Revista Argentina de Humanidades y Ciencias Sociales
ISSN 1669-1555

Volumen 3, nº 1 (2005)

Tipologías y sentidos 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
Cuando salimos al campo nos encontramos con marcas muy disímiles y provocativas, donde la impresión era que querían exteriorizar sus historias. A través de entrevistas y conversaciones ocasionales nos encontramos con una topología callejera donde los sujetos significan desde el momento de la práctica y el lugar en el cuerpo. Su identidad se va modelando como un artesano modela su pieza. Esta huella, su exhibición, su historia, su carga emocional se involucran en las distintas relaciones que el sujeto entabla en su vida cotidiana y de esta manera produce sentidos. Según la marca mostrada aparece la lucha entre lo aceptado y lo prohibido, entre lo establecido y condenado, entre su identidad virtual y su identidad social.

Title
Typology and sense from the tattoo

Abstract
When we went “in situ” we founded very different and provocative marks, where the impression was that they wanted to reveal their stories. Through the interviews and occasional conversations we founded a street’s typology where the person takes significance since the practice’s moment and the place, in the body. Your identity takes form like an artisan model his piece of work. This mark, its exhibitions, its story, its emotional obligations are involve in the different relationships that the persons strike up in their daily life and in this way its produce sense. According to the show mark appears the fight between the accepted and the forbidden, between the establishment and the condemned, between its virtual identity and the social identity.

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

Key words
Tatoo. Cultural practice. Cultural criticism. Identity. Sense production. Tattooed skin.

Texto
Para abordar el tema y acercarnos al objeto de estudio comenzamos con una etapa exploratoria, lo cual nos permitió acceder a la tipología “callejera” del tatuaje, es decir, desde la visión de los actores. De esta manera tenemos: tatuaje convencional, el tatuaje “tumbero” y los denominados “escrachos”.

Al salir al campo nos encontramos con diferentes expresiones relacionadas con la práctica del tatuaje. Como primera instancia, señalamos las dos grandes tipologías: tatuajes tumberos y tatuajes convencionales o estéticamente agradables a la vista. Los primeros son frecuentes dentro de instituciones carcelarias o reformatorios, se los denomina tumberos porque esos lugares son considerados tumbas donde el sujeto permanece encerrado, privado de la libertad, con restricción horaria, dividido en pabellones y en habitáculos con poca luz. También utilizan esta práctica los grupos juveniles de barrios marginales, ya que es de menor costo y con elementos caseros, aunque los riesgos de infección y transmisión de enfermedades están a la orden del día. Estos son los denominados “escrachos”.

Cuando nos interiorizamos en el tema, encontramos diferencias que se desprendían de la práctica.

Esta práctica se lleva a cabo uniendo varias agujas, atadas con un hilo, las cuales son embebidas en tinta china. Consiste en marcar punto por punto sobre la piel hasta formar un dibujo o la inscripción de un nombre, la punta punzante debe penetrar la epidermis con el fin de fijar la tinta. Estos tatuajes de pobre realización se caracterizan por ser de líneas gruesas, color azulado y diseños rústicos.

Los tatuajes carcelarios poseen un código significativo muy amplio, por ejemplo, según el dibujo se puede distinguir a un gay, a un delincuente peligroso, a un asesino, al que roba.

Estos trabajos precarios tienen otra vertiente, son códigos carcelarios compartidos con el individuo de la calle como por ejemplo: una serpiente enroscada en una daga, o un lunar, o una gota significan muerte a la "yuta" o "rati", es decir, a la policía, los cinco puntos realizados generalmente en la mano, entre el dedo índice y el pulgar, están distribuidos de tal manera que un punto siempre queda en el medio de los otros cuatro, lo cual significa que un policía esta rodeado por cuatro ladrones. Este significado cambia cuando la persona que posee esta marca va presa, dentro de la institución policial significa que el ladrón esta rodeado por cuatro uniformados.

Uno de los entrevistados nos comento que lo que él tenia tatuado no era tumbero, era escracho, porque, si bien utiliza la misma tecnica que los tumberos, estos ultimos se realizan fuera de la carcel. Generalmente quienes se marcan la piel con estas tecnicas se tatúan los nombres de las personas mas queridas o inscripciones relacionadas con la religión.

