

Revista Argentina de Humanidades y Ciencias Sociales

ISSN 1669-1555

Volumen 3, nº 1 (2005)

Contexto teórico y metodológico de la práctica cultural del tatuaje

por *María de las Mercedes Basualdo*

Licenciada en Comunicación Social por Universidad Nacional del Centro de la Provincia de Buenos Aires. Facultad de

Ciencias Sociales de Olavarría. mercedesbasualdo@yahoo.com.ar

Resumen

El tema que abordamos es la práctica del tatuaje inmerso en la telaraña socio-política y económica que se vivió en Argentina en la década de los 90. Para esta investigación transitamos varios escenarios de la ciudad de Olavarría. Los objetivos previstos fueron: 1. Reflexionar sobre la práctica cultural del tatuaje como constructora de identidad y 2. Relacionar el tatuaje, su práctica y su producto, con el arte y la comunicación.

Este trabajo está basado en la metodología cualitativa. Desde el paradigma interpretativo se buscó comprender la realidad teniendo en cuenta la perspectiva de los sujetos y desde el paradigma interaccionista se trabajó sobre la realidad social relacionando elementos que aparentemente no poseían conexión. Los instrumentos que utilizamos para la recolección de datos fueron: el registro fotográfico, la entrevista etnográfica y la observación participante. En el presente análisis también trabajamos con fuentes secundarias como: revistas, páginas en internet, bibliografía específica de la práctica; y con fuentes primarias, es decir, entrevistas en el campo y conversaciones ocasionales.

Title

Theoretic and methodological context from the practice of the tattoo

Abstract

The subject which investigates was the cultural practice of the tattoo immersed in the social-political and economical cobweb that lived in the Argentine in the decade of the 90s. For this investigation we ranged several stages from the Olavarría's city. The objectives forecasted for the present work be the next: 1) Reflect on the cultural practice of the tattoo as identity's builder, and 2) Connect the tattoo, its practice and its product, with the art and the communication. This work was based on the qualitative methodology. From the interpretative paradigm it is attempt to understand the reality bearing in mind the people's view. And from the Interactionistic Paradigm it was worked on the social reality connected whit elements which seemingly doesn't have any relationship. The instruments which we utilize for the gathering the information be: the photograph registration, the ethnography interview and the participial observation. In the present analysis we also worked with secondary source likes magazines, several pages of internet, specific bibliography from the practice; and with primary source, that is, "in situ" interview and occasional conversations.

Palabras clave

Tatuaje. Práctica cultural. Crítica cultural. Identidad. Producción de sentido.

Key words

Tattoo. Cultural practice. Cultural criticism. Identity. Sense production. Tattooed skin

Texto

La inquietud sobre los jóvenes y el tatuaje en los 90, nos surgió a partir del auge que tuvo esta práctica en todo el país y principalmente en Olavarría. Los sujetos tatuados, a través de las inscripciones que llevan en sus cuerpos, construyen, como a una escultura que se debe modelar, sus identidades. Estas marcas, incorporadas a sus vidas, provocan un antes y un después, así como la aprehensión del tiempo, del instante en que la obra fue creada.

El fuerte intercambio de bienes materiales y simbólicos entre diferentes países, donde las fronteras son solo marcas cartográficas, ha provocado vigorosamente nuevas experiencias empujadas por los mismos sujetos en busca de una pertenencia, generando resistencia y núcleos de poder. Esta práctica parece transformar los códigos de comportamientos y formas expresivas de comunicación. Nos encontramos con diferentes estilos cuyo punto crucial es marcar la diferencia y como diría Stuart Hall(1), provocar la multiplicación de mundos sociales, donde la relación predominante es el consumo de objetos o de prácticas para significar.

De esta manera descubrimos una realidad cargada de diferencias, semejanzas, donde los sujetos, trabajando sobre sus identidades, buscan reforzar su posición frente a los otros. Así surge la práctica del tatuaje como un conjunto de respuestas frente a la diversidad cultural vigente.

Esta problemática esta contenida en el área de Comunicación y Cultura dentro de los denominados “estudios culturales”, donde se analizan diferentes problemas como identidad, diferencia, cuerpo, estigma, poder, entre otros. Debemos correr el velo de una simple práctica supuestamente “de moda” para interiorizarnos en la constitución de identidades y los sentidos que subyacen en ella: la diferenciación cultural.

