiza a agenda, monta e desmonta as mesas de utensílios dos tatuadores e auxilia durante a produção da tatuagem; ele é desenhista autodidata que aprendeu a tatuar com J.R. O estúdio abre às 16h e K.S. era a primeira a chegar para limpar o estúdio e preparar o ambiente para receber os clientes. I.B. chegava por volta das 17h.

No tempo em que passei no estúdio Divino Tattoo pude observar várias questões que circundam o consumo contemporâneo de tatuagem. Para este trabalho, me dediquei a observar os três pontos elencados abaixo, que serviram de guia para relatar o cotidiano no estúdio Divino Tattoo.

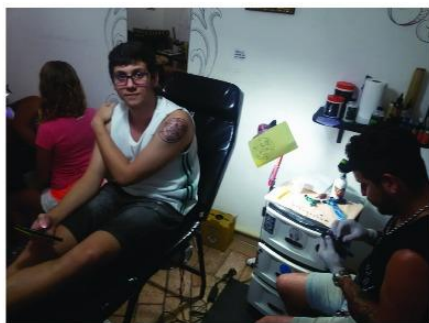
1. A tatuagem e seu ritual de consumo;
2. Agenciamento de imagens e as lógicas de organização das tatuagens no corpo para compor o *look* da pele;
3. A relação entre a Praia de Pipa e o imaginário que permeia a mente de muitas pessoas que passaram pelo estúdio durante esse intervalo de tempo.

3.1. A tatuagem e seu ritual de consumo – Prancha 8

Prancha 8



Prancha 8



Emoção. Essa é a palavra que ficou evidente no meu diário de campo nas anotações sobre o estado de ânimo das pessoas que passaram pelo estúdio. Percebi que as pessoas que já tinham uma ideia de como seria a tatuagem, entravam no estúdio demonstrando muita felicidade. Tatuado dói e não custa pouco. O preço mínimo da tatuagem feita por I.B. é de R\$100,00 e uma sessão que dura 4 horas pode chegar a R\$1.000,00. É um tanto paradoxal, mas as pessoas entravam animadas e saíam felizes do estúdio.

Antes de ter a pele tatuada, percebi a existência de um ritual que pude verificar, em etapas, na fala dos clientes. Essas etapas podem variar de pessoa para pessoa e aqui elenco as mais recorrentes. Tudo começa com a busca pelo melhor desenho e pelo tatuador. A maioria dos clientes do Divino Tattoo são consumidores de tatuagem há algum tempo. Em dois meses, foram poucas pessoas que fizeram a primeira tatuagem. Segundo o tatuador I.B., são clientes que buscam por desenhos personalizados e que já têm um conceito de tatuagem mais elaborado. Ficou claro que existe um tempo dedicado à elaboração do desenho que se quer tatuar, pois a maioria já entra no estúdio com uma ideia prévia e, quando as palavras não conseguem expressar a imaginação, mostra-se na tela do celular as imagens que já foram selecionadas a partir de uma busca na internet. As pastas e revistas disponibilizadas pelos tatuadores, que outrora serviam de referência, estão sendo superadas pela internet. Dos clientes mais jovens, quase ninguém consultou as pastas.

A escolha do estúdio e do tatuador não são aleatórias. Após a pesquisa do desenho, os clientes fazem uma busca para encontrar um tatuador capaz de executar o trabalho e um estúdio que ofereça ótimas condições de atendimento, bons equipamentos e higiene. Os clientes utilizam redes sociais como Facebook e Instagram para visualizar o portfólio dos estúdios. Percebi que os tatuadores do Divino Tattoo se empenham em administrar bem o perfil da empresa bem como os perfis pessoais. Esse é um trabalho que faz parte da rotina do estúdio. Depois dessa busca preliminar e de ter escolhido o tatuador, é hora de agendar. Esse é o momento em que a recepção entra em ação. É preciso coordenar a agenda do tatuador com a disponibilidade do cliente e, pode parecer uma tarefa simples, mas não é, porque dependendo do desenho e da parte do corpo que será tatuado, o cliente precisa se ausentar de suas atividades, mantendo repouso durante a cicatrização, etapa fundamental. A recepção também precisa calcular a média de tempo que o tatuador precisa para elaborar os desenhos encomendados.

Para os clientes com menor poder aquisitivo, juntar dinheiro para tatuar faz parte

do ritual. Uma mulher que trabalha como vendedora em uma loja de roupas me contou que passou meses juntando as comissões que ganha com as vendas para poder realizar o sonho de fazer um desenho grande no braço. “Vi uma frase no Facebook que me representa muito que dizia assim: *‘Dinheiro eu não tenho. Mas é cada tatuagem salva no meu celular...’*”.

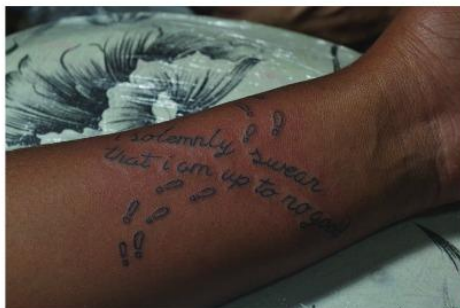
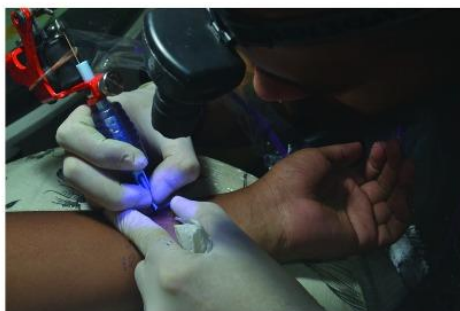
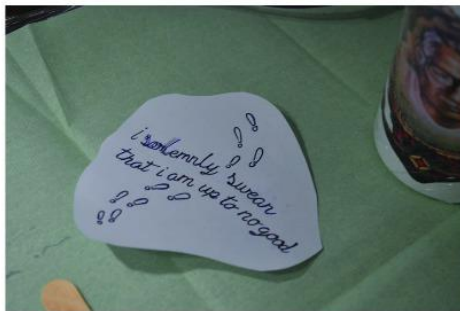
O dia de fazer a tatuagem é muito especial. A maioria vem acompanhado ou em algum momento durante a sessão, passa alguém conhecido. Ocorreu de uma noite I.B. tatuar dois amigos que vieram acompanhados de mais um amigo. Eles relataram que quando um deles ia tatuar, os outros estavam sempre presentes. Foi um momento de confraternização. Todos fazem registro fotográfico e postam imediatamente em suas redes sociais. Quando o tatuador conclui o desenho, é uma festa. Os clientes ficam muito tempo diante do espelho, abraçam o tatuador, os acompanhantes ficam eufóricos. Antes de passar a pomada cicatrizante e cobrir com papel filme, acontece outra sessão de fotografias feitas pelo tatuador que serão postadas por ele suas redes sociais. Eles se preocupam muito com a qualidade técnica da fotografia.

