

Ser tatuador, ser artista: legitimación del tatuaje como arte

Beatriz Patriota Pereira¹

» *Palabras clave: Tatuaje. Cuerpo. Arte. Profesión.*

Esa investigación parte del tema de la legitimación artística del tatuaje, con la finalidad de responder: cuales son las estrategias y los discursos accionados por los tatuadores en el proceso de reconocimiento del tatuaje como una arte? A partir de la discusión teórica sobre modificaciones corporales que trabaja diferentes aspectos del reconocimiento da practica artisticamente, de entrevistas y del trabajo de campo con tatuadores, en São Paulo, que se incluyen en un discurso que busca el reconocimiento del tatuaje como una obra de arte, es posible cuestionar cuales son las relaciones de poder y las negociaciones involucradas en ese proceso.

De esa forma, objetivo comprender como son accionados por los tatuadores las estrategias y los discursos en el proceso de legitimación del tatuaje como arte. Además, objetivo comprender las negociaciones en la busca por reconocimiento artístico y entender el contexto de enunciación de los tatuadores considerados artistas, y, mas allá, posicionarlos.

Si, anteriormente, el tatuaje era marginalizado y estigmatizado, las estrategias y los discursos actuales de los tatuadores apuntan para la inserción del tatuaje en medios artísticos, junto con su popularización, profesionalización y medicalización. El reconocimiento del tatuaje como arte es asociado a la reivindicación de practicantes y tatuadores y al aprimoramento de técnicas y tecnologías. Así, tatuadores demandan las posiciones de artistas y profesionales. Desnaturalizando la relación entre tatuaje y arte, esta en discusión cuales son los discursos accionados en la producción de lo que los tatuadores llaman de arte. Interesa comprender las relaciones de poder entre los sujetos en ese proceso.

» *Introducción*

Esa investigación parte de una propuesta de investigación empírica sobre el tema de la legitimidad artística del tatuaje, con el fin de responder a la pregunta de investigación: ¿cuáles son las estrategias y discursos provocados por los artistas del tatuaje en el proceso del reconocimiento de tatuaje como una arte? A partir de la discusión teórica de la modificación del cuerpo que trabaja diferentes puntos del reconocimiento de la practica artisticamente, de entrevistas con los tatuadores y del trabajo de campo con tatuadores, que se caen en un discurso que busca el reconocimiento de los tatuajes como una obra de arte, es posible cuestionar cuáles son las relaciones de poder y las negociaciones que participan en este proceso.

¹ Estudiante de Doctorado en el Programa de Pós-Graduação em Sociologia de la Universidade Federal de São Carlos.

Si, antes, el tatuaje fue marginado y percibido como estigma, las estrategias y los discursos actuales de los tatuadores apuntan a la inserción del tatuaje en medios de arte, junto con la popularización de la práctica, la profesionalización y la medicalización. El reconocimiento del tatuaje como arte se asocia con la reclamación por los profesionales y los tatuados y la mejora de las técnicas y tecnologías. Poco a poco, hay una reducción de los estereotipos negativos y los estigmas relacionados con el tatuaje, cuando la práctica es vista como artística, higiénica y profesional. En este proceso, tatuadores requieren las posiciones de artistas y profesionales.

Por lo tanto, esa investigación parte del supuesto de que el tatuaje se ve como una forma de arte, sobretodo por los tatuadores. Al tomar parte en este debate, cuestiono cómo el tatuaje se insere dentro del mundo del arte, desnaturalizando el vínculo entre el tatuaje y el arte. La definición de lo que es arte y lo que los tatuajes son considerados artística no es objeto de controversia, pero cuáles son los discursos accionados en la producción de lo que los tatuadores llaman de arte. Interés, aquí, comprender las relaciones de poder entre los sujetos de este proceso. Para entender este punto, voy a trabajar a partir de conceptos de poder y el discurso de Foucault.

Poder, por Foucault, es en la relación y en los mecanismos de poder, es decir, los modos de acción de unos sobre otros. Así, hay redes de poder, en que el poder está en disputa y se negocia. El discurso es el lugar de la lucha por el poder. Y es a partir de las estrategias y de las prácticas discursivas que el poder puede ser entendido.

Pensando en las relaciones de poder y en las jerarquías impuestas en el ámbito del tatuaje, mi hipótesis es que hay juegos de poder que definen lo que se entiende como un tatuaje artístico. Por eso quiero entender cuales son las dimensiones negociadas en la construcción del valor artístico. Para eso, se debe posicionar los tatuadores como sujetos de discurso, que caen en los padrones estéticos y artísticos. Además, definir lo que es un tatuaje artístico es una producción de conocimiento, lo que implica relaciones de poder. La estetización del tatuaje se produce en las disputas y negociaciones para decir lo que es arte, en un campo marcado por las jerarquías y la exclusión. En este contexto, se propone analizar cuales son las relaciones de poder involucradas y discursos y estrategias impulsadas.