Para analizar el carácter conflictivo del tatuaje como marca de identidad cultural nos interesan las condiciones de producción de discursos sociales sobre el cuerpo y su carácter mutante, en tanto establece una lucha por el poder; poder hacer sobre el cuerpo y poder portar marcas de diferencia,

De esta manera el presente trabajo de investigación se relaciona con la carrera de Comunicación Social como medio de comunicación alternativo, donde las marcas en la piel se presentan como signos que denotan mas allá de lo que connotan. La lectura de estas huellas se relacionan con experiencias y percepciones subjetivas de los sujetos que las exhiben y de los sujetos que las observan.

Estas ilustraciones en el cuerpo han sido incorporadas a las prácticas cotidianas a través de nuevos valores emergentes e intereses que corresponde analizar teniendo en cuenta las condiciones materiales de existencia de los sujetos que lucen sus dibujos (figs. 1 y 2).



Figura 1



Figura 2

Vemos cómo a través de la historia la marca en el cuerpo ha sido un estigma o emblema fuertemente rechazado o aceptado. Actualmente, el cuerpo es un nuevo soporte artístico de comunicación.

Con el transcurrir de los años esta actividad ha circulado por varias facetas, desde fines mágicos, curativos y de belleza, hasta los estigmas, es decir, marcas negativas para diferenciar a quienes no responden ante la ley establecida.

Frente a este resquebrajamiento de lo instituido surge entre las grietas un sujeto autónomo responsable de su propia identidad. Actualmente, la práctica se realiza como algo estético, con sentidos que difieren de sus antepasados, donde el denominador común es su ritualidad.

La diferencia se presenta a partir de las marcas en el cuerpo, es decir, esta disparidad, cuyo sentido reinante es la vista, nos permite saber si el tatuaje es tumbero, esgracho o convencional. Y la semejanza surge en el hecho de poseer una marca, colorida o azulada, en el cuerpo. Esto permite acercamientos entre personas partícipes de la práctica o que sienten curiosidad acerca de esta experiencia. La marca en el cuerpo aparece como mediadora de la diferencia en un momento de la relación.

La premisa principal como eje del presente trabajo es: **el tatuaje es una operación cultural que articula sentidos sobre la identidad**. Esta proposición está relacionada con una segunda que dice que, si bien el tatuaje indica la presencia de la huella, la diferencia se presenta en la carga social de la marca. Ambas proposiciones nos permiten ubicar la práctica en su relación con otras prácticas como condición de posibilidad de la misma.

El trabajo de tesis está centrado en el análisis e interpretación de la práctica del tatuaje, que realizan los jóvenes, como productores de sentido, y su vinculación con otras prácticas. Teniendo en cuenta que la investigación sobre esta práctica posee varias aristas desde las cuales se la puede abordar, la pregunta principal que nos formulamos es: ¿cómo los jóvenes, con la práctica del tatuaje, configuran sentidos, valores, sobre sus identidades?.

A través de un enfoque multidisciplinario, es decir, el cruce de nociones y relaciones conceptuales de otras disciplinas, como son las dimensiones de análisis semiótico, sociológico, estético y cultural, podemos abordar el objeto de estudio.

Para trabajar dicha problemática, este trabajo está basado en la Metodología Cualitativa, una manera de acceder a los significados que leemos en la realidad, donde se observa a los actores con sus intenciones, creencias, sentidos, valores, entre otros significados sociales. Y es en este contexto donde estos sujetos interactúan, tanto con el medio como con la sociedad.

Los instrumentos que utilizamos para la recolección de datos son, en primer lugar, el registro fotográfico, lo cual nos permite observar detenidamente el lugar que ocupa la marca en su cuerpo y analizar ese dibujo o inscripción. También trabajamos con la entrevista etnográfica. Con este instrumento podemos registrar el contexto en el cual se lleva a cabo la conversación, de esta manera podemos ver si hay algo que influye o no en las respuestas obtenidas. Otro instrumento es la observación participante, lo cual nos facilita el registro de la conducta de los sujetos involucrados en la práctica. A su vez hemos registrado conversaciones informales en diferentes contextos de la Ciudad. Esta clase de acceso tanto a los sujetos involucrados en dicha experiencia como a quienes permanecen al margen, nos permite una relación más cercana, de la cual surge información que de otra manera sería imposible de registrar.