3.2. Agenciamento de imagens e as lógicas de organização das tatuagens no corpo para compor o *look* da pele – Prancha 9

Prancha 9

1	2
3	4
5	6
7	8
9	10

Prancha 9



Geralmente essa negociação acontece na primeira visita do cliente ao estúdio. É nesse momento que o cliente escolhe o local do corpo que vai receber o desenho. Às vezes o tatuador faz sugestões, auxiliando o cliente a escolher um lugar do corpo que a forma se encaixe melhor com a do desenho. Segundo I. B., desenhos arredondados ficam melhores em partes do corpo mais arredondadas, desenhos pequenos em partes do corpo que não são muito amplas:

Às vezes o cliente quer fazer uma estrelinha na coxa aí eu sugiro fazer no pulso porque na coxa tem muito espaço. Vai que um dia ela quer tatuar um desenho maior e aí essa parte do corpo tão ampla já vai estar ocupada com um desenho pequeno (I.B.).

Para a maioria dos clientes do Divino Tattoo, tatuar-se é um projeto corporal que vai amadurecendo e se configurando ao longo do tempo; é um esforço de combinar os estilos, as formas e as cores das imagens para poder cumprir o objetivo previsto pelo cliente. O agenciamento dessas imagens é um processo compartilhado entre cliente, recepcionista e tatuador. Alguns clientes chegam com imagens prontas e querem que I.B. tatue igual a imagem selecionada. Ele me contou que não gosta de fazer tatuagens assim, porque é como se ele estivesse fazendo uma cópia do desenho de alguém e sempre sugere modificações; mas se o cliente quer mesmo assim fazer uma cópia, ele tatua.

Aqui no estúdio nós gostamos do desafio de criar sempre um desenho único para cada cliente. Não repetimos desenhos criados e tatuados por nós. Às vezes é a maior confusão porque um cliente vê uma foto no nosso facebook de um trampo e quer porque quer tatuar o mesmo, igual. A gente não faz não, nem insistindo e nem pagando mais caro. Essa é uma marca muito forte do estúdio: nunca repetir. Imagina? Encontrar alguém com a mesma roupa já é nada a ver, imagina uma tattoo igual? (I.B.).

Compreendi que desenhar é um requisito importante para ser tatuador nos dias de hoje. J.R. utiliza seus conhecimentos de designer gráfico para manipular suas criações em programas de edição e ter resultados personalizados. I.B. utiliza menos o computador, mas em compensação, agrada muito os clientes com seus desenhos geométricos e fantasiosos. As técnicas de desenhar na pele também são inúmeras e o cliente chega no estúdio bem informado sobre elas. É uma verdadeira usina colaborativa que transforma o imaginário em peles coloridas.

3.3. Pipa, lugar de tatuados

Alguns trabalhos que consultei evidenciam que a tatuagem, que esteve até pouco tempo restrita a alguns grupos tidos como marginais na sociedade ocidental contemporânea, hoje está presente em outros corpos, ocupando novos espaços, sendo considerada como uma prática que diz respeito a uma linguagem urbana, uma forma de viver na cidade (LEITÃO, 2004). Apesar de ser um distrito de um pequeno município, Pipa é um lugar híbrido que consegue ter, ao mesmo tempo, matrizes culturais de vilarejo e de cidade. Relembremos o “espírito” de Pipa: corpos descobertos, praia, sol, surfe, festa, juventude, liberdade, sexualidade, descontração, informalidade, hedonismo, diversidade e deslocamento de pessoas.

A partir dos relatos da rede de informantes e de alguns episódios que presenciei no estúdio, é possível dizer que em Pipa, a tatuagem é um elemento tão popular que faz parte da identidade do local. Vejamos uma fala de I.B.:

(...) eu vim ter mais uma visão de Pipa quando comecei a trabalhar aqui. Foi quando comecei a trabalhar no hotel e tal aí comecei a conhecer mais e nem tanto assim porque nos primeiros anos que eu entrei e tal, comecei a trabalhar era do hotel para casa não dava tanto essa geral em Pipa para ver como era, a galera e tal, mas sempre gostei do estilo de tattoo, não praia mas gostava de tattoo (I.B.).

Alguns turistas que fizeram tatuagem no estúdio, disseram que era muito importante para eles fazer uma tatuagem em Pipa. A maioria dos turistas que se tatuaram no Divino Tattoo, entre junho e julho de 2016, tatuaram imagens para recordar do lugar, como se fossem um *souvenir* da viagem. Um caso que muito me intrigou foi o de uma senhora natural de Recife/PE, que chegou ao estúdio acompanhada por seus três sobrinhos. Ela tatuou o nome de seu filho que havia falecido muito jovem em um acidente de moto. Seu filho era surfista e adorava tatuagem e esportes radicais. Ela me contou que a tatuagem só teria sentido se fosse feita em Pipa.

Em Pipa existem três estúdios de tatuagem, todos localizados nas imediações da Avenida Baía dos Golfinhos e é possível ver muitas pessoas tatuadas entre os moradores desse lugar. Comparei, junto com a proprietária do Divino Tattoo²⁵, a quantidade de tatuagens feitas no período em que estive no estúdio entre os mesmos meses de 2015. Entre os meses de junho e julho de 2015, o estúdio fez 35 tatuagens; em junho e julho

²⁵ Os outros estúdios não fazem registro de vendas.

de 2016, fez 51 tatuagens. Também descobri que a tatuagem é usada como “moeda de troca”. J.R., proprietário do estúdio Divino Tattoo, me contou que é comum para ele usar a tatuagem para pagar mercadorias e serviços. A última prancha de surfe adquirida por ele foi paga com tatuagem.

Durante os dias de observação no estúdio, ouvi muitos relatos de moradores que se sentem mais livres e à vontade para tatuar o corpo, pois em Pipa, ninguém “olha torto” para os tatuados. Uma pessoa chegou a confessar que se preocupa com o dia em que deverá retornar para sua cidade natal que fica no interior do Rio Grande do Norte, pois acredita que suas tatuagens causarão impacto negativo em outro lugar.