La investigación se concentra en Sao Paulo/SP, Brasil. La ciudad concentra la mayor parte de los tatuadores reconocidos como artistas y las innovaciones relacionadas con técnicas y tecnologías. Además, es el hogar de los mayores eventos de la modificación del cuerpo del país, tales como la Convención de tatuaje Tattoo Week. También es donde se encuentra el único museo brasileño de tatuaje. Así, el trabajo de campo se centra en las instituciones que tratan de tatuajes como arte, tales como convenciones, talleres, eventos y exposiciones, que mantienen las relaciones de poder involucradas y negociaciones.

Sin embargo, la creciente popularidad de los tatuajes se asocia con el profesionalismo y la legitimidad artística de la práctica. La literatura elegida sobre modificación del cuerpo dialoga y trae algunos aspectos en común, a pesar de trabajar con diferentes perspectivas teóricas, tales como la identificación de la existencia de una asociación creciente entre el tatuaje y el arte. Costa (2004), en Brasil, Ferreira (2006, 2008) y Oliveira (2012), en Portugal, discuten el proceso de profesionalización y, en consecuencia, la legitimidad artística del tatuaje. En Inglaterra, Sweetman (2003) y Featherstone (2003), y en Francia, Le Breton (2004, 2009) presentan este tema brevemente, sólo se indica la ocurrencia de la relación y ellos dan prioridad a otras áreas.

Desde diferentes perspectivas, esa investigación ha contribuido a la opinión de que las diversas estrategias se activan en la legitimidad artística del tatuaje por los tatuadores. Por lo tanto, hay una necesidad de ampliar la discusión acerca de las relaciones de poder y negociaciones involucrados en este proceso. Teniendo en cuenta este escenario, esa investigación tiene como objetivo comprender, como el centro de su enfoque, como ocurre esas negociaciones, al reflexionar sobre las relaciones de poder desde la perspectiva de Foucault para pensar el tatuaje como una obra de arte. Discutir tatuaje, en ese caso, incluye discusiones sobre el poder, el conocimiento y el discurso, cuestiones clave de la sociología.

› *Estudios sobre tatuaje*

Con un enfoque en la modificación del cuerpo, Pires (2005; 2009), al estudiar su relación con la moda, señala que las diferentes marcas en el cuerpo inscriben en los cuerpos la identidad y los elementos estéticos. Braz (2006) enfatiza las prácticas más "extremas" y ve en ellas un medio para cuestionar las normas establecidas.

Desde diferentes perspectivas teóricas, Araújo (2005) entiende esa práctica como una forma artística para mostrar un mensaje en el cuerpo. Berger (2009) sostiene que la marca, además de una memoria, se configura como un indicador que pertenece a ciertos valores. Y Pérez (2006) considera el tatuaje como expresión de identidad, realizando una investigación etnográfica sobre los pasos para obtener un tatuaje.

Vilar (2012) analiza las formas de construir y modificar el cuerpo, pensando que nada es permanente y todo está en proceso de transformación y cambio. Ya Osorio (2008) analiza la organización y administración de los salones de tatuaje. Fisher (2002) sostiene que el tatuaje está en la relación entre lo social / cultural y psicológico. Luz y Sabino (2006) cuestionan la forma en que las diferencias se repiten por marcas cuerpo, principalmente de la cuestión de género.

En este sentido, Sweetman (2003) manifiesta la popularidad de los tatuajes y perforaciones y

señala que, a pesar de la incorporación en la cultura de consumo, ellos son percibidos y experimentados como algo más que meros accesorios. Mientras Le Breton (2004; 2009) comprende el tatuaje como una señal que marca la identidad del sujeto. El tatuaje es como un puntal final que contribuye a la afirmación del sentido de identidad, una forma de escritura en la carne de los momentos clave de la vida, en que "el cuerpo se vuelve tanto archivo de sí como decoración" (Le Breton, 2004; 11).

Dicho esto, por la discusión de la legitimidad de los tatuajes como arte, aunque enfoque en el proceso de profesionalización, están Costa (2004), Ferreira (2006, 2008) y Oliveira (2012). En pocas palabras, argumentan que la validación social de los tatuajes se asocia con la legitimidad de la profesión de tatuador y el reconocimiento de los tatuajes como un posible medio de expresión artística.

Como se puede ver, algunos estudios discuten el tatuaje como arte. En mi monografía titulada "La piel pide la palabra" (2013), discuti el carácter artístico y la agencia del tatuaje, centrándose en la propia marca. En la investigación del Maestro, titulado "El más profundo es la piel: los procesos de construcción de identidad a través del tatuaje", una de las dimensiones trabajadas son las diferencias entre los tatuajes comerciales y artísticos de los tatuadores Sao Carlos/SP. Sin embargo, la investigación actual tiene como objetivo reflexionar sobre las relaciones de poder que intervienen en las estrategias de reconocimiento del tatuaje como arte.

› *Pensar sobre el arte y sus dimensiones*

La arte ha sido discutida desde diferentes perspectivas en la sociología, especialmente en sociología del arte. Heinich (2002) divide en tres ocasiones y generaciones intelectuales: una estética sociológica con base marxista; la historia social del arte, que se ocupa de los contextos de las obras y la inclusión del arte; la sociología y la investigación, lo que incluye el arte como sociedad. En los tres casos, las análisis se centran en la producción, la mediación y la recepción o en las obras de arte.

