



Tatuagem, Comunicação e Criação: Fatores que levam a expressão da individualidade na pele¹

Stephany dos Santos Ramos²
Geovana Mara da Silva Rosa³
Roberta Christina da Silva Souza⁴
Carolina Freire Neves⁵
Miguel A. de Oliveira Júnior⁶
Faculdades Integradas Teresa D'Ávila, Lorena, SP

Resumo

É notório o fato de que a comunicação é essencial na vida do ser humano, e de suas diversas formas de manifestação, a tatuagem é uma característica forte e marcante entre os adolescentes, e uma obra a ser analisada em seu contexto social, cultural e científico. Baseando-se nessa assertiva, esse artigo buscou identificar pontos em comum dentro da arte de marcar o corpo com signos e a identificação por meio dessa ação. Dessa forma, encontramos uma maneira de se comunicar por meio dessas marcas permanentes, que se fundem em arte e expressão de ideais. Além da comunicação através das tatuagens, a pesquisa encontrou relação com o estímulo criativo que cursos da área de humanas proporcionam ao estudante, além de maior liberdade de expressão. Em suma, o artigo expõe um novo horizonte de interpretação para a arte de se tatuar.

Palavras-chave: Comunicação; tatuagem; expressão; criação; arte.

1 INTRODUÇÃO

É notório o fato de que o ser humano busca, desde os primórdios de sua existência, razões para fazer parte da sociedade, e elementos, valores e virtudes que o representem e identifique. A busca pelo autoconhecimento e afirmação é constante por toda a sua vida, mas, o ápice de seus questionamentos e identificações ocorre na adolescência e juventude, momento em que o homem é exposto a liberdade, conhecendo realidades distintas à sua, e também experimentando novas sensações que passam a fazer parte de sua composição.

¹ Trabalho apresentado no IJ – Jornalismo do XX Congresso de Ciências da Comunicação na Região Sudeste, realizado de 19 a 21 de junho de 2015.

² Estudante de Graduação 5º. semestre do Curso de Jornalismo da FATEA, email: steh.sramos@gmail.com.

³ Estudante de Graduação 5º. semestre do Curso de Jornalismo da FATEA, email: geovanamaraa@hotmail.com.

⁴ Estudante de Graduação 5º. semestre do Curso de Jornalismo da FATEA, email: robertachrissouza@gmail.com

⁵ Estudante de Graduação 5º. semestre do Curso de Jornalismo da FATEA, email: k.rolfreire@ibest.com.br

⁶ Orientador do trabalho. Professor Mestre do Curso de Jornalismo da FATEA, email: prof.migueljr@terra.com.br.



Existem diferentes formas de se enfrentar e externar esses processos de autoconhecimento, uma dessas formas é expressar-se artisticamente, e marcar o corpo com ícones que simbolizem algo interior que tenha uma força sobre o pensar e a personalidade do ser humano em questão. Influências internas, às vezes, podem ultrapassar o limite entre consciência e corpo material, e, nesses casos, elas se manifestam ao meio externo, fazendo do corpo uma tela para suas expressões.

Para externar algo que componha a personalidade é preciso passar por um processo de criação, identificar algo que represente, simbolicamente, um sentimento, ideia ou sensação. Essas vertentes que são representadas possuem a característica da fugacidade, são breves ao mundo material, por isso, a eternização simbólica na pele seja tão forte em determinadas tribos. Segundo Almeida (2012, p. 156), a criatividade está relacionada à habilidade de se externar as formas de reflexões internas.

Em suma, a expressão artística corporal, ligada fortemente ao homem, é a tatuagem. Uma prática ancestral que ganha cada vez mais força e aceitação social. É presente entre todas as idades, principalmente no período de juventude, tratando-se de um objeto e estudo social.

2 FUNDAMENTAÇÃO TEÓRICA

2.1 Breves mudanças no cenário da tatuagem

No princípio, tatuar-se era uma prática caseira e improvisada, com o passar dos tempos surgiram as máquinas elétricas que facilitaram a propagação de tal arte. Desenhos que antes eram realizados dentro de ambiente pequenos, e pouco adequados, começaram a ganhar estúdios próprios para esse tipo de trabalho, com aparelhos técnicos, materiais descartáveis e catálogos. Outro que também passou por mudanças foi o conceito de tatuador, que hoje pode ser considerado um artista.