Actualmente la técnica de las agujas, la marca punto por punto, ha caído en desuso, lo que se utiliza son máquinas caseras. Con diseños precarios marcan a las personas de tal manera que quien les ve piensa que ese individuo algo hizo, esta clase de marcas tienen una carga muy fuerte para las personas que las tienen impresas, de esta manera producen un determinado sentido diferenciándose del resto de los sujetos.

Los tatuajes convencionales o estéticamente delicados o artísticos, agradables a la vista, llamativos, son marcas con historias milenarias. Esta práctica, en nuestro país debe tener más de 20 años de vida, pero en ese momento su consumo no era tan masivo. Con el transcurrir del tiempo las personas se han empezado a decorar el cuerpo más asiduamente, lo cual a ayudado al crecimiento comercial del tatuaje

Este tipo de tatuajes, los denominamos convencionales por dos razones: primero, porque hay una legislación desde 1998, de seguridad e higiene, que regula los locales en donde se lleva a cabo esta clase de trabajos, y segundo porque, a raíz de su consumo masivo, hay un acuerdo tácito entre las personas que trabajan en esta práctica y quienes ilustran su cuerpo. Generalmente, estas marcas implican nombres, imágenes, símbolos o iniciales realizadas con máquinas profesionales y con pigmentos vegetales de colores. Es un comercio realizado por profesionales de este arte, quienes utilizan agujas descartables, esterilizadores, guantes, desinfectantes: todo lo que implique prevención de enfermedades e infecciones tanto para el que trabaja como para quien se tatúa. Esta clase de tatuajes tienen una clasificación(1) muy heterogénea, como por ejemplo: orientales, tribales, monocromaticos, etc.

La práctica del tatuaje posee una historia milenaria(2), no hay certeza con respecto a la fecha de surgimiento. Lo que sí sabemos es que en nuestro país aparece masivamente en la década del '80 como un dibujo estéticamente agradable a la vista, con variados colores, con instrumentación descartable y leyes sobre seguridad higiénica.

Cuando dicha práctica se impone como moda, la clase dominante, cobijada en la "alta costura" como lo denomina Bourdieu(3), utiliza y difunde la marca sobre la piel. Desde la noción de moda de este autor, esta clase es la que impone o la que muestra lo que se usa y lo que no como marca de distinción, lo cual los sujetos que desean este 'estar a la moda' lo implementan en la vida cotidiana.

En este campo de la moda, varios elementos permanecen en pugna hasta que uno de ellos resurge como legitimo para que se produzca dicha imposición, debe ser un objeto que distinga.

Pero en realidad, como lo mencionamos anteriormente, marcarse el cuerpo data de varios siglos. Antes que surgiera como ilustración artística, esta práctica ya estaba insertada en la sociedad, era utilizada por el "pueblo"(4), por las clases subordinadas excluidas de la exhibición que hoy podemos encontrar. Goffman las denomina estigmas.

Si tenemos en cuenta lo anteriormente mencionado, desde la visión de Bourdieu, esta práctica llevada a las pasarelas sería una estrategia de conservación, es decir, una práctica milenaria utilizada para sacar provecho de su capital acumulado. Desde lo dominante, la tradición del tatuaje, su práctica, es legitimada a través de la moda, donde la distinción es la regla que configura su continua creación.

Como dice el autor, hay que entrar en el campo sabiendo qué es lo que se juega. El modisto Jean-Paul Gaultier, en el momento en que implementó la ropa con tatuajes, sabía cuál era el juego y adonde apuntar con su estilo:

Estas luchas en un mismo campo son revoluciones parciales, las cuales llevan a la inestabilidad de su periodicidad. De esta manera toda marca de distinción, cae en el pasado y se vuelve a imponer otra. En el juego de la moda, los elementos en pugna se resignifican, se imponen, caen en desuso, y otros elementos se vuelven a imponer, y así. Por eso surgen vestuarios por temporada donde se busca la distinción, por lo cual no es casual que la práctica del tatuaje se haya asomado en primavera haciendo explosión en el verano, donde, por lo general, los sujetos andan con poca vestimenta o con ninguna.

El juego se relaciona con el poder simbólico de los sujetos implicados en el campo y con sus hábitos, como dice este Bourdieu, es decir, con las estrategias de producción de esta clase de modas y sus relaciones con la implementación de dicha práctica.