Cuando se trabaja el concepto sociológico de la estética, Bastide (1972, 2006) sostiene una Sociología de la Estética entre la lengua y los valores, el análisis de la correlación entre las formas artísticas y formas sociales, así como las relaciones sociales estéticas. El autor considera el arte como un medio o un signo de distinción. Por lo tanto, se percibe la existencia de anestésicas y limitaciones estéticas y representaciones de salida. El arte transforma el medio material y es producto de la sociedad, mientras que se forma por la sociedad.

Desde otra perspectiva, Bourdieu (2007) apunta a los diferentes modos jerárquicos de

adquisición de la cultura, que están vinculados con el habitus y el capital acumulado, sean económicas, sociales y culturales. Esos modos, marcados por el gusto y la estética, son una disposición adquirida para establecer o hacer distinciones para que la obra de arte ha significado asignado a los códigos específicos. Por lo tanto, Bourdieu y Darbel (2007) analizan el uso estético en los museos europeos desde un enfoque estadístico. Llegan a la conclusión de que el código artístico se entiende como un sistema de principios de divisiones, donde la obra de arte sólo puede ser entendida como un bien simbólico para aquellos que poseen los medios de apropiarse de él y descifrarlo. Después de todo, el amor por el arte presupone el conocimiento.

De lo contrario, Becker (1977, 2010) analiza la producción artística de una identificación de los creadores, que describe las acciones e interacciones que resultan en obras de arte por medio de una investigación cualitativa. El autor sostiene que la acción coordinada y cooperativa de las personas se traduce en obras de arte, produciendo un sentido común de valor en que la creación es colectiva. Por lo tanto, para el autor, las limitaciones materiales y sociales son externas a los problemas estéticos. Su teoría deconstruye la superioridad intrínseca de las artes, la individualidad de la obra creativa y la originalidad y la singularidad del artista.

Heinich (2002) aboga por un enfoque pragmático a través de la investigación empírica. La autora propone mirar cómo los actores inventen en tiempos para asegurar que su relación con el arte y el valor artístico. También sugiere una sociología de los modos de recepción, las formas de reconocimiento y la situación de los productores, en lugar de centralización en las obras de arte. A partir del análisis de los discursos y las imágenes para entender las representaciones de los actores, se centra en las formas de reconocimiento en que los actores producen calificaciones y las consecuencias para la producción artística en la mediación y recepción. Así Heinich (2005) analiza la singularidad necesaria para artistas a través de la personalización y la excentricidad, cuando la irregularidad es la regla. Dentro de este proceso, hay una entrada de control, que se caracteriza por formas de selección, incluyendo el reconocimiento como artista.

En diálogo con Heinich (2002; 2005), entiendo que es necesario centrarse en las formas y las inversiones que garanticen la relación con el arte y el valor artístico de los artistas - en ese caso los tatuadores. Por lo tanto, quiero analizar los discursos como una forma de entender las representaciones y los reconocimientos. Como la propuesta no consiste en analizar qué es arte, sino cuáles son las estrategias que se negocian en la inserción del tatuaje en medios artísticos, busco como referencia teórica los estudios de Michel Foucault, trabajando la dimensión del sujeto, los empoderamientos involucrados y las normalidades, para pensar las relaciones de poder establecidas en este proceso.

› *Poder en Foucault*

Cuando se habla de la relación entre el poder, el discurso y el conocimiento, Foucault (2008) considera que la producción del discurso es controlada por procedimientos que evocan sus poderes y dominan su evento aleatorio. Pensando en el discurso como un espacio de lucha por el poder y como práctica social, que tiene condiciones de posibilidad y reglas preestablecidas, el filósofo parte de los principios metodológicos de la inversión, de la discontinuidad y la especificidad. Su análisis se centra, para entender que los discursos son formulaciones discursivas, en procesos de relación entre las partes y el contexto de enunciación.

En proceso dialógico con lo social, el sujeto se constituye al mismo tiempo de la construcción de la realidad en que está. A través del discurso, el sujeto se constituye como un constructor de una realidad, cambiándola y sendo cambiado por ella, creando una sociedad que es un reflejo de esos discursos. Al mismo tiempo, la producción del habla está controlada, seleccionada, organizada y redistribuida por los procedimientos que tienen la función de evocar poderes y peligros, dominar su evento aleatorio. Las limitaciones del discurso limitan sus poderes, dominan sus apariciones aleatorias y seleccionan los sujetos que hablan. Además de decir lo que pase, el discurso es un objeto de deseo y de la lucha por dominación y poder.

Hay condiciones políticas de enunciación del discurso y eso traduce luchas o los sistemas de dominación. Foucault (2008) muestra que es necesario analizar sus condiciones, su juego y sus efectos: la cuestión de la verdad, restaurar al discurso su carácter de evento y suspender la soberanía del significante. El poder, la verdad y la enunciación del discurso están en disputa. Hay formas de enunciación de la verdad, jerárquicas de conocimiento.