Na perspectiva de Pérez (2006):

Assim como vêm ocorrendo mudanças nos ambientes onde se efetua a tatuagem e no próprio conceito da prática, um novo status é alcançado pelo tatuador. Ele não é mais um simples "marcador da pele", mas um profissional e um artista com reconhecimento social, enquadrado em uma categoria que poderia ser a de expert, verdadeiro especialista na matéria.

2.2 Adornar o corpo com marcas permanentes

A ornamentação do corpo, por meio de tatuagens e piercings, pode ser vista desde os primórdios da história da humanidade. Várias culturas incorporaram a arte de decorar o



corpo aos seus costumes para afirmar a existência do homem e a diferenciação na busca de identidade. Mas, diferente de *piercings*, as tatuagem possuem um caráter permanente de marcação corporal.

Os jovens são os maiores adeptos ao uso de tatuagens buscando a singularização e a coletivização que tais marcas propiciam. De acordo com Costa (2003, p. 19) “a singularidade vai dizer respeito a um traço que pode capturar o olhar do outro. E o coletivo é o lugar que esse olhar pode conferir como identidade”. Os traços buscam o olhar do outro para que os segredos implícitos da marca sejam decifrados. (COSTA, 2003)

As tatuagens estão ligadas também à subjetividade do ser humano, que passa a se conhecer melhor a partir dos símbolos em sua pele. Essa transgressão consentida no corpo em sua maioria acontece na juventude, um período de reconfiguração, exploração e experimentação identitária. A mídia também influencia como contexto social no ato de tatuar-se.

2.3 Influências externas relacionadas à arte de tatuar-se

As personagens midiáticas sejam cantores, atores ou celebridades, em sua maioria possuem também marcas permanentes em seu corpo. A juventude busca alcançar ou se aproximar desses personagens num ato de imitação em referência a seu ídolo. Essa imitação “também fomenta a sua admiração pelo ‘modo de vida’ presumido para algumas dessas figuras mais ‘espetaculares’” (FERREIRA, 2006, p. 255).

Segundo Ferreira (2006), a tatuagem é:

Um regime corporal que participa ativamente na encenação identitária do jovem, patrocinando e corroborando expressivamente o modo como se define a si próprio, bem como a identidade que deseja assumir perante o olhar exterior. O corpo marcado toma assim o estatuto de objeto semiótico, enunciando lastros de sentido que funcionam, simultaneamente, como meio de comunicação intra e interpessoal, como suporte expressivo de reconhecimento individual e social.

Ferreira (2006) ressalta que as propriedades simbólicas da tatuagem buscam também uma cisão social dos padrões impostos pelo mercado de consumo. Apesar de ser um tema já difundido na sociedade ocidental, o procedimento é visto como uma transgressão e mutilação do corpo e foge da uniformidade natural de uma sociedade convencional. A emancipação causada por esse ato também está ligada a mudanças culturais, visto que revoluciona no âmbito individual.



Não existe uma ligação que conecte todos os adeptos a tatuagem e os unifique como um grupo distinto na sociedade. Os motivos que levam a uma tatuagem tem diversas origens, sem nenhum sistema pré-estabelecido. O objetivo principal desse ato é a personalização do corpo e a valorização da individualidade.

De maneira geral, Ferreira (2006) enxerga que:

As marcas estilhaçam, efetivamente, os códigos que fundamentam a ‘natural’ discrição do corpo. Através da marcação extensiva, o corpo sai da relativa indiferença a que está acantonado e manifesta-se, dá-se ao espetáculo através de um tipo de ornamentação pouco habitual, inusitada, historicamente exotizada e suspeita. [...] Em virtude da permanência e invasividade que caracterizam a sua divergência estética, as marcas continuam a apelar ao olhar e a deter essa capacidade simbólica de desconcertar.

2.4 A primeira experiência

A experiência com a primeira tatuagem costuma ocorrer precocemente, isto porque a incorporação de uma marca corporal, na maioria das vezes, vem como símbolo de ruptura de regras, sendo sinônimo de liberdade, ainda considerando a busca identitária. Assim, vale ressaltar que os fatores que caracterizam os contextos para tal experiência podem influenciar diretamente esse propósito, mesmo que esta seja uma decisão inteiramente pessoal e singular. De acordo com Ferreira (2006), os contextos midiáticos, como a música, revistas, programas televisivos, documentários, videoclipes e a internet, podem ser considerados meios poderosos de produção de referências dos modelos de corporeidade e dos estilos de marcas corporais.