En el presente análisis trabajamos con fuentes secundarias como son revistas, páginas en Internet, bibliografía específica de la práctica; y con fuentes primarias, es decir, entrevistas en el campo y conversaciones ocasionales.

El Paradigma Interpretativo busca comprender la realidad teniendo en cuenta la perspectiva de los sujetos. Este paradigma estudia los motivos de la acción social, no sus causas. Prácticas que llevan a cabo los sujetos dentro del contexto social, actuando sobre la sociedad misma.

A partir de las situaciones comunicativas cotidianas los sujetos producen significaciones con características propias, inspiradas en el saber intuitivo que tienen del mundo objetivo, social y subjetivo. De esta manera, para comprender se debe participar del proceso de entendimiento, es decir, para poder describir un hecho social se debe entenderlo, lo cual se logra a través de la experiencia comunicativa. Este paradigma posee una doble hermenéutica donde la conducta de los sujetos es significativa y se re-significa a través de las diferentes miradas y los registros involucrados en esa situación social.

Desde este paradigma podemos comprender la práctica del tatuaje como producción de sentido, donde los jóvenes van construyendo su propia identidad dentro de un contexto social, en el cual el estereotipo de un sujeto con marcas en su cuerpo tenía connotaciones negativas.

El Paradigma Interaccionista trabaja sobre la realidad social relacionando elementos que aparentemente no poseen conexión. A través de la conexión de elementos distintos, se produce un determinado conocimiento que no está o que aparece en la superficie, pero de manera diferente. Esta unión nos permite iluminar otros elementos vinculantes.

De esta manera, este paradigma nos ayuda a vincular la práctica de las marcas sobre la piel, con otras, como es el arte sobre el cuerpo y la relación con la comunicación.

Sobre la base de estos paradigmas, la construcción del Objeto de Estudio se basa en la mirada crítica que posee la corriente de los Estudios Culturales.

El objeto de estudio no posee un sentido único, se construye con el sentido que cada uno le asigne. Proponemos una crítica de los conceptos relevantes que han surgido de la recolección de datos y el análisis de su resignificación en un contexto específico. Desde este punto de partida relacionamos los siguientes conceptos: cuerpo, marca, identidad, arte, producción de sentido. Siendo que el tatuaje puede ser abordado desde diferentes dimensiones, nuestro recorte está centrado en su práctica cultural. Para lo cual contamos con testimonios y entrevistas de sujetos de 20 a 45 años, de la Ciudad de Olavarría.

Al analizar dicha práctica desde su dimensión simbólica y material, nos encontramos frente a una de las discusiones que se plantean en el seno de las ciencias sociales relacionadas con las diferencias culturales, las construcciones de identidades, tanto simbólicas o ideológicas como materiales, y los procesos subjetivos que involucran diferentes prácticas llevadas a cabo por los mismos sujetos.

Los sujetos dentro de un mismo campo cultural, como es la práctica del tatuaje, poseen diferentes percepciones, donde producen sus identidades y reproducen dicha actividad. La misma reproducción es producción en un contexto tempo-espacial diferente (fig. 3).



Figura 3

En la década de los 90 las expresiones artísticas han hecho eclosión, de esta manera, se expresan en lugares públicos, como son la calle, los barrios, las plazas, los parques, etc. Necesidades de expresarse en la esfera pública para ser reconocidos y hacerse escuchar. Es así como el arte recorre cada rincón de la ciudad y va hacia los sujetos. Esta visibilidad en el medio urbano esta relacionada con lo que Raymond Williams denomina “opacidad de la cultura”, es decir, detrás de esa manifestación pública conviven otros sentidos que no permiten su decodificación inmediata. Realizamos un recorte de la práctica del tatuaje convencional. Pero aún, dentro de este marco, nos encontramos con

varias aristas para trabajarlo, de esta manera el recorte se focaliza en la marca relacionada con el cuerpo como productora de sentidos.

La recolección de datos la llevamos a cabo durante el verano '97 y '98, donde la moda imponía vigorosamente las marcas estéticas sobre la piel. A este período se suman datos recogidos durante el '99 y el año 2000.