Así, Foucault (1979) se pregunta cómo se da el poder en las relaciones de los sujetos y en las instituciones, pensando redes de poder. El autor sostiene que el poder está en todas partes y se basa en el conocimiento y el discurso. El poder no se aplica a los individuos, sino a través de ellos, es en medio de conocimiento. Al cuestionar cuales son “en sus mecanismos, en sus efectos, en sus relaciones, los diferentes mecanismos de poder” (Foucault, 2002; 19), Foucault (2002) señala que no se le da el poder, o intercambiado, ni se toma, pero se ejerce y sólo existe en acto como una relación de fuerzas. Las relaciones de poder impregnan y caracterizan el cuerpo social, asociada con la producción de un discurso real. Es una relación de poder en la que el conocimiento y el poder están íntimamente relacionados. No hay poder sin un campo de conocimiento, y no hay saber que no se supone relaciones de poder.

De este modo, Foucault (1979; 2002) propone tomar el poder en sus extremos, en sus últimos lineamientos, donde se convierte capilar. El poder es circular y heterogéneo, en cadena y debe

aplicarse a la red desde una pluralidad de centros, cambiando los sujetos. El análisis del poder está orientado al ámbito de la dominación, de las formas de sujeción y de los dispositivos de saber. “El poder viaja a través del sujeto que constituye” (Foucault, 2002; 35).

El poder se ejerce en las relaciones entre los individuos y los mecanismos de poder, los modos de acción de unos sobre otros, como se ha descrito por Foucault (2012). El ejercicio del poder es conducir las conductas y ordenar probabilidades. Para analizar las relaciones de poder es necesario observar las reglas de las instituciones y su dispositivo. El poder se da en la clasificación y establece regímenes de verdad. Las relaciones de poder impregnan todas las sociedades y están en circulación. Es a partir de la lucha de lo cotidiano, de las relaciones de poder, de las estrategias de acción y las prácticas discursivas que podemos entender la constitución del sujeto. Por lo tanto, las relaciones de poder son percibidos en la vida cotidiana y son más eficaces cuando institucionalizas.

› ***Delineamiento del problema***

En las últimas décadas, de acuerdo con Featherstone (2003), ha resucitado el interés en la modificación del cuerpo. La práctica del tatuaje, como describen Araujo (2005), Pérez (2006), Vilar (2012), Sweetman (2003), Berger (2009), Pires (2005; 2009), Braz (2004) Featherstone (2003), Fisher (2002), Ferreira (2006, 2008), Costa (2004) y Le Breton (2004, 2009), antes marcaba la marginación y el estigma social, se introduce en el mundo del arte, de la moda y del consumo. En la década de 1960, el *body art* y la *body modification* permitieron el desplazamiento del cuerpo, dejándolo en evidencia como una acción artística del objeto. En consecuencia, durante la década de 1970, los grupos urbanos como punkies y hippies, adoptaron el tatuaje. “Las prácticas artísticas y los discursos sobre el arte dio vuelta al cuerpo” (Santaella, 2008; 74).

El efecto de estigmatización asociada a la práctica comenzó a cambiar a partir de la década de 1980, con el establecimiento de estudios, la profesionalización de sus practicantes, la mejora de la técnica y las nuevas formas de concebir el cuerpo como una obra maestra de la construcción del sujeto. El 1980 es un punto de referencia para el tatuaje artístico, un período marcado por noticias. Es en ese período que el artista del tatuaje suizo Feliz Leu rechazó cualquier distinción entre el arte académico y popular. Antes de eso, en 1891, el estadounidense Samuel O'Reilly inventó la primera máquina de tatuaje eléctrica, "tattaugraph", lo que aumentó las posibilidades del tatuaje y favoreció su propagación. Con retraso, la primera máquina de tatuaje llegó a Brasil con el danés Knud Harald Lykke Gregersen, conocido como Lucky en julio de 1959. Y en 1979, una nueva máquina, más precisa, fue grabada por el americano Carol Nightingale, popularizando la materia.

Durante la década de 1990, el discurso de la legitimidad se ve intensificado por la nueva

imagen de profesionalismo, calidad artística y procedimientos de higiene relativos a la práctica. El proceso de profesionalización, la limpieza y la medicalización se describen como una forma de legitimar las prácticas de modificación del cuerpo, así como la preocupación por la seguridad de la salud. Se desarrollan las normas y convenciones. Al mismo tiempo, el tatuaje se convierte en una de las opciones estéticas buscadas. Hay una inversión del tipo de médico (se multiplica), del perfil del tatuador (más profesional) y del carácter del tatuaje (artístico).

La búsqueda de una mayor visibilidad y la consolidación del espacio institucionalizado marcan los años siguientes. “De práctica marginal y estigmatizante, el tatuaje pasa poco a poco a ser valorado y reivindicado como arte” (Le Breton, 2004; 20), un proceso posible gracias a la aparición de nuevas tecnologías, el interés por la innovación y las prácticas de circulación entre los artistas.