CONSIDERAÇÕES FINAIS

O objetivo principal dessa pesquisa foi estudar o corpo com imagens de produtos da indústria cultural considerando-o como dispositivo de interação e vinculação social, que apresenta uma lógica própria de construção/produção, lógica essa fundamentada em um imaginário que se constitui no ethos midiático (SODRÉ, 2011). A partir do momento que fui a campo, pude observar o fenômeno investigado pelo ponto de vista do tatuado e encontrar aspectos intrigantes sobre o ritual de consumo de tatuagem. Quando os informantes decidem tatuar o corpo, é possível identificar em suas falas um processo de agenciamento de imagens e sentidos que fazem parte do contexto social, econômico e cultural dessas pessoas. Tal contexto interfere no resultado final da presença/aparência produzida por esses sujeitos para si mesmos. Eles usam a pele como suporte para comunicar seus gostos, pertencas identitárias, memórias e afetividades, doando ao corpo atributos de uma mídia.

Ao analisar as falas dos entrevistados, percebi que há uma preocupação em usar a tatuagem para criar uma narrativa pessoal coerente e harmoniosa com o estilo de vida, com seus gostos e suas pertencas identitárias. É um processo de montagem que combina imagens e significados às formas do corpo a fim de materializar a subjetividade na pele. Esse modo de combinação e rearranjo se configura em um novo modo de fazer autobiografia que transmite uma ideia de si mesmo e representa um tipo de consumo que reforça a ideia de Lipovetsky, quando diz que o novo modelo de consumo é um modelo pautado na comunicação, “incitando o indivíduo a agir, a responsabilizar-se, a tornar-se o ‘demiurgo de si próprio’ (2007, p. 279)”.

Inserido em uma cultura de consumo intimizado, esse projeto de construção da aparência e de narrativas pessoais está cada vez menos relacionado à vaidade social e mais próximo a uma autonomia e soberania individual sobre a organização do projeto de vida, e domínio sobre espaço, tempo e corpo (LIPOVETSKY, 2007). No estúdio de tatuagem, se revela um consumo de ordem regressiva, suscitando memórias e marcos; e reflexiva, pois estimula um planejamento financeiro, estético e social. Há uma lógica de produção que serão apresentadas a partir de agora.

I. B. escolheu seu braço direito para expressar suas ideias sobre vida e morte, e a coxa direita para ter imagens de suas comidas preferidas. J.D. tatuou os braços com as imagens do estilo musical que tanto ama, o *rock*, e F.F. coloriu toda a parte de baixo da perna direita com seus desenhos animados preferidos. O projeto de se tatuar vai se moldando às vivências dessas pessoas e existe a intenção de dar um sentido simbólico

ao mosaico de imagens que se forma ao longo do tempo, como se a parte do corpo que foi tatuada passasse a ser parte de um texto imagético que comunica a subjetividade e identidade dessas pessoas. Vejamos algumas falas que ilustram esse pensamento:

Acho que a coisa foi a música (Abre um grande sorriso). Quando comecei a ouvir o rock e olhava os músicos com tatuagem com esse jeito. Com 15 anos já comecei a gostar muito. E achava que ia ficar sempre com muita tatuagem. Como te falava, a música sempre foi muito importante para mim. O rock em geral, blues, jazz e outros tipos de música. O que mais gostava de fazer no tempo livre era escutar música. E essa vontade de me sentir significado e a gente que me conhecia já via no meu braço uma preanúnciação e falar: “Olha, o menino gosta da música, gosta do rock!” E sem precisar você falar uma palavra ou duas. Eu acho isso o legal da tatuagem, você ver uma tatuagem na pessoa e já pode fazer uma leitura de mais ou menos o que gosta essa pessoa. É muito legal isso e eu me sinto representado pelas tatuagens da música (J.D, argentino, 25 anos).

Mas acho que isso você vai montando com o tempo (...). Quando você começa a amadurecer também, idade e tal, você vai vendo o que você gosta e daí que surge. Acho que ninguém começa tipo: “Eu vou fazer só isso aqui” (sinaliza para o braço esquerdo). Acho que isso vai quando é um desenho mais fechado, um tribal ou alguma coisa assim que tem que fechar tudo, mas acho que tem um desenho assim, (aponta e olha para o coração que tem tatuado no braço direito) quando tem muita coisa para você fazer, eu acho que da primeira vai surgindo a ideia do restante. E aí vou, crio o desenho. O desenho vai me agradando por mais que tenha muita gente que vai falar: “Ah, não tá legal não!” Mas é isso e tatuo.

Pelo local, vai muito pelo desenho. Ou as vezes eu penso no desenho e vou adequando ele de acordo com a forma do lugar que eu vou querer ele, no caso a forma do corpo. O que eu penso primeiro seria o desenho.

Às vezes a galera não entende muito o significado daquele desenho, mas é tipo como se eu montasse uma coisa na minha cabeça sabe? Que eu quero tatuar aquilo e aquilo tem um significado para mim e cada detalhezinho que às vezes eu nem sei explicar para galera (...) (I.B., brasileiro, 28 anos).

Aí escolhi essa perna (fala olhando para perna) e coloquei. Antigamente a minha ideia era mais no branco e preto e depois foi mais no colorido, gostei mais né. Aí pronto! Decidi dedicar uma parte do meu corpo para esses personagens de animação, de desenho animado (F.F., italiano, 44 anos).

Essa construção da presença é um projeto contínuo que dura anos e parece não ter previsão para ser concluído porque, segundo eles, quem gosta mesmo de se tatuar nunca vai parar e o corpo sempre estará inacabado. Acredito que esse desejo incessante de tatuar tem origem na essência desse uso contemporâneo da tatuagem: as emoções, os

desejos e as experiências. O ser humano sempre teve vontade de contar e registrar as experiências que marcam a vida e esse substrato também é alimentado pelo entorno cultural e, no caso dos entrevistados, pelo consumo de imagens da indústria cultural que circulam na arena midiática. Recortes das falas de J.D. e FF ilustram essa reflexão:

Muito nervoso! (Sorri muito). Fui com uma amiga que ela já tinha muitas tatuagens do mesmo cara e eu estava acompanhado, ficava mais tranquilo, mas foi bom! Acho que o dor que que você experimenta é gostoso (risos e olha para câmera). É, sempre me falaram, se você faz uma tatuagem não termina nunca. E acho que é assim. Sempre quis começar uma coisa e acabar! (Sorri muito). Então eu não ia fazer outra tatuagem enquanto não acabasse esse braço. E assim foi. Foram quatro anos fazendo. Então fazia um e já tinha que está vendo qual seria o outro que eu vou fazer para que coordene aquela tatuagem (J.D.).