Ainda que não obrigada a uma lógica grupal – sendo, pelo contrário, uma experiência vivida e narrada de forma profundamente pessoalizada, quase íntima e existencial – a primeira experiência tende a decorrer no âmbito de uma situação socialmente partilhada, beneficiando de uma sociabilidade estreita estabelecida, sobretudo entre redes de relações amigais ou amorosas.

Na procura pela diferenciação identitária, as tatuagens podem ser um meio para a conquista da individualidade. Ter algo gravado no corpo pode ser sinônimo de modernidade, mesmo que essa arte já exista há séculos. Os desenhos podem ser os mais variados possíveis, agradando diversos gostos. Já os significados são muito relativos, uma vez que podem ser fieis ao desenho ou ao que eles representam.

A tatuagem traz uma ligação simbólica íntima de quem opta por ser tatuado. O processo da tatuagem vai além da dor física de quem está sendo tatuado, pois pode ter relação com quem inserida e familiarizada a pessoa está com esse meio, e também a fase de sua vida pela qual está passando. De acordo com Pérez (2006):



Seu ser interior também está sendo afetado. Desde o momento em que a pessoa ingressa no estúdio, uma corrente de sensações começa a fluir dentro dela, com uma intensidade cada vez maior à medida que a agulha perfura seu corpo e a dor começa a se manifestar. É uma forte descarga emotiva que acompanha o ato de ser tatuado e que é vivida e expressa de distintas formas.

2.5 Tatuagem e comunicação

A comunicação está presente na vida social humana, ela realiza-se por diversos meios e é parte essencial homem desde o princípio de sua existência. Com a evolução da humanidade, os métodos para se realizar a comunicação tornaram-se modernos e precisaram de adaptar às novas exigências sociais.

O mundo está interligado pelo fato de suas parcelas se comunicarem. Dentro da comunicação existem ruídos, informações que se perdem durante seu processo, ou que são passadas de forma não muito clara para o receptor. Essa situação pode ser ocasionada por uma falha no meio pelo qual a mensagem foi transmitida, pela interpretação parcial dos dados passados ao receptor ou, por uma falha no processo de codificação da mensagem.

Com o propósito de reduzir os ruídos na comunicação, novas formas de fazê-la foram inventadas, a arte visual, é uma maneira de se comunicar por meio de símbolos e signos. A tatuagem é uma representação visual de algo interno do homem, uma maneira de seu consciente manifestar-se, simbolicamente, no meio externo. A interpretação de uma segunda pessoa sobre o que é representado na pele é um processo de comunicação, e utilizar essa representação, para realizar a comunicação, seja de uma ideologia ou sentimento, é resultado de processos de criação realizados ao longo do tempo.

Para Martins (2012), o corpo pode ser identificado como meio, e a tatuagem como mensagem. Dessa forma, entende-se a tatuagem como uma plataforma de comunicação, que usa a própria pele para transmitir a mensagem.

3 METODOLOGIA

3.1 Cálculo amostral

Para o estudo amplo e aprofundado sobre o tema, delimitado e fundamentado no artigo, foi elaborada uma pesquisa de caráter qualitativo e quantitativo, que foi realizada em duas etapas. A população, que compõe o estudo da pesquisa, totaliza 666 pessoas, dividida em cinco cursos das Faculdades Integradas Teresa D'Ávila (Fatea): Jornalismo, Publicidade e Propaganda, Rádio, TV e Internet, Arquitetura e Design.



Para a aplicação da pesquisa foi calculada a amostra, para delimitar o campo de atuação. Foi considerada no cálculo amostral a probabilidade de erro da amostra, que corresponde a um valor representativo mínimo, já que o valor total estimado para a pesquisa equivale ao número total de alunos matriculados nos referidos cursos alvos da análise. Em síntese, o erro amostral considerado para o cálculo da amostra é de 5%.

O nível de confiança da amostra é proporcional às chances de erro entre os 5% admitidos. Como explicado anteriormente, a população total correspondente à pesquisa possui precisão devido a sua fonte de origem. Logo, o nível de confiança da amostra é de 95%.

Como o número total da população referente ao estudo é absoluto, levando-se em conta que os alunos matriculados nos cursos especificados condizem com o número de alunos existentes no curso, o percentual máximo e o percentual mínimo não foi considerado durante o cálculo. O valor total da população é preciso, pois provem do banco de matrículas da Fatea, instituição escolhida como ambiente para a coleta dos dados.