Varios acontecimientos en los últimos años están contribuyendo a la nueva visión de la práctica: la piel tatuada de los presos fallecidos fueron preservados en frascos en Polonia; Wim Delvoye, conocido por su arte provocador, vendió la piel de los cerdos tatuadas en 1992 y en 1997 tatuó cerdos vivos; la artista brasileña Evelyn Tannus ha creado esculturas de porcelana inspiradas por los tatuajes y exhibidas en museos y galerías; el mexicano Renato Cervera hizo esculturas realistas de pieles de los miembros de Mara Salvatrucha como si fueran alfombras, como los animales de taxidermia; en 2015, el zuriquense Tim Steiner fue el primer ser humano a vender su piel tatuada con una imagen de la Virgen bajo el cráneo, de Wim Delvoye; la revista brasileña *Tattoo Art* lanzó el libro *The Skin Book*, en el que las hojas se asemejan a la textura de la piel humana; en la semana de moda de verano Milán 2015, la marca Dsquared2 puso sus modelos dentales hilos y cubrió sus cuerpos de segunda piel tatuadas. Estos eventos son interesantes para pensar en el comercio internacional.

Con el fin de salirse de las representaciones negativas asociadas con la figura del tatuador, los artistas del tatuaje tienden a invocar la condición del artista y presentar su trabajo como una obra de arte. “Habilidades personales, habilidades técnicas, imaginación, innovación, entre otros, se requieren de un buen tatuador que desea alcanzar el estado de artista en la zona” (Ferreira, 2008; 28). Saber diseñar adquirió cada vez más importancia de la construcción de la figura tatuador y lo legítima como artista, mostrando las habilidades requeridas profesionalmente. Costa (2004) y Ferreira (2006, 2008) consideran que la capacidad es una forma de clasificación y de distinguir el tatuador como artista, por el requisito del campo de las técnicas de diseño. Por lo tanto, el conocimiento y las jerarquías marcan la normalización del tatuaje.

La profesión de tatuador, según lo informado por Le Breton (2004) y Ferreira (2006, 2008), no requiere ningún tipo de formación o en la escuela. Por lo general, comienza el artista del tatuaje como aprendiz. Costa (2004) describe que, durante el proceso de aprendizaje, el artista mejora

ciertas técnicas tales como el ajuste de la máquina, la preparación de las agujas, como hacer el decalque y cómo mantener la máquina. Más recientemente, más allá de la etapa de aprendizaje, Ferreira (2008) y Oliveira (2012) observan que los tatuadores portugueses entran en la profesión por tres caminos: el pasado de la exclusión social, la creación de una empresa financiada por los padres o la formación en carreras artísticas o de diseño. ¿Cuál es, entonces, la trayectoria de los artistas del tatuaje participan en el mundo artístico en Sao Paulo?

Cada vez más, los artistas del tatuaje buscan hacer nombre por su obra de arte, “ser reconocido y buscado por un estilo de diseño” (Diario de campo, artista del tatuaje, 2015). La construcción del artista se relaciona con la construcción del nombre. De igual que en el arte contemporáneo, en que “la aspiración de los artistas es ganar la posición y el reconocimiento” (Thompson, 2012; 90), “el objetivo de todos los artistas del tatuaje es construir y mantener sus nombres. Tener un nombre significa que su trabajo está siendo reconocido y se indica” (COSTA, 2004; 79). Con este fin, una de las estrategias utilizadas es la creación de un estilo de tatuaje que singulariza y da visibilidad al tatuador, donde la exclusividad y la innovación son valorados como la moda de autor. ¿Cuales son las otras estrategias? ¿Cómo se construye una jerarquía en torno a los nombres?

Estar en una gran convención es la oportunidad de difundir un artista. Thompson (2012) punta la capacidad de divulgación de ferias. La primera convención de tatuaje se llevó a cabo en 1976 en Houston (Texas, EE.UU.). En los últimos años, esas ferias están en todo mundo. Y en Sao Paulo, cada año, se organiza la Tattoo Week. Además, otros espacios compartidos, tales como sitios web y revistas, permiten afirmar internamente e interactuar, donde los artistas del tatuaje tienen la oportunidad de ser socialmente reconocidos y legitimados artísticamente. En estos espacios, el conocimiento articula a través de discursos. ¿Cuáles son los conocimientos producidos y reproducidos?

Dicho esto, la estética del tatuaje, la forma en que el tatuaje pierde su carácter instrumental y se asocia con ideales de belleza, se produce en dos procesos: la estética de la vida cotidiana, como borrar las fronteras entre el arte y la vida cotidiana (Featherstone 1995), en el que las preocupaciones estéticas extenderse a diversas dimensiones de la vida diaria (Ferreira, 2006; 2008), ya que el propio cuerpo; y artificación, un proceso que describe cómo las prácticas no artísticas cambian y se convierten en arte, transformando el no-arte en arte (Shapiro, 2007). “En este contexto de reciprocidad entre la dinámica de porosidad artísticas y estetización de la vida diaria, el sistema de artes comienza a reconocer la legitimidad de algunas artes fronterizas. Esto ha estado sucediendo con el reconocimiento de los tatuajes como un posible medio de expresión artística” (Ferreira, 2008; 97). La dimensión estética puede entenderse como parte del proceso de reconocimiento de tatuaje

como un objeto de arte. Sin embargo, las diferencias se repiten en la fabricación de esta estética.