Los escenarios de la ciudad que frecuentamos fueron: el barrio La Loma, el barrio 12 de Octubre, el barrio FONAVI, todos éstos considerados “manchas negras” (2) de la ciudad por el hecho de ser barrios de construcción estatal, y los dos primeros por estar contruidos al margen de las avenidas principales. Los sujetos que viven en estos lugares son considerados y utilizados como “chivos expiatorios” cuando ocurre algo que esta fuera de la ley, como son los robos, los crímenes o desorden público. No pretendemos trabajar sobre el prejuicio que se instala sobre los sujetos que viven en estos sectores de la ciudad, por lo cual también incorporamos tatuadores, profesionales que tienen su local de trabajo en el Microcentro, sujetos que pertenecen a este sector de la ciudad y otros que concurren al Racing Athletic Club. Todos con sus marcas de identidad sobre la piel.

En toda investigación se debe formular una hipótesis o premisa, la cual debe ser verificada o, desde la metodología cualitativa, comprendida.

El tatuaje, como práctica, nos decía más que una simple marca, jugaba entre la seducción y el rechazo. Esta visión, nos permitió llegar a la premisa principal: el tatuaje es una operación cultural que articula sentidos sobre la identidad. Esta proposición nos permite ubicar la práctica en su relación con otras prácticas como condición de posibilidad de la misma; es decir, como diría W. Benjamín, el tatuaje sería un fragmento de la cultura que ilumina una constelación de sentidos posibles acerca del presente.

Los objetivos previstos para el presente trabajo son:

- Explorar en los jóvenes la práctica del tatuaje desde su dimensión simbólica y material.
- Interpretar a través del discurso y la misma práctica las configuraciones de sentidos que los sujetos instalan en sus marcas.
- Analizar cómo esta práctica se ha transformado hasta convertirse en consumo masivo y se ha insertado en nuestra cultura.
- Reflexionar sobre la práctica cultural del tatuaje como constructora de identidad.
- Relacionar el tatuaje, su práctica y producto, con el arte y la comunicación.

La presente investigación se enmarca dentro de la crítica cultural tal como es propuesto por los estudios culturales ingleses. De esta manera concebimos a las prácticas como manifestaciones donde se percibe la lucha por la producción de sentidos. A través de los estudios culturales planteamos la discusión de la práctica del tatuaje como productora de sentido y configuradora de identidades en las relaciones sociales. El debate se plantea ante los significados establecidos desde una concepción hegemónica. Por lo tanto surgen, junto a esta práctica, las luchas de posiciones en diferentes contextos, donde los espacios de conflictos y sus protagonistas marcan las diferencias.

A partir de los discursos sobre el cuerpo los sujetos se involucran en la práctica del tatuaje, marcando las diferencias a través del estigma o como portadores de “obras de arte”. Este signo de pertenencia implica la posesión de una marca, donde el cuerpo no sólo seduce por su sustancia sino por la marca misma.

En este sentido trabajamos un marco teórico que tiene como concepto clave la noción de cultura de Raymond Williams, analizada en “Cultura. Sociología de la comunicación y el arte”. El concepto de práctica cultural nos permite pensar el tatuaje como actividad comunicacional, lo cual abre una serie de interrogantes sobre el funcionamiento de la cultura en nuestra época, su complejidad y los aspectos materiales y simbólicos que intervienen en ella de manera variable.

De esta manera desde “La hegemonía audiovisual” (*Encoding and decoding*) de Stuart Hall, abordamos la noción de identidad como configuradora de prácticas, valores y sentidos; lo cual nos permite determinar las posiciones de los sujetos involucrados en el circuito cultural. Teniendo en cuenta las condiciones materiales de existencia de los sujetos, en tanto productores de sentido, contamos con la presencia de un sujeto portador de una marca y un sujeto

otro involucrado a través de la mirada. Esta vinculación es permitida a partir de las prácticas sociales donde se enlazan las semejanzas y diferencias. Para problematizar este último concepto recurrimos a Ernesto Laclau, “Nuevas Reflexiones sobre la Revolución de Nuestro Tiempo”, para quien la diferencia, en tanto articulación se presenta como un momento de la relación, lo cual implica diferentes sectores de poder. Abordando la noción de diferencia desde Jacques Derrida en “De la gramatología”, nos encontramos con un doble sentido de distinción y diferir, es decir, una operación metonímica que implica otro significativo como el cuerpo, el amor, el grupo social. Es la huella que indica la presencia material y simbólica, es decir, la máquina punzante y los sentidos involucrados. Si bien el tatuaje indica la presencia de la huella, la diferencia se presenta en el sentido de la marca. Por tal razón la definición de estigma, en “Estigma. La identidad deteriorada” de Erving Goffman, nos permite analizar esta clase de marcas sobre los cuerpos y a su vez comprender las variadas percepciones que producen los sujetos tatuados en los otros. Analizamos el carácter de marca que produce el tatuaje y las relaciones sociales que comunican sentidos acerca de los modos de circulación y reproducción de la cultura. Esta práctica es un modo de producción de sentido social que determina relaciones sociales e identidades, donde entran en juego los límites, las legitimaciones y las exclusiones.