Após estabelecer relevância a todos os dados apresentados, o resultado obtido pelo cálculo da amostra é de 244 pessoas. A pesquisa foi aplicada em 407 pessoas, valor equivalente a 61% da população total referida, e a 66,80% a mais que a amostra obtida pelo cálculo. Sendo assim, nossa pesquisa possui um grau de precisão muito maior do que o consuetudinário.

3.2 Pesquisa qualitativa quantitativa

O questionário aplicado na amostra exposta, anteriormente, nos dias 26 e 27 do mês de maio, caracteriza-se como qualitativo e quantitativo. Foi elaborada uma pesquisa a partir de 10 perguntas direcionadas ao público que possua, no mínimo uma tatuagem. Outro questionário também foi aplicado, direcionado aos estudantes que não possuem tatuagem. Esse material é composto por três perguntas, levando em consideração a possível existência do desejo de se tatuar futuramente.

As perguntas aplicadas aos estudantes que possuem tatuagem são específicas a essa área, e objetivam identificar relações entre os símbolos representados no corpo, com o curso de Comunicação ou Criação. Além do principal propósito da pesquisa, o questionário aborda possíveis influências externas, promovidas pela cultura pop, fomentada pela mídia. Considerando-se, juntamente, o valor exercido por cada símbolo registrado na pele.



Essa etapa da pesquisa não solicitou dados pessoais, e necessitou que todas as perguntas fossem respondidas, permitindo, apenas, uma alternativa por questão. Objetivava-se, por meio desta, adentrar, superficialmente, no conceito estabelecido pelo estudante, dos cursos discriminados anteriormente, que formam um universo individual de cada um, levando de forma particular e diferente os significados e as funções, dos signos, que foram artisticamente marcados na pele.

Sabe-se que cada ação possui uma motivação e um propósito, essa assertiva foi levada em consideração na elaboração e apuração dos dados coletados a partir da aplicação desse questionário, desenvolvido, especificamente para o público que corresponde as expectativas da pesquisa.

3.3 Análise por estratificação

Por meio da pesquisa por estratificação, o estudo de caso direcionou perguntas específicas à parcela da nossa população amostral, que possui tatuagem. Essa estratificação foi realizada para que os resultados se aprofundassem as especificidades dos significados e motivações existentes na ação estudada.

Posterior à aplicação dos questionários, enquadrados na categoria qualitativa e quantitativa, uma segunda amostra, composta de cinco alunos, foi selecionada aleatoriamente, sem que tivesse nenhuma relação ou exigência da fonte, a não ser o princípio da pesquisa: estudar as tatuagens. Logo, a segunda amostra representa cada curso envolvido no estudo por meio de suas tatuagens. Foram selecionados cinco alunos, atendendo a apenas um critério: possuir uma ou mais tatuagens. Os selecionados são únicos de cada curso, sem discriminar o ano de graduação.

Após o convite para responder essa fase da pesquisa, os alunos assinaram um termo de consentimento, que garante total acordo com as normas de participação, e assegura os direitos de anonimato caso fosse solicitado. Foi estipulado um prazo para a entrega das respostas, e a liberdade e privacidade foram preservadas no ato de resposta.

O questionário específico para o estudo é composto somente de perguntas abertas, 11 perguntas ao todo, voltadas a uma análise mais profunda sobre a relação da tatuagem com a comunicação e os processos criativos. Além de extrair dados sobre a posição do mercado de trabalho em relação a esta arte expressa no corpo. Levando-se em consideração que o universo de estudo é amplamente mais rico em dados, quando há a liberdade de



resposta, algumas das perguntas presentes no questionário qualitativo e quantitativo foram adicionadas ao questionário de questões abertas.

Este questionário foi aplicado de forma virtual, nos dias 08 e 09 do mês de junho. O arquivo contendo as perguntas foi enviado por meio de uma plataforma de relacionamento, a justificativa do trabalho foi apresentada, juntamente, com o prazo de entrega das respostas. Esse método foi escolhido pelo fato de dar mais liberdade de expressão ao entrevistado, e ser mais prático o meio de resposta e contato.