En primer lugar, no todo tatuaje es reconocido como artístico dentro del circuito de producción, mismo que los tatuadores tienden a ser reconocidos como artistas. Con el crecimiento de los estudios, la práctica comienza a crear diferencias internas, formando las categorías que excluyen y jerarquizan. Hay juicios artísticos y estéticos que intervienen en la manera que la marca es considerada arte. Por otra parte, el arte está marcada por juegos de inclusión y exclusión. El sistema del arte se caracteriza por su naturaleza jerárquica. El arte crea diferencias. Para ser reconocido como un artista, el artista hace uso de ciertas estrategias. Así que me pregunto: ¿cómo se activan las estrategias en la búsqueda de reconocimiento? ¿Cómo se construyen las jerarquías? ¿Quién está incluido en el discurso artístico?

Otra diferencia creada es entre ser un artesano o un artista, que guía los discursos de los tatuadores de diferentes generaciones. Ser artesano es ser virtuoso en conseguir un tatuaje y asume el dominio de las habilidades técnicas, de carácter artesanal, como ha señalado Oliveira (2012). Por el contrario, ser un artista es ser creativo, tener un "regalo" y un camino para el diseño. Ferreira (2008) cree que esta diferencia refleja la realocamiento de la práctica cultural del "artesano" o "arte menor" para una nueva forma de "gran arte" que busca legitimidad. Interesa percibir como por lo esa clasificación se hace por tatuadores de São Paulo.

La calidad del trabajo depende de la tecnología, de las técnicas y de los materiales utilizados. Sin embargo, el acceso es limitado, y no todos tienen los recursos financieros para adquirirlos. Mi hipótesis es que el tatuador para ser considerado artista, debe tener acceso a las últimas técnicas y tecnologías, y cae bajo las normatividades impuestas. Cuando se trabaja con el arte contemporáneo, Almeida (2009) describe las principales dimensiones de la construcción del valor artístico en el mercado del arte contemporáneo son: la calidad del trabajo, la reputación del artista y la aceptabilidad y la apertura de la obra. La calidad del trabajo se mide por las siguientes características: campo de las técnicas artísticas, trabajo, actualización y profundización de los conocimientos, la singularidad y la innovación dentro de las tendencias actuales, y la intención del artista. Ya la notoriedad de la artista depende de la trayectoria artística, la reputación de las galerías y museos de la capital, la visibilidad, la dedicación de tiempo, consistencia y homogeneidad de la ruta de la imagen de marca, la innovación y la singularidad dentro de los cánones existentes. Mientras que la aceptabilidad y la apertura de la obra abarca las dimensiones: la decodificación e interpretación de la obra, la comprensión de la facilidad, la visibilidad y la creación de un gusto.

Pensando en el tatuaje, Ferreira (2008) muestra que las habilidades estéticas, de orden técnico y expresivo y sanitarias, de comunicación y de negocios son las bases de reconocimiento de un artista. Por otra parte, el sociólogo atenta al hecho de que la representación más común del arte

requiere creatividad, la innovación y la originalidad del artista. Durante la investigación del Maestro, me di cuenta de que la reproducción y la falta de creatividad están infravalorados, mientras que el reconocimiento como artista depende de su habilidad para hacer obras únicas, con "personalidad" y, a lo sumo, con referencias a otras artes. En una conversación informal, un tatuador reconocido internacionalmente me dijo: “lo artístico expresa una técnica o concepto”. La producción del tatuaje artístico implica un trabajo único y original, y no se limita a la reproducción técnica. Es un discurso de valorización de singularidad.

Una de las estrategias para legitimar artísticamente el tatuaje legítima es “presentarlo como un medio de expresión estética potencialmente innovadora, productora de diseños originales y creativos, no sólo como un reproductor de copias iconográficas de valor estético limitado" (Ferreira, 2008; 97). Oliveira (2012) considera que los requisitos de la creatividad, la innovación y la singularidad, en que el artista es el resultado de un proceso que abarca la trayectoria individual y el ideal de singularizar. Me pregunto cuáles son las dimensiones indicadas en la construcción del valor artístico de tatuaje.

La figura del artista en el tatuaje es una construcción histórica y cultural. Hay una naturalización de la opinión de que el tatuaje es arte y, concomitantemente, no todos los tatuajes son considerados arte. Consciente de esta situación, es interesante entender cómo construye lo legítimo y lo artístico. Mi hipótesis es que el límite de reconocimiento no es arte, el tatuaje a sí mismo, sino la forma como los poderes entre los sujetos son negociados y cómo se activan sus posiciones. Tengo la intención de contextualizar y posicionar los artistas del tatuaje, aclarando su lugar de expresión. Hay una inversión necesaria para conseguir un tatuaje reconocido como arte. “El artista, cada vez más, no será único que produce obras de arte, pero sobre todo que se puede hacer para ser reconocido como un artista” (Heinich, 2005; 139).