Este modo de producción incluye miradas desde donde el sujeto se ubica para mostrarse y para ver. El juego de seducción lo planteamos desde los conceptos trabajados por George Bataille en “El Erotismo”, de mirada, goce y erotismo. Esas sensaciones surgen desde una relación simbólica que incluye la exhibición de las figuras y las miradas que las interpelan. Esta visibilidad la analizamos a través del universo simbólico de la seducción, concepto trabajado por Jean Baudrillard en “De la seducción”.

Las miradas se posan en ese lugar del cuerpo y esto genera un cierto poder en quien porta una marca. Para problematizar esta relación, abordamos las nociones de cuerpo y poder, trabajadas por Michel Foucault en “Vigilar y castigar: nacimiento de la prisión”. Estos conceptos nos permiten analizar las condiciones de producción de discursos sociales sobre el cuerpo y su carácter conflictivo en tanto establece una lucha por el poder, en tanto poder hacer sobre el cuerpo social y poder portar marcas de identidad nos interesa para analizar el carácter conflictivo del tatuaje como marca de identidad cultural. Problematizar la utilización del cuerpo como portador de sentidos, producto de las prácticas que se ejercen sobre él y a su vez como productor, disparador del ideal a seguir. Este análisis lo abordamos desde Anthony Giddens, “Modernidad e identidad del yo. El yo y la sociedad en la época contemporánea”, a través del concepto de cuerpo como construcción del yo. Siguiendo con este razonamiento exploramos el organismo desde la propia experiencia desde el concepto de cuerpo vivido de Diana Maffia analizado en “Conocimiento y emoción”.

Para analizar los procesos de articulación de prácticas políticas, económicas y culturales como una lucha por hacer prevalecer sentidos, utilizamos el concepto de hegemonía de Antonio Gramsci en “La filosofía de la praxis”, para lo cual debemos tener en cuenta las mediaciones que intervienen en la esfera comunicacional, tal como lo propone Jesús Martín Barbero en “De los medios a las mediaciones”.

Entre el juego de la exhibición, del poder y las marcas, se abre el debate entre lo público y lo privado. Estos conceptos de Habermas, analizados en “Racionalidad y consenso tomado de la Esfera Pública: un artículo de Enciclopedia”, los utilizamos desde el sentido de que cada uno con el cuerpo “hace lo que quiere”, pero a partir de hacerse un tatuaje o tener una inscripción sobre su piel, ese sujeto produce sentido en su relación con los otros.

Estos sentidos que producen los sujetos tienen sus raíces en cuestiones personales. Por tal razón abordamos las nociones de resistencia, perdurar, rebeldía y rito, de Michel Maffesoli en “El tiempo de las tribus”. Estas nociones nos permiten problematizar sobre los sentimientos que perméan el contexto racional a partir de los signos de pertenencia, donde la función del rito los orienta hacia sus metas.

Al abordar estas imágenes sobre el cuerpo como obras artísticas, nos damos cuenta que el arte pictórico ha cambiado de soporte material. Las figuras ya no permanecen solo en la tela entre oleos, aceites y pinceles; son esfinges a base de tintas vegetales o no, introducidas por instrumentos punzantes y absorbidas a través de la piel.

De esta manera construimos una comunicación donde apelamos a los conceptos de función estética y extra estética de la obra de arte, analizados en “El arte como hecho semiológico” de Jan Mukarovsky. Entendiendo las marcas que embellecen al cuerpo como arte, cuya función es la de mediar frente a la realidad. El sujeto se relaciona a través del arte, como marca representacional de su situación concreta.