Aí comecei, dediquei essa canela para essas tatuagens de desenho animado. O primeiro acho que foi mais de dez anos atrás ou mais. Aí veio outro uns dois anos depois e aí foi juntando até o último que eu fiz há dois anos atrás que é a parte que completa, o fundo verde com a folhas (F.F.).

Os resultados desses projetos são narrativas autobiográficas que estão sempre em andamento e sua produção é feita de forma colaborativa entre tatuado e tatuador. Essas narrativas fazem parte dos elementos utilizados para a construção de uma presença que permeia múltiplas esferas da vida social dessas pessoas, pois o corpo é a interface entre o social e o individual (LE BRETON, 2007), e são combinadas ao vestuário, ao corte de cabelo e a tudo aquilo que compõe a aparência de uma pessoa. O tatuador é um elemento muito importante no ritual de elaboração dessa fachada. O entrevistado J.D. contou que escolhe o artista que vai marcar seu corpo de modo criterioso. Essa seleção começa no momento em que a ideia ou o estilo do desenho a ser tatuado já está mais definido. Nesse momento, a esfera financeira da vida do sujeito é envolvida no projeto. Dependendo do tatuador e do desenho, uma sessão de tatuagem pode custar de R\$500,00 a R\$1.000,000.

Esse aqui foi o mais exigente pode-se falar porque, aí o cara o tatuador falou para mim: “Eu não posso fazer o que você pretende fazer!” Eu sou exigente e ele disse “Eu não vou deixar que você fique louco comigo, eu não ia fazer isso!” Aí procurei outro tatuador e conheci Roberto porque é realismo e eu nunca tinha dinheiro (sorrir). Mas quando queria fazer um tatuagem tinha que ficar bem feito não tem problema de gastar o dinheiro certo. E aí procurei, conheci ele e o cara já era muito conhecido. Agora ele virou um profissional e tatua

muito jogador de futebol, tatuou o Messi a pouco tempo. Agora virou famoso. E agora não sei como continuar a fazer tatuagem com ele! (Risos) (J.D.).

Durante o tempo que passei observando o estúdio, ouvi muitos comentários sobre o planejamento financeiro que é realizado para poder se tatuar. Atualmente, I.B. não tem mais esse empecilho porque há dois anos é tatuador no estúdio Divino Tattoo e algumas de suas tatuagens ele mesmo que fez. Nesse estúdio, o preço da tatuagem é o mais alto de Pipa e o proprietário do Divino Tattoo, J.R., justifica esse valor pelo nível de profissionalismo que eles oferecem aos clientes. O material utilizado para tatuar é de excelente qualidade, as tintas de um ótimo fabricante, os tatuadores do estúdio são desenhistas. J.R. é formado em Design Gráfico e garante aos seus clientes desenhos personalizados, com direito a várias visitas para a aprovação da proposta do desenho final. Ele me contou que se esforça para nunca repetir o mesmo desenho, pois o seu maior objetivo é oferecer desenhos únicos e exclusivos, que reflitam realmente o imaginário de cada pessoa. Um desenho de outro tatuador só é copiado na pele se for uma exigência do cliente. Além disso, J.R. conta que o espaço físico do estúdio é todo planejado para proporcionar uma experiência de contato com o universo *tattoo style* e, nesse sentido, toda essa experiência também é levada em conta na hora de determinar o preço final do seu trabalho que começa bem antes de ligar a máquina de tatuar. A responsabilidade também é um fator que conta, pois o resultado do trabalho do tatuador fica impresso permanentemente na pele e na memória de seus clientes e também pode trazer consequências para sua vida social, para sua saúde física e mental. Um desenho mal sucedido pode arruinar o projeto de produção da aparência e abalar a forma como o tatuado olha para si mesmo e como se relaciona com os outros. É um trabalho de design da pele.

Os relatos também indicaram a construção de um projeto estético que vai se configurando na medida em que os indivíduos consomem tatuagem. Nos critérios para construir o *look* da pele se fazem presentes ajustes físicos, subjetivos e simbólicos. Para I.B., o formato e tamanho do desenho estão em harmonia com o formato da parte do corpo onde a tatuagem será feita. Há uma preocupação de imaginar como será visto por possíveis observadores, e como ficará a construção da imagem total. Pensa, imagina e tatua. Ao ser perguntado como foi o momento da escolha do desenho animado Togemon, ele respondeu da seguinte maneira:

Aí fiquei viajando sobre o que fazer no meu braço aí lembrei dele que eu gostava dele né e tem a parada dos espinhos e tal. Eu fico pensando porque às vezes eu viajo mesmo num desenho (risos). Ele tem espinho e tal e tá aqui meio atrás do corpo e alguém vem e toca em mim e, às vezes, a galera chega eu digo: “Ó! Cuidado aí para não se furar!” (risos) E a galera vai entrando na onda mesmo. As vezes o pessoal chega assim é pá! “Ai, vou me furar e tal!” E foi mais isso. Acho que juntou eu gostar do desenho com essas pequenas coisas que ele tem que vai se adequando ao meu braço de vida e morte e os espinhos (risos) (I.B.)

I.B. fala que o desenho em seu corpo poderá “furar” quem tocar. A ideia das características do desenho e o que elas podem sugerir aos observadores está presente na fala. A fachada é “uma imagem do eu delineada em termos de atributos sociais aprovados” (GOFFMAN, 2011, p. 14). A construção imaginária de si e a compreensão (ou interpretação) dessa fachada pelos outros durante um encontro face a face, provoca no sujeito respostas emocionais imediatas. Abaixo, trechos das entrevistas nos mostram como são as lógicas de organização das tatuagens no corpo no processo de escolha das imagens que se tornaram tatuagens.

Quando eu crio o desenho e estou gostando dele e tal, eu acho que acabo encontrando um lugar para ele, sabe? Ou as vezes eu penso no desenho e vou adequando ele de acordo com a forma do lugar que eu vou querer ele, no caso a forma do corpo. Acho que é muito isso aí. Por exemplo, esse braço aqui [braço direito] eu comecei com essa, já tinha a estrela né, aí comecei com essa aqui que no caso é um caixão com uma mão de carne e outra mão de osso que representa no caso a questão da vida e morte (...). Ai depois que eu fiz ela, eu pensei muito nessa parada desse braço ser só com desenho assim, com tipo vida, morte é ... aí tem o coração que é no caso vida, aí o Digimon ele não tem muito essa parada mas como eu te falei que as vezes vai bolando uma ideia na cabeça e acaba surgindo, eu acho que tem no final. Acabei vendo que tem um pouquinho porque sabe, ele seria no caso um cacto e eu vejo ele como se fosse uma coisa meio sem, digamos que sem espírito dentro sabe? (...). Assim com esse, com os olhos furados e tal algo que não tem nada dentro, como se fosse só o material, não tem nada dentro dele. Aí eu acabei associando também e daí eu tô pensando em fazer aqui só desenhos com essa pegada mais vida e morte e tal (I.B.).