Por lo tanto, entiendo cómo se negocian las posiciones de artistas entre los tatuadores. Así, eso no es una investigación sobre el arte o juicios con respecto al tatuaje en sí que definen lo que se considera artística. No hay ningún interés en la discusión de lo que es arte dentro del mundo de la modificación del cuerpo. Esa investigación tiene como objetivo comprender las relaciones de poder en negociación del tatuaje como un elemento artístico. ¿Cuáles son los discursos desencadenados en el proceso de legitimación artística de los tatuajes? Dentro del campo, ¿que legitima ciertos tatuadores y ciertos tatuajes como arte? ¿Como el artista reconoce sus pares? ¿Como ocurre el reconocimiento artístico de la obra? ¿Qué los tatuadores valorizan y privilegian en sus representaciones y las evaluaciones?

› *Objetivos*

El objetivo principal es entender la forma en que se desencadenan por tatuadores las estrategias y los discursos en el proceso de la legitimación del tatuaje como arte. Los objetivos específicos son: (1) entender las negociaciones en la búsqueda de reconocimiento artístico; (2) analizar los discursos y las relaciones de poder involucradas; (3) entender el contexto de enunciación de los tatuadores considerados artísticos y la posición de ellos.

Referencias

- ARAÚJO, Leusa. Tatuagem, piercing e outras mensagens do corpo. São Paulo: Cosaic Naify, 2005.
- ALMEIDA, Filipa. Mercado de arte contemporânea: construção do valor artístico e do estatuto de mercado do artista. *Revue, Fórum Sociológico*. 19, 2009.
- BASTIDE, Roger. Problemas da sociologia da arte. *Tempo Social, revista de sociologia da USP*, v 18, n 2, 2006.
- BASTIDE, Roger. *Arte e Sociedade*. São Paulo, Companhia Editora Nacional, 1972.
- BECKER, Howard S. Mundos artísticos e tipos sociais. In: VELHO, Gilberto. *Arte e Sociedade: ensaios de sociologia da arte*. Rio de Janeiro, Zahar Editores, 1977.
- BECKER, Howard S. *Mundos da arte*. Lisboa: Livros Horizonte, 2010.
- BERGER, Mirela. Tatuagem: a memória na pele. In: *Revista SINAIS*. Vitória: CCHN, UFES, Edição n.05, v.1, 2009. pp. 65-83.
- BOURDIEU, Pierre. *A distinção*. São Paulo: Edusp, Porto Alegre: Zouk, 2007.
- BOURDIEU, Pierre; DARBEL, Alain. *O amor pela arte: os museus de arte na europa e seu público*. São Paulo, EDUSP; Porto Alegre, Zouk, 2007.
- BRAZ, Camilo Albuquerque. *Além da pele: um olhar antropológico sobre a body modification em São Paulo*. Campinas: Dissertação de Mestrado, Programa de Pós-Graduação em Antropologia Social, Unicamp, 2006, 181 p.
- COSTA, Zelia. *Do porão ao estúdio: trajetórias e práticas de tatuadores e transformações no universo da tatuagem*. Dissertação de Mestrado em Antropologia Social. Florianópolis, 2004. Pós-Graduação em Antropologia Social, UFSC.
- FEATHERSTONE, Mike. *Body modification: an introduction*. In: FEATHERSTONE, Mike. *Body Modification*. UK: Sage Publications, 2003.
- FEATHERSTONE, Mike. *Cultura de consumo e pós-modernismo*. São Paulo: Studio Nobel, 1995.
- FERREIRA, Vitor Sérgio. *Marcas que demarcam: corpo, tatuagem e body modification em contextos juvenis*. Tese de doutorado. Instituto Superior de Ciências do Trabalho e da Empresa. Julho, 2006. Lisboa.
- FERREIRA, Vitor Sergio. *Os ofícios de marcar o corpo: a realização profissional de um projeto identitário*. *Sociologia, Problemas e Práticas*, no. 58, 2008, 71-108.
- FISHER, Jill A. *Tattooing the body, marking culture*. Londres: Sage Publications, *Body & Society*, 2002.
- FOUCAULT, Michel. *A ordem do discurso*. São Paulo, Loyola, 2008.
- FOUCAULT, Michel. *Em defesa da sociedade*. São Paulo: Martins Fontes, 2002. Em especial as aulas de 4 e 14 de janeiro e 17 de março e o resumo do curso.
- FOUCAULT, Michel. *Microfísica do poder*. Rio de Janeiro: Graal, 1979.
- FOUCAULT, Michel. *O sujeito e o poder*. In: *Ditos e escritos*, v.8. Rio de Janeiro: Forense Universitária, 2012.
- FOUCAULT, Michel. *Estética: Literatura e Pintura, Música e Cinema*. *Ditos e Escritos III*. Rio de Janeiro: Forense Universitária, 2009.
- LE BRETON, David. *Sociologia do corpo*. Petrópolis: Vozes, 2000.
- LE BRETON, David. *Sinais de identidade: tatuagens, piercings e outras marcas corporais*. Lisboa: Mosóti, 2004.
- LE BRETON, David. *Adeus ao corpo: antropologia e sociedade*. Campinas: Papyrus, 2009.
- LUZ, Madel T.; SABINO, César. *Tatuagem, gênero e lógica da diferença*. Rio de Janeiro: Physis, 2006.