El trabajar con las nociones de técnica y percepción desde “La obra de arte en la época de la reproductibilidad”, de Walter Benjamín, nos ayuda a problematizar la reproducción de esta práctica que transforma los modos de percepción histórica y donde el arte es una experiencia social. Es así como el cuerpo ilustrado reúne sobre sí las miradas, las huellas y la tecnología.

Este concepto de consumo lo analizamos desde “Consumidores y ciudadanos”, de Néstor García Canclini. Este acercamiento nos permite analizar el cuerpo como blanco del consumo para significar en un contexto específico. Esta significación se vincula con la distinción ante los otros, donde entran en juego los sistemas de disposiciones distintos y distintivos, pertenencia y reconocimiento. Estos cambios de sentidos desde la percepción los analizamos a través de Pierre Bourdieu, desde su trabajo “La distinción. Criterios y bases sociales del gusto”.

Estos conceptos serán utilizados para plantear el vínculo entre el campo material a ser relevado y la producción de teoría de la comunicación como un discurso acerca del estado de la cultura en un momento dado, de tal manera de poder plantear problemas que vinculan a los sujetos con modos de intervención en la cultura de su época y pensarlos en tanto sujetos activos en la producción de prácticas comunicacionales.

Para abordar la dimensión semiótica utilizamos la tríada de Charles Peirce, en “La ciencia de la semiótica”, es decir, la clasificación de signo nos permite analizar la fase icónica, indicial y simbólica de la práctica. Lo observado en la realidad y nuestra experiencia vivida nos permite trabajar el tatuaje, en tanto relación comunicacional.

Desde “El grado cero de la escritura”, de Roland Barthes, analizamos el cuerpo-texto como indicador de algo, donde la función de anclaje, nos permite ver cómo el texto guía al lector entre los significados de la imagen. El anclaje es un control; frente al poder proyectivo de las figuras, el sujeto asume una responsabilidad sobre el empleo del mensaje. Analogía de la imagen.

Estos conceptos serán usados como categorías de análisis de la práctica a especificar, el tatuaje. Nos permitirán especificar la dimensión simbólica, la producción de sentidos sociales. En tanto no vamos a profundizar en un análisis semiótico, van a ser articulados con conceptos que puedan dar cuenta de la dimensión material de la práctica, es decir, de los procesos de diferenciación social tal, como los conceptualizan los estudios culturales.

Debemos aclarar que este marco teórico puede ampliarse, ya que las nociones anteriormente expuestas cumplen el papel de satélites principales donde sufren el acoplamiento de otros conceptos que giran alrededor.

Como antecedente de nuestro análisis nos encontramos con el trabajo de Claudia Croci, Licenciada en Letras, y Mariano Mayer, poeta, “Biografía de la piel. Esbozo para una enciclopedia del tatuaje”. Este libro fue publicado por Libros Perfil S. A., en junio de 1998. En esta obra se habla del tatuaje de los '90 como moda y como sentido, y sus autores proponen una mirada semiótica y descriptiva de la marca en la piel. Una de las diferencias del presente trabajo con la obra citada es el análisis de la práctica del tatuaje como constructora de identidad y “obra de arte” en el cuerpo.

A través de este recorrido y con un análisis profundo de cada circunstancia contextual, teniendo en cuenta las dimensiones ya mencionadas, se desprenden las siguientes consideraciones finales:

La marca y su valor simbólico funciona como mediación entre la imagen pública del cuerpo del sujeto y su experiencia vivida de manera privada.

Los sujetos al tatuarse tienen el poder de manejar, no solo su cuerpo sino su información social y personal, la figura sobre la piel funciona como “anclaje”, diría Roland Barthes. Es un control que la persona realiza, un dominio de las miradas que lo interpelan y se depositan sobre su piel, donde la marca lo distingue y lo identifica.

Pero cada marca tiene su propia carga, aunque suele contar con los diferentes atributos que depositan en ella quienes observan, todas concepciones cuya referencia es la experiencia vivida. Esta práctica cultural se relaciona con otras prácticas desde la visibilidad, la exhibición, la diferencia frente a los otros, de esta manera los sujetos producen sentidos disímiles que se emiten desde la propia marca (fig. 4).



Figura 4

Esta experiencia vivida sobre la piel se produce y reproduce en un contexto que difiere del original, por lo cual el propio sujeto la resignifica y adapta a su ámbito de vida.