Quando comecei a fazer a primeira eu já queria fazer o braço todo e queria que ficasse tudo junto, uma união. Não queria que ficassem tatuagens soltos assim, queria algo que você visse e fique tudo junto, mesmo estilo. Essa era minha maior preocupação. Foi com 20 anos. (...). Foi esse aqui (aponta para o ombro direito) o Bom [Scott], cantante do AC/DC. (Fica olhando para a tatuagem por uns segundos). Sempre com muita dúvida para escolher uma tatuagem. Pesquisar, procurar na internet, eu também gosto de “borrar

[desenhar] ” então pensei em fazer um desenho próprio, nunca queria ter uma tatuagem igual a de outra pessoa. Queria algo muito pessoal. Então falava com o cara que fez a tatuagem e a gente junto terminou de completar uma ideia para que não fique algo repetido (J.D.).

É, foi assim. Mas na frente eu senti uma vontade de me tatuar, uma saudade de uma tattoo nova não sei... aí de repente vem. Aí escolhi essa perna (fala olhando para perna) e coloquei. Antigamente a minha ideia era mais no branco e preto e depois foi mais no colorido, gostei mais né. Aí comecei, dediquei essa canela para essas tatuagens de desenho animado. (...). Então eu comecei com Dick Vigarista e Muttley porque sempre gostei desses personagens assim meio irônicos, ambíguos assim com pouca sorte né (F.F.).

De acordo com o pensamento de Le Breton (2007) o corpo é moldado pelo contexto social e cultural em que o ator se insere e é também o vetor semântico pelo qual a evidência da relação com o mundo é construída:

Atividades perceptivas, mas também expressão dos sentimentos, cerimoniais dos ritos de interação, conjunto de gestos e mímicas, produção da aparência, jogos sutis da sedução, técnicas do corpo, exercícios físicos, relação com a dor, com o sofrimento, etc. (...). Do corpo nascem e se propagam as significações que fundamentam a existência individual e coletiva; ele é o eixo da relação com o mundo, o lugar e o tempo nos quais a existência toma forma através da fisionomia singular de um ator (LE BRETON, 2007, p. 7).

A existência é, antes de tudo, corporal e o corpo também pode ser compreendido como uma forma moldada pela interação social. I.B. disse que antes de viver em Pipa tinha três tatuagens pequenas e em lugares fáceis de esconder com roupas. Ele diz que precisava esconder para evitar conflito com a mãe e porque em seu lugar de origem, a tatuagem não é tão aceita quanto em Pipa. Fica clara em sua fala a mediação que sentiu quando começou a conviver com o ethos social de Pipa.

Então elas foram uma das primeiras. Acho que eu fiz mais por impulso, talvez hoje eu não fizesse as duas. Mas foi ainda naquele tempo que eu fazia escondido e tal. Acho que acabei fazendo por que tinha muita vontade de tatuar e tinha que esconder. Escondido de mãe, da minha mãezinha. (...)Era, eu tinha essa aqui (aponta para a tatuagem no ombro direito), tinha um tribal que ainda tenho aqui nas costas (aponta para a base do pescoço) e esse besourinho aqui (aponta para parte interna do braço esquerdo). Acho que só tinha isso na época que comecei a trabalhar lá. E a farda cobria tudo, não mostrava nada. Eu não usava os alargadores, eu era uma pessoa aparentemente normal como diria a minha mãe (risos). Hoje ela diz que eu não sou! (..) E eu acho que esse fato de quando eu vim para

Pipa, eu comecei a, tipo sei lá, a ter mais conhecimento, ver mais o estilo da galera que eu via, que eu recebia no hotel né. Pessoal tatuado, vinha pessoal tatuado e eu acho que comecei a ligar ali o estilo. E ficava também com o acesso com a internet que eu acho que era um meio de ver o que eu queria ali, o que eu queria tatuar e foi assim que foi surgindo as outras tatuagens (I.B.).

I.B. me contou que, diferentemente de Umari, em Pipa se sente acolhido, que não se sente mal visto pelo seu jeito de ser. Ele percebe que faz parte de um jeito de ser pipense porque compartilha do entorno cultural desse lugar, seu corpo projeta e está em concordância com o *habitus* de Pipa. O corpo, como é analisado por Goldenberg (2007), é um fato social; é uma construção cultural e não algo "natural" e, os elementos que utilizamos para compor nossa aparência, como roupas e tatuagens, o tornam um veículo de comunicação carregado de signos que posicionam os indivíduos na sociedade. Nesse texto, Goldenberg se arrisca a dizer que podemos enxergar a cultura carioca, ou pelo menos segmentos dela, por meio de seus corpos. O corpo que circula em Pipa também deixa em evidência o entorno da cultura desse lugar cosmopolita. Reflito na fala de Appadurai (2004) quando fala sobre a produção da localidade:

À medida que os sujeitos locais vão desenvolvendo a tarefa continuada de reproduzir o seu bairro, as contingências da história, ambiente e imaginação contêm o potencial de novos contextos (materiais, sociais e imaginativos) a produzir. Deste modo, através dos caprichos da ação social dos sujeitos locais, o bairro enquanto contexto produz o contexto do bairro (...). As muitas populações deslocadas, desterritorializadas e em transito que constituem as etnopaíses actuais estão empenhadas na construção da localidade como estrutura de sentimentos, muitas vezes perante a erosão, dispersão e implosão dos bairros enquanto formações sociais coesas (APPADURAI, 2004, p. 246-263).

No estúdio ouvi muitas vezes os clientes relatarem que decidiram tatuar porque haviam entrado no “clima” de Pipa. Em todas as semanas que passei observando o cotidiano do estúdio, muitas pessoas tatuaram uma imagem como recordação de sua passagem por Pipa. Muito me intriga perceber que em menos de 30 anos, a tatuagem ganhou novos espaços e significados no modo de ser contemporâneo, e incorpora cada vez mais o estilo moderno e urbano. Saem as imagens que remetem às classes marginais da década de 1950 (LEITÃO, 2004) e entram imagens estilizadas, manipuladas em *softwares*; as narrativas coletivas vão sendo substituídas por narrativas pessoais. Antes o que afastava, agora pode unir.