- HEINICH, Nathalie. Sociología del Arte. Buenos Aires: Nueva Visión, 2002.
- HEINICH, Nathalie. As reconfigurações do estatuto de artista na época moderna e contemporânea. Porto Alegre, Revista Porto Alegre, v. 13, n. 22, maio/2005.
- MALYSSE, Sthéphane. Um ensaio de Antropologia visual do corpo ou como pensar em imagens o corpo visto? In: Lyra, Bernadette e Garcia, Wilton. Corpo e Imagem. São Paulo: Arte e Ciência, 2002.
- MILLS, C. Wright. Do Artesanato Intelectual. In: MILLS, C. Wright. A Imaginação Sociológica. Rio de Janeiro: Zahar Editores, 1975.
- OLIVEIRA, Ana Monica Palinhos. A tatuagem como profissão: um ofício tornando arte? Dissertação de Mestrado em Comunicação e Cultura. Instituto Universitário de Lisboa. Lisboa, 2012
- OSÓRIO, Andréa. Burocracia e Carisma: análise da organização de dois estúdios de tatuagem em um mercado em expansão. In: Teoria e Sociedade, número 16/1, janeiro/junho de 2008, 48-79.
- PATRIOTA, Beatriz Pereira. A pele pede a palavra: reflexões sobre o caráter artístico e a agência da tatuagem. São Carlos: Monografia, trabalho final de graduação, Departamento de Ciências Sociais, UFSCar, 2013.
- PÉREZ, Andrea Lissett. A identidade à flor da pele: etnografia da prática da tatuagem na contemporaneidade. Rio de Janeiro: Mana, abr 2006.
- PIRES, Beatriz Ferreira. O corpo como suporte da arte: piercing, implante, escarificação, tatuagem. São Paulo: Editora Senac, 2005.
- PIRES, Beatriz Ferreira. Corpo inciso, vazado, trasmutado: inscrições e temporalidades. São Paulo: AnnaBlume, 2009.
- RIO, João do. Os tatuadores. In: RIO, João do. A alma encantadora das ruas. Rio de Janeiro, 1910. Disponível em: Domínio Público.
- SANTAELLA, Lucia. Corpo e comunicação: sintoma da Cultura. São Paulo: Papirus, 2008.
- SILVA, Alden José Lazaro. Tatuagem: desvendando segredos - Cartilha de Orientação Policial. Secretaria de Segurança Pública do Estado da Bahia. Salvador: Magic Gráfica, 2012.
- SHAPIRO, Roberta. Que é artificação? Brasília, Revista Sociedade e Estado, v. 22, n.1, 2007.
- SWEETMAN, Paul. Anchoring the (postmodern) self? Body modification, fashion and identity. In: Featherstone, Mike. Body Modification. UK: Sage Publications, 2003.
- THOMPSON, Don. O Tubarão de 12 milhões de dólares: a curiosa economia da arte contemporânea. Sabor; BEI Comunicação, 2012.
- VILAR, Julyana. "Esse corpo me pertence": construção corporal através das técnicas da body modification. Vivência, no.40, 2012.

Outras referências:

Exposição Tatoueurs, Tatoués. Paris/França: Musée du Quai Branly, De 6 de maio de 2014 a 18 de outubro de 2015. Visitada em 10 de fevereiro de 2015.

Revista Libro de Arte Tattoo e Piercing. Ano IV, número 20, Fevereiro 2012.

<http://www.ideafixa.com/we-l-tattoo-thomas-edison-e-a-maquina-de-tatuagem/>

<http://www.portaltattoo.com/noticias/VerNoticia.aspx?c=224>

<http://blog.tattoodo.com/2015/07/fascinatingly-disturbing-tattooed-skins-preserved-jars-warning-graphic/>

<http://www.swissinfo.ch/por/su%C3%ADo-vende-sua-pele-tatuada-por-150-mil-euros/6891680>

<http://followthecolours.com.br/tattoo-friday/artista-plastica-brasileira-evelyn-tannus-cria-incriveis-esculturas-de-porcelana-inspiradas-em-tatuagens/>

<http://oglobo.globo.com/ela/moda/o-quarto-dia-da-semana-de-moda-masculina-de-milao-verao-2016-16937815>

<http://theculturetrip.com/europe/belgium/articles/wim-delvoye-tattooing-pigs-or-the-art-of-provocation/>

<http://followthecolours.com.br/tattoo-friday/the-skin-book-livro-simula-pele-humana-e-ajuda-tatuadores-a-se-aperfeicoarem/>

<http://blog.tattoodo.com/2015/08/disturbing-skin-rugs-modelled-tattooed-la-gang-members/>

<http://blog.tattoodo.com/2015/07/artist-wim-delvoye-tattoos-live-pigs/>

<http://www.ideafixa.com/we-love-tattoo-bestas-contemporaneas/>