En el juego participan marcas publicitarias que se diferencian y asimilan con la marca del tatuaje. Ambas son marcas de reconocimiento, de distinción, pero la de la publicidad responde a un mercado, económicamente hablando, y es exterior al sujeto.

Es decir, la marca de la publicidad juega como valor simbólico del producto. La marca sobre la piel es aplicada sobre el sujeto, quien se convierte en portador de la misma cuya información e intención sólo él conoce. Tambien responde a un mercado pero se relaciona con el interior de quien porta la marca. Lo cual, desde la visibilidad, esta marca sobre la piel difiere de la información social que despliega el sujeto.

Como dice Raymond Williams(5) esta práctica de marcar la piel es residual, es decir, es utilizada desde hace miles de siglos y continúa aún en vigencia en varias culturas incluyendo la nuestra, donde en cada contexto se resignifica. Es emergente porque surge con nuevos significado y valores, propio de nuestros tiempos y de las condiciones materiales de los sujetos, lo cual implica nuevas redes de comunicaciones. En toda experiencia cultural existen sentidos emergentes, residuales y dominantes.

La incorporación del tatuaje a la vida cotidiana parece producir una cierta resistencia por parte de quien observa.

El desorden en la cultura ya establecida, como si estuviera normada, aparece, entre otras cosas, con esta experiencia del cuerpo marcado. Este es uno de los factores que contribuyen, aparentemente, a hacer tambalear el orden establecido.

Esta práctica involucra sentidos y experiencias, donde el cuerpo juega un doble papel, en cuanto se le pone una etiqueta negativa por tener una marca y a su vez se lo admira por estar a la moda (6).

La práctica del tatuaje forma parte de nuestra cultura desde el momento en que es incorporada a la vida cotidiana del sujeto. Esto teniendo en cuenta el significado antropológico de cultura, la cual se caracteriza por todas las acciones, prácticas y actividades que realiza el hombre en la vida cotidiana.

Esta actividad sobre tatuajes no conoce fronteras, la vida del sujeto se ve influenciada por otras culturas (7), a la vez que él influye sobre el cuerpo social al cual pertenece.

La comunidad en general y los sujetos en particular incorporan y rechazan diferentes prácticas de otras partes del mundo. A partir de las relaciones de intercambio que surgen con otras culturas, se desliza la negociación de lo que se acepta o no (8).

Esta clase de marcas Goffman las denomina desacreditables porque pueden ser ocultadas por quienes las tienen impresas, esta clase de sujetos manejan su propia información social. Esto tiene que ver con mostrar el dibujo sobre el cuerpo y ocultarlo en determinados momentos ya que, como dice el autor, el estigma tiene una relación entre atributo y estereotipo. Por esta razón, hay personas que se han marcado el cuerpo en zonas que permanecen ocultas y no difunden su marca, quizás por temor a no ser aceptado o por no saber en qué categoría de personas es ubicado por el otro (9).

Cada sujeto que decide marcarse el cuerpo va construyendo su identidad, como dice Goffman hay una identidad social virtual (10) y una identidad social real. La primera tiene que ver con lo que le atribuimos al sujeto que vemos y la segunda con los atributos que demuestra poseer. Esta práctica implica resistencia frente al poder del imaginario social predominantemente católico que aún arrastra su mirada acusadora hacia quien no posee un cuerpo limpio y puro (11). Se generan luchas políticas alrededor de lo fuertemente estatuido por un cuerpo social que domina, estas luchas se traducen en diferentes actividades utilizadas como contrapoder donde se quiebra tácitamente lo establecido y donde cada sujeto demuestra que, por poseer un tatuaje, no deja de ser la persona que es. A partir de las demandas y reclamos que realiza el cuerpo social parece que es necesario demostrar que una marca no influye en la personalidad de cada sujeto (12).

Los sujetos que inscriben en su piel esta clase de marcas poseen varias razones para llevarlas a cabo como por ejemplo una cuestión de moda, una cuestión estética, por gustos, etc. Aquí entran a jugar la percepción y los intereses que tienen los sujetos para llevar a cabo esta práctica como por ejemplo el Mago Fornnes y el artista plástico Alfredo Portillos, el primero lo realiza porque quiere inscribirse en el Guinness, como el hombre mas tatuado de Argentina (dice que el mas tatuado del mundo tiene 1500) y el segundo, porque esta decorando su cuerpo con ilustraciones de grandes artistas mundiales para que después de su muerte, fragmentos de su piel sean subastados como obra de arte para beneficio de UNICEF y enfermos de SIDA .