Tem uns que dizem "Ah, olha aí o Rabugento! Olha lá é não sei quem!" A tatuagem também de vez em quando é uma forma de se conhecer, bate papo, se conhecer, de trocar experiência. É bacana, é social. Antigamente quando eu comecei era uma forma... era arte difícil né porque, tipo, procurando trabalho, conversando com pessoas... tatuagem era uma distância, (faz gesto com as mãos como se estivesse empurrando, distanciando algo) um pouco assustador. Servia para identificar a pessoa: "Esse é tatuado então, dava medo." Afastava, no começo afastava. Agora não. Agora já mudou bastante, virou até moda, muitas pessoas têm. Na Europa teve uma época que era moda aí depois as pessoas procuravam como tirar também. Mas quem se tatua porque gosta, porque ama, porque quer mesmo a tatuagem faz parte da vida e cada tatuagem tem uma história, uma lembrança de uma época, de um momento. Aí é diferente, agora muitas pessoas vivem isso de uma forma mais livre porque a comunidade ver isso não como uma forma de marginalidade, mas é normal né. Aí é modo de se conhecer, de trocar uma ideia, de perguntar onde fez o trabalho, quem foi a tatuador, porque... aí já vira... (F.F.).

A partir daí, vira um dispositivo que aciona a afetividade, o reconhecimento, a pertença. Acredito que é um dispositivo que integra as pessoas e aproxima mais o mundo subjetivo, dando oportunidade para o indivíduo relatar momentos significativos, gostos e traços de sua personalidade, proporcionando assim um atalho para o mundo interno do outro. Acredito que esse sentimento de pertença, de estar compartilhando se manifesta na rotina e nos encontros, ou seja, é na interação que esse sentimento de pertença se verifica. I.B. tem sua residência no distrito de Umari, mas vai para casa só para dormir e é em Pipa que vive maior parte de sua rotina e de seus encontros sociais. A interação é classe de eventos que ocorrem durante a copresença e por causa da copresença; é o lugar de ocorrência da comunicação bem como o contexto básico em que ela acontece (GOFFMAN, 2012; BRAGA, 2012). O salvamento da fachada/aparência é uma condição da interação. Goffman descreve minuciosamente formas de salvar a própria fachada e a fachada dos que estão envolvidos no contorno da interação. Face a face, essa dinâmica é intensa porque os corpos estão presentes, se olhando, trocando gestos e sinais de aceitação ou não. É um tensionamento entre vidas e seus contextos individuais. Vejamos a experiência que I.B. narra sobre uma tensão causada pela sua aparência:

Eu passei por uma experiência que era mais ou menos... A pessoa era evangélica e quando eu cheguei assim, a primeira vez, ela tinha uma impressão de mim que tipo, ela não falava muito comigo e começou a falar de tatuagem que não era legal que era contra. Aí eu saí da sala onde isso aconteceu para não dar papo e não dar minha opinião

porque não ia ser legal. Ai depois essa pessoa mudou totalmente, ela viu que eu não era aquilo que ela pensava até ela brinca com minhas tatuagens aí fica assim, no caso foi no lugar onde eu trabalho (no hotel). Acho que eu sou umas das pessoas que ela mais se dá bem, me ver e fala e tal. Acho que tem essa pegada aí, você tem sua religião e tem que respeitar a escolha de cada um e não se importar com isso porque é a escolha dele, é o que aquela pessoa quer acho que não tem para quê forçar nada e nem separar tatuados e não tatuados (risos). Acho que todo mundo tem que estar junto e assim, todo mundo tem um estilo diferente e a galera tem que ver isso aí, aceitar (I.B.).

Há na fala de J.D. outro tipo de interação:

Encontrei muita gente legal que fala: “Olha que legal!” E você termina falando três horas! É engraçado isso. E eu também gosto de ir falar com gente que tem tatuagem, estou sempre olhando o corpo seja mulher, ou seja, homem, sempre que tem tatuagem eu tô ali olhando, observando. Eu gosto muito.

Muito aqui no Brasil porque lá na argentina o clima que se tem, é frio e você fica com camisa, manga longa e muita gente não sabe que você tem tatuagem, mas quando comecei a ficar aqui no Brasil, que a gente sem camisa, com o corpo descoberto, pouca roupa aí na praia sempre tem gente: “Ei, cara é o AC/DC? Que legal!” E a gente começa a se falar, a trocar uma ideia e... tem uma história, uma menina argentina, já aqui em Pipa que a gente começou a falar pelo tatuagem e ela falava também que gostava do rock e tudo e ela é da capital da Argentina, e morava a 500km da minha cidade e pelo tatuagem a gente terminou conhecendo que o ex-namorado dela que ela havia estado 10 anos com ele, eu conhecia muito tempo da cidade vizinha mas eu nunca via ela, ou a gente se encontrou mas não se conhecia! (sorrir muito) E a gente se conheceu aqui na Pipa por causa da tatuagem! É engraçado! (J.D.).

Velho (1981) diz que para existir, o projeto precisa expressar-se através de uma linguagem que visa o outro, e assim é potencialmente público.

Sua matéria prima é cultural e, em alguma medida, tem de "fazer sentido, num processo de interação como os contemporâneos, mesmo que seja rejeitado. (ver, por exemplo, Goffman, 1978). Outra ideia importante é a de que os projetos mudam, um pode ser substituído por outro, podem-se transformar. O "mundo" dos projetos é essencialmente dinâmico, na medida em que os atores têm uma biografia, isto é, vivem no tempo e na sociedade, ou seja, sujeitos à ação de outros atores e às mudanças sócio-históricas (VELHO, 1981 p. 29).

O autor diz também que mesmo que o ator viva sua experiência como única, ele de alguma forma se reconhece nos outros através de semelhanças e coincidências e são os padrões da normalidade que irão legitimar ou não, dentro de uma situação particular,

as condutas e ações individuais. De acordo com Velho (1981), em qualquer cultura há um repertório limitado de preocupações e problemas centrais ou dominantes. Há uma linguagem, um código através dos quais os projetos podem ser verbalizados com maior ou menor potencial de comunicação. “Portanto, insistindo, o projeto é algo que pode ser comunicado. A própria condição de sua existência *é a possibilidade de comunicação*” (VELHO, 1981, p. 29). Por isso, a preocupação de escolher um bom tatuador, a parte do corpo que vai receber o desenho, pesquisar na internet quais são as tatuagens da moda para poder usar ou evitar, coordenar as cores com o tom da própria pele e com estilo da tatuagem.