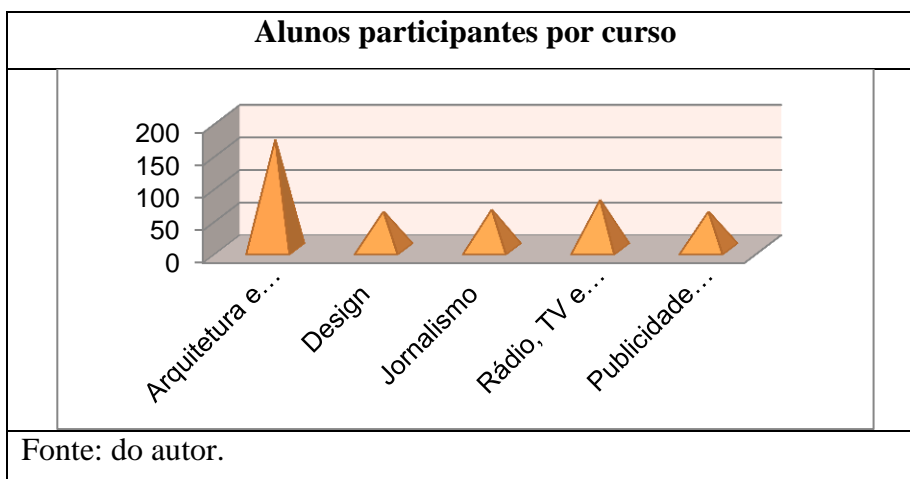
Todas as respostas foram consideradas, e não foi obrigado que todas as questões fossem respondidas. Por se tratar de uma análise mais específica e pessoal, o direito de silêncio e anonimato foi concedido a todo entrevistado que o solicitasse.

4 RESULTADO E DISCUSSÃO

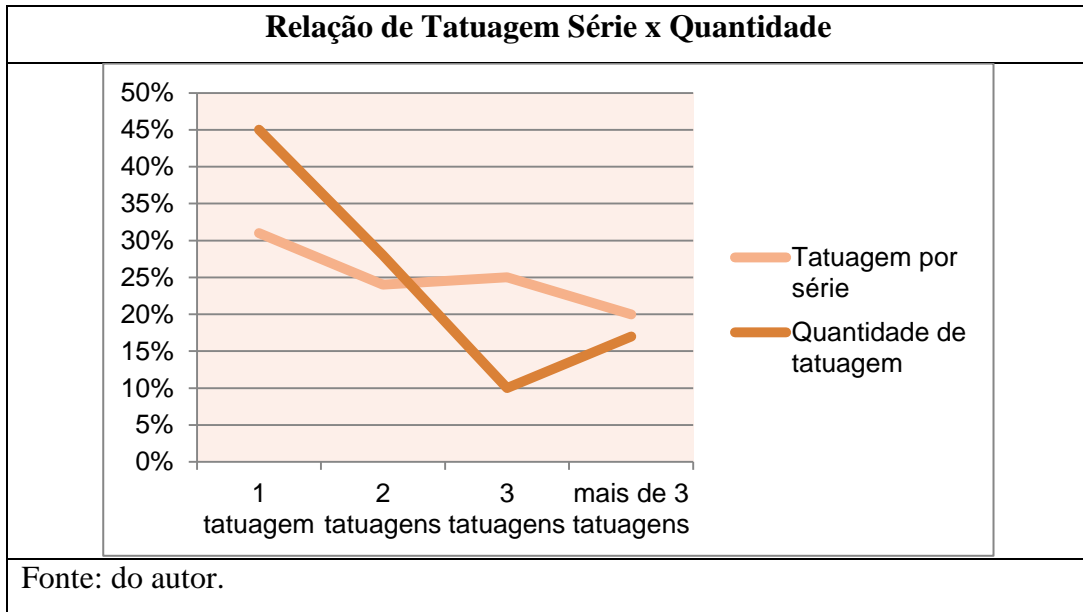
4.1 Análise do questionário qualitativo e quantitativo

Com base na pesquisa de opinião pública, quantitativa e qualitativa, aplicada a uma amostra de 66,8% dos alunos de 1º ao 4º ano dos cursos de Comunicação Social (Jornalismo, Rádio, TV e internet e Publicidade e Propaganda), Arquitetura e Urbanismo e Design da Fatea, obtive-se resultados importantes que dizem respeito a quantidade de pessoas tatuadas nas áreas de graduação que envolvem a criação e a comunicação.