Las razones personales de los sujetos involucrados en la práctica inciden fuertemente en la marca sobre el cuerpo, de esta manera, estas ilustraciones poseen un significado para quienes las incorporan en su vida y para quienes las perciben.

Figura 1. Tumbero

Figura 2. Escracho.

Figura 3. Convencional.

Referencias

1. Nachon, Andi; Sasturain, Diego. *El libro del tatuaje*. Buenos Aires: Need, 1997. Volver al texto

2. La marca sobre el cuerpo tiene su historia en la Polinesia, Japón, China, entre otras culturas. En 1991 se encontró una momia egipcia cuyo vientre estaba marcado. Este tatuaje se descifró como signo de la fertilidad. De todas maneras, las marcas en la piel ya eran practicadas entre marineros y presidiarios. Faucoult en *Vigilar y castigar*, al referirse a los reincidentes en el delito, dice "... según la ley Floreal del siglo X, debían ser marcados con la letra r.". Volver al texto

3. Bourdieu, Pierre: "Alta costura y alta cultura". En: *Sociología y cultura*. México: Grijalbo, 1990. Volver al texto

4. Goffman, Erving. *Estigma: la identidad deteriorada*. Buenos Aires: Amorrortu, 1995. La práctica del tatuaje tiene una larga tradición cuya marca se ha transmitido de generación en generación, aún en nuestro país. Actualmente esta práctica se ha vuelto masiva. En China hay un fuerte lazo de herencia, por ejemplo en la mafia, donde el individuo antes de nacer ya tiene diseñada una marca que debe llevar impresa por el resto de su vida. Volver al texto

5. Williams, R. *Marxismo y literatura*. Barcelona: Península [1977], 1980. capítulo ll: 8. Dominante, Residual y emergente. Volver al texto

6. Le Breton, David. *Antropología del cuerpo y modernidad*. Buenos Aires: Ediciones Nueva Visión, 1995. Volver al texto

7. Le Breton dice: "El hombre bien encarnado (en el sentido simbólico) es un campo de fuerzas poderosas de acción sobre el mundo y esta siempre disponible para ser influenciado por este", p. 33. Volver al texto

8. Esto es como el mate criollo. A través de las migraciones que sufre el país esta práctica se ha ido incorporando en otras partes del mundo, como también en nuestro país hay sujetos que no participan de la misma. Volver al texto

9. A raíz de ocultar el estigma Goffman dice: "la incertidumbre del estigmatizado surge no solo porque ignora en qué categoría será ubicado, sino también, si la ubicación lo favorece, porque sabe que en su fuero interno los demás pueden definirlo en función de su estigma". En el tatuaje, esto último es según la marca que cada sujeto decide hacerse, porque hay imágenes que son de consumo masivo como por ejemplo: la rosa, el delfín, la calavera, etc. y a veces no tienen ninguna particularidad para distinguirlos. Volver al texto

10. Con respecto de la identidad social virtual, el autor dice "a las demandas que formulamos se las podría denominar con mayor propiedad demandas enunciadas "en esencia, y el carácter que atribuimos al individuo debería considerarse como una imputación hecha con una mirada retrospectiva en potencia". La identidad social real: "La categoría y los atributos que... según puede demostrarse, le pertenecen se denominaran su identidad social real" (p. 12). Volver al texto

11. Foucault dice: "Inscríbanse una serie entera de ilegalísmo en unas luchas en las que se sabe que se afronta a la vez la ley y la clase que la impuso" (p. 279). Volver al texto

12, Goffman dice: "... se ofrecen como modelos vividos de una realización plenamente normal; son héroes de la adaptación, merecedores de recompensas públicas por haber demostrado que un individuo de esa especie puede ser una buena persona"(p. 36) "las personas que tienen un estigma aceptado suministran un modelo de "normalización", mostrando hasta donde pueden llegar los normales cuando tratan a un individuo estigmatizado como si no lo fuera" (p. 44). Volver al texto

Volver a la tabla de contenido

© 2005 Sociedad Argentina de Información