Raquel Paiva (2012) e Sodré (2006) se referem à afetividade como um elemento relevante na prática comunicacional contemporânea. Paiva (2012, p. 70) diz que “a vinculação afetiva estar assumindo a vetorização da relação entre indivíduos movidos muito mais por esta determinante do que pelos tradicionais laços de parentesco, consanguíneos, territoriais e mesmo legais”. Sodré (2006) afirma que:

Numa nova “sociedade da cultura” que implique o cultivo das possibilidades sensoriais ou afetivas, cumpre inserir a problemática da comunicação ao mesmo tempo numa epistemologia compreensiva e num direcionamento político, em busca de um sentido emancipatório, diante da hegemonia mercadológica da mídia transnacional. (...). Profundamente imersos num processo civilizatório em que as imagens exercem um poder inédito sobre os corpos e os espíritos, começamos de fato a nos inquietar com o mistério da realidade sensível de todos esses signos visíveis e sonoros que administram o afeto coletivo e a também a indagar sobre o encaminhamento político de nossas emoções. É aqui então que o agir ético-político, quando acontece, faz emergir o ser comum como possibilidade de inscrição do diverso na trama das relações sociais, para além das medidas fechadas da razão instrumental e da lei estrutural do valor, o capital (SODRÉ, 2006, p. 15).

O corpo tatuado pode ser um dispositivo que aciona e tensiona valores, crenças e coloca à prova a capacidade de conviver e estabelecer vínculos dos indivíduos envolvidos na interação que está acontecendo. As relações com o mundo, com o próximo, com a coletividade, acontecem na interação e o sucesso da interação garante o comunicacional. Para comunicar é preciso compartilhar sentidos, acionar a afetividade. Raquel Paiva (2012, p. 70) propõe reflexões sobre novas formas de contato e de constituição de vínculos sociais em um cenário em que se detecta a falência dos modelos que até então norteava as relações sociais. A sociedade moderna, em que as relações sociais são regidas pela ética, moral e leis para assegurar a cidadania, vem se

mostrando insuficiente para suprir um novo tipo de anseio social não mais baseado nas necessidades mínimas de sobrevivência.

Paiva (2012, p. 71) sugere a comunicação como força produtiva em que as estratégias do discurso e da sensibilidade são partes integrantes dessa produção, que está sendo inventada pelos indivíduos a partir da incorporação dos dispositivos técnicos. A autora traz também a ideia de que essa comunidade do afeto é composta de maneira decisiva pelo contexto atual da densificação tecnológica e do altíssimo fluxo de informação. As imagens que estão no corpo dos entrevistados são provenientes de produtos culturais que são comuns ao repertório de imagens, memórias e afetos. Estão no cotidiano, no mundo. O corpo assume um caráter midiático, sendo o ponto de contato entre as pessoas que vivem em um determinado tempo e lugar. As marcas e produtos culturais são mídias, quando são plasmados no corpo permitem ao sujeito tatuado expressar seu mundo imaginado e o mundo vivido. O ato de tatuar-se passa a ser uma reinvenção de práticas sociais transformadas pela mudança de sentido desse ato. Antes, as tatuagens traziam narrativas coletivas; agora é um modo de criar narrativas individuais. Antes representava uma lógica de diferenciação social; agora o desejo de autonomia do sujeito contemporâneo.

Apesar desse movimento que populariza a tatuagem, ainda existe grande tensão sobre o uso de tatuagens, principalmente por parte de pessoas de gerações anteriores e pertencentes a alguns segmentos religiosos. Mesmo assim, considero que se a partir da mudança de sentido e de usos da tatuagem é possível observar uma aceitação, ou até mesmo, dizendo de forma ousada, o início de uma popularização de algo que um dia foi causa para afastar ou estigmatizar pessoas. Acredito que outras causas de afastamento possam ser remediadas, desde que o sujeito se aventure em ser autêntico e se permita ser livre para criar formas de se expressar e tenha coragem de usá-la; e de tentar ser para os outros aquilo que se imagina ser para si mesmo.

REFERÊNCIAS

AGAMBEN, G. **O que é contemporâneo?**. Chapecó/ SC. Ed. Argos, 2009.

AIRES, J. D. M. **Histórias e relatos sobre Pipa: a praia internacional do Rio Grande do Norte**. Dissertação de Mestrado. 2012.

APPADURAI, A. **Dimensões Culturais da Globalização: a modernidade sem peias**. Lisboa: Teorema, 2004.

BALLABIO, S. A. **Viagem ao Sono: relações de tradicionalidade e consumo na Praia do Sono – Paraty/RJ**. Dissertação (Mestrado em Ciências Sociais) – Universidade Estadual Paulista, Marília, 2010.

BATESON, G.; MEAD, M. **Balinese Character. A Photographic Analysis**. New York: The New York Academy of Sciences, 1942.

BRAGA, J. L. **A sociedade enfrenta sua mídia: dispositivos sociais de crítica midiática**. São Paulo. SP: Paulus, 2006.

_____. **Comunicação é aquilo que transforma linguagens**. Anais do XVIII Encontro da Compós, na PUC-MG, Belo Horizonte, MG, em junho de 2009.

_____. **Nem rara, nem ausente–tentativa**. Revista Matrizes- Eca-USP/SP, v. 4, n. 1, 2010.

_____. **Dispositivos interacionais**. Anais do XX Encontro da Compós, 2011.

_____. **Interação como contexto da comunicação**. Matrizes Ano 6 – nº 1 jul./dez. 2012 - São Paulo - Brasil – JOSÉ LUIZ BRAGA p. 25-41.

BRANDÃO, C. R. **Fotografar, documentar, dizer com a imagem**. Cadernos de Antropologia e Imagem 18 (2004): 27-54.

BRUNO, F. **Fotobiografia: por uma metodologia da estética em antropologia**. Resgate-Revista Interdisciplinar de Cultura 18.19 (2010): 27-45.

CANEVACCI, M. **Fetichismos Visuais: corpos erópticos e MetrÓpole Comunicacional**. São Paulo-SP: Ateliê Editorial, 2008.

_____. **A Comunicação entre Corpos e MetrÓpoles**. Signos do Consumo, Brasil, v. 1, n. 1, p. 8 - 20, 2009. Disponível em: <http://www.revistas.univerciencia.org/index.php/signosdoconsumo/article/view/6586/6588>. Acesso em 12 nov. 2011.