La permanencia de la rúbrica permite la percepción eterna del sujeto. Esa visibilidad tiene que ver con su identidad social virtual, es decir, es lo que nos muestra y lo que nosotros le atribuimos. El valor de la marca reside en la distinción del sujeto ante el otro, son signos sociales sobre la piel que le pertenecen.

El individuo, a través de su cuerpo textual busca expresarse desde una marca que le signifique y que perdure, para lo cual eterniza ese momento, ese recuerdo que lo atrapa y lo remonta hasta la huella. La producción de sentido constituye el mensaje, este es su hilo comunicativo que lo retiene y lo vincula con los otros.

La piel aferra la imagen sobre sí misma y la percepción de ese cuerpo vivido hace a la presencia del sujeto. Este con su cuerpo tatuado construye su contexto como experiencia irrepetible y única.

Este arte plasmado en la piel son emociones que involucran propósitos para el propio sujeto. Su fuerza reside en el juego intencional de lo que exhibe, lo que produce y lo que oculta.

El registro de vivencias sobre la piel convierte el cuerpo junto a la marca en un objeto sensual, donde el deseo y el placer del tatuaje comunican la trasgresión de lo prohibido, y esto es lo que parece erotizar. Este juego misterioso implica los límites entre lo privado y lo público, lo cual en el cuerpo textual se desdibujan. De esta manera los sujetos trabajan sobre su piel a partir del artificio y desde esa inmortalidad producen sentidos, donde lo desconocido conduce a rechazos y atracciones

Construye su identidad desde la diferencia en relación a lo que se opone. Este momento de la relación oculta el camino de la huella, y esta es la diferencia, la propia experiencia. Desde esta creación corporal surge la lucha de significados preferentes para significar algo que parece ser determinante en la identidad de su portador. Esta producción se realiza a través del ritual, que por ser repetitivo es tranquilizador, por lo tanto es la misma práctica la que preserva la identidad del sujeto.

Este arte plasmado sobre la piel nos habla de otra realidad, es decir, se refiere a un contexto que involucra al propio sujeto e involucra quien observa.

La función estética cambia según el contexto, donde posee un espacio y un tiempo, ambos atrapados en la piel. La identidad que el sujeto construye se relaciona estrictamente con el aquí y ahora de dicha actividad, lo cual implica su autenticidad. Esta práctica cultural distinta y distintiva, hace del arte sobre la piel una apropiación legítima donde el individuo afirma su personalidad, a través de la calidad del objeto. Busca imágenes o símbolos para manifestar públicamente esas historias que necesitan ser contadas.

De esta manera nos encontramos con la adaptación del arte corporal mas antiguo al mundo actual, donde el sujeto parece jugar su propio papel pero como miembro de tribus modernas a través de sus signos de pertenencia.

Este arte, aparentemente intruso, parece ser aceptado y re significado, donde surge un aura de espectáculos no tradicionales que despiertan diferentes sensaciones. Es arte vivo, donde el sujeto realiza una elección personal sobre su lienzo corporal, de esta manera el tatuaje involucra historias culturales grabadas en la piel. Estas historias personales identifican al sujeto y nos indican rasgos de su personalidad. Mientras el individuo busca preservar su memoria a través de los pigmentos sobre su piel, termina construyendo y mostrando su propia esencia.

“...triple ley del tatuaje: ser privado, ser original y ser relato”(3).

Referencias

1. Hall, Stuart. “The meaning of new times”. En: *New times: the changing face of politics in the 1990s*. London: Verso, 1990. Traducido al español por S. Delfino: capítulo “Nuevos tiempos”. En: Delfino, Silvia (ed.). *La mirada oblicua: estudios culturales y democracia*. Buenos Aires: La Marca, 1993. [Volver al texto](#)
2. Estos puntos oscuros de la ciudad de Olavarría son abordados y estudiados por el licenciado Ariel Gravano. Ver "Imaginario urbano, barrios mancha y calidad de vida en la ciudad intermedia, hacia un modelo de análisis". *Intersecciones*, Olavarría: Facultad de Ciencias Sociales, Universidad Nacional del Centro de la Provincia de Buenos Aires, año 2, n° 2 (1998), p. 85-96. [Volver al texto](#)
3. “Tatuajes: una moda de hace cuatro mil años”. En: revista *Conozca Más* N° 78 (1995)

[Volver a la tabla de contenido](#)