CASSIRER, E. **Ensaio sobre o homem: introdução a uma filosofia da cultura humana**. Tradução de Tomás Rosa Bueno. São Paulo: Martins Fones, 1994. – (Coleção TÓpicos).

DAMATTA, R. **O Ofício de Etnólogo, ou como Ter "Anthropological Blues"** In

NUNES, E., **Uma aventura sociológica**. Rio de Janeiro, Zahar, 1978.

FEATHERSTONE, M.; SIMÕES, J. A. (Trad.). **Cultura de consumo e pós-modernismo**. São Paulo: Studio Nobel, 1995.

FERNANDES, H. J. C. **Etnografia visual das mangabeiras nas matas do tabuleiro costeiro**. Dissertação (Mestrado em Ciências Sociais) – Universidade Federal do Rio Grande do Norte, 2009.

GEERTZ, C. **A interpretação das culturas**. Partes 1 e 2. Rio de Janeiro: LTC, 1989.

GIDDENS, A. **A constituição da sociedade**. Capítulo 1, 2 e 3. Trad. Álvaro Cabral. 2ª Ed. São Paulo: Martins Fontes, 2003.

GOFFMAN, E. **Ritual de interação: ensaios sobre o comportamento face a face**. Petrópolis, RJ : Vozes, 2011.

ISSA, Y. S. M. M.; DENCKER, A. F. M. **Processos de turistificação: dinâmicas de inclusão e exclusão de comunidades locais**. Revista Hospitalidade, Universidade Anhembi Morumbi-ano III 1 (2006).

LE BRETON, D. **A sociologia do corpo**. Petrópolis. Editora Vozes, 2007.

_____. **Sinais de identidade: tatuagens, piercings e outras marcas corporais**. Lisboa: Miosótis, 2004.

LEITÃO, D. K. **À flor da pele: estudo antropológico sobre a prática da tatuagem em grupos urbanos**. Iluminuras: série de publicações eletrônicas do Banco de Imagens e Efeitos Visuais, LAS, PPGAS, IFCH e ILEA, UFRGS. Porto Alegre, N. 10, 37 p. (2004).

LIPOVETSKY, G. **A Felicidade paradoxal: ensaio sobre a sociedade de hiperconsumo**. São Paulo: Cia das Letras, 2007.

LOPES, M. I.V. **Pesquisa em Comunicação: formulação de um modelo metodológico**. SP: ed., Loyola, 2010.

MARTINEZ, M. **Jornada do herói: a estrutura narrativa mítica na construção de histórias de vida em jornalismo**. SP: Annablume, 2008.

_____. **A história de vida como instância metódico-técnica no campo da Comunicação**. Comunicação & Inovação, PPGCOM/USCS v. 16, n. 30 (75-90) jan-abr 2015.

MAUSS, M. **As técnicas do corpo**. In: Sociologia e Antropologia. São Paulo: Cosac Naify, 2003.

MEDINA, C. **Entrevista: o diálogo possível**. 4ª ed. – São Paulo: Editora Ática, 2000.

_____. **A arte de tecer o presente: narrativa e cotidiano**. SP: Summus

Editorial, 2003.

NUNES, M. R. O. **Investimentos internacionais e o turismo em Tibau do Sul – RN.** Dissertação (Mestrado em Ciências Sociais) – Universidade Federal do Rio Grande do Norte, Natal, 2014.

PAIVA, Raquel. **Novas formas de comunitarismo no cenário da visibilidade total: a comunidade do afeto.** *Matrizes, São Paulo* 6.1 (2012): 63-75.

PAVAN, M. A.; TRINDADE, E. **Memória da pele e histórias do consumo: marcas e produtos tatuados no corpo.** In: MACHADO, M. B. (Org.). *Publicidade e Propaganda: 200 anos de história no Brasil*, Novo Hamburgo, p.283-296. 2009.

PAVAN, M. A.; SILVA, J. C. **Tatuagem: cultura de massas e afirmação subjetiva incorporadas.** *Revista signos do consumo*. 2, n.1, 2010. p. 67-81. 2010.

PAVAN, M. A.; FERREIRA, A. P. B.; BOEIRA, J. P. **Corpo Midiático: histórias das imagens, comunicação e memória na pele em Natal - RN/ Brasil e Catania - Sicília/Itália.** Texto apresentado do GT História da Publicidade e Propaganda do IX Congresso Nacional de História da Mídia da Rede ALCAR na UFOP/Ouro Preto, maio de 2013.

PAVAN, M. A.; FERREIRA, A. P. B. **Histórias de hiperconsumo nos corpos e casas midiáticos: colorindo a pele e paredes na cidade de Natal/RN.** Texto apresentado do GT História da Publicidade e Propaganda do X Congresso Nacional de História da Mídia da Rede ALCAR na UFRGS/Porto Alegre, junho de 2015.

RODRIGUES, J. C. **O Tabu do Corpo.** Rio de Janeiro: Edições Achiamé Ltda., 1975.

SANTOS, M. **A Natureza do Espaço. Técnica e Tempo. Razão e Emoção.** SP: Edusp, 2006.

SIMONETTI, O. B. **A Praia da Pipa no tempo dos meus avós.** Natal/RN: Nave da Palavra, 2015.

SODRÉ, M. **As estratégias sensíveis: afeto, mídia e política.** Petrópolis: Vozes, 2006.

_____. **Antropológica do Espelho: uma teoria da comunicação e linear e em rede.** 8 ed. – Petrópolis, RJ: Vozes, 2013.

_____. **O objeto da comunicação humana é a vinculação social.** Entrevista publicada na Revista PCLA - Volume 3 - número 1: outubro / novembro / dezembro 2001. <<http://www2.metodista.br/unesco/PCLA/revista9/entrevista%209-1.htm>> Acesso em: 09 nov 2014.

_____. **A interação humana atravessada pela Mídiação,** *Revista IHU Online*, São Leopoldo, n. 289, p. 7-8, abril. 2009. <http://www.ihuonline.unisinos.br/index.php?option=com_content&view=article&id=2476&secao=289> Acesso em 21 abr 2013.

TRINDADE, E.; PAVAN, M. A. **Memória da pele e histórias do consumo: marcas e produtos tatuados no corpo**. In: MACHADO, M. B. (Org.). Publicidade e Propaganda: 200 anos de história no Brasil, Novo Hamburgo, p.283-296. 2009.

VELHO, G. Projeto, emoção e orientação em sociedades complexas. In, Individualismo e cultura. Rio de Janeiro, Zahar, 1981.

VERAS, M. P. Pipa através do tempo. Natal: Ed. Abimael Silva, 2010.