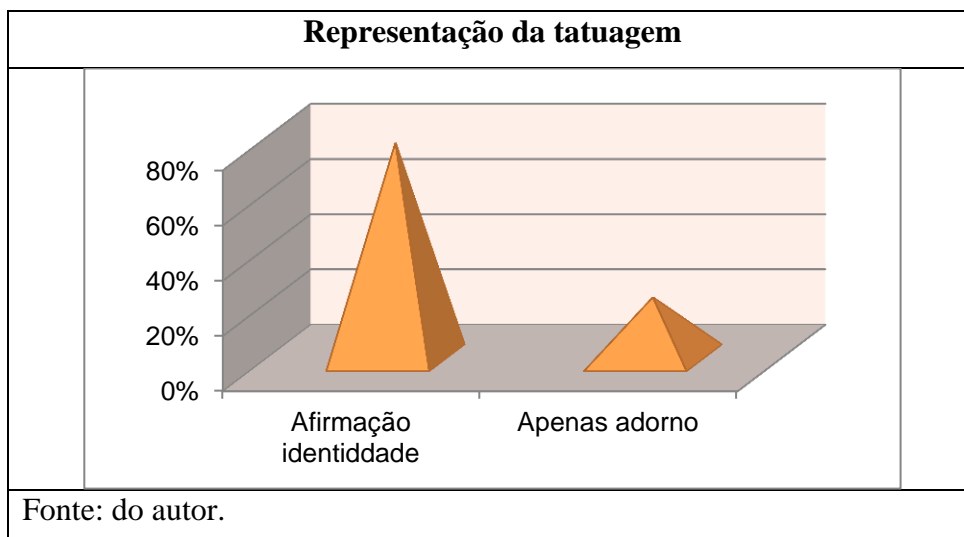
Pode-se afirmar que dos 422 alunos entrevistados cerca de 34% estão no 1º ano, 23% no 2º ano, 21% no 3º ano e 22% no 4º ano. Desse total, estão matriculados no curso de Arquitetura e Urbanismo 169 alunos, 58 em Design, 61 em Jornalismo, 76 em Rádio, TV e Internet e 58 em Publicidade e Propaganda. Para esses alunos foram aplicados dois questionários diferentes, um somente para alunos que tinham tatuagens e outro para aqueles que não as possuíam.



Dessa amostra apenas 20% dos entrevistados possui tatuagens. Em relação à quantidade de tatuagens de cada aluno, notou-se que 45% tem apenas uma tatuagem em seu corpo, 28% tem duas tatuagens, somente 10% tem três tatuagens e 17% responderam ter mais de três tatuagens.

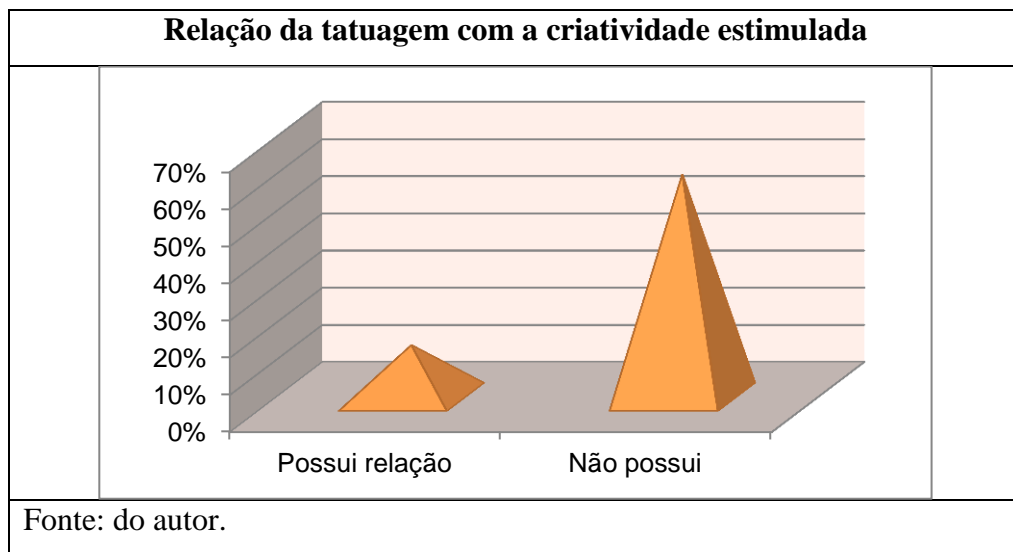


Quando perguntados sobre os significados de suas tatuagens, 80% dos entrevistados afirmaram que todas as suas tatuagens possuíam algum significado, e apenas 7% afirmou que nenhuma de suas tatuagens possuem algum significado. Já na relação da unificação da identidade do portador por meio da tatuagem, 78% acreditam que as tatuagens unificam e valorizam a identidade do portador, e 22% dos entrevistados afirmam que elas só funcionam como adorno para o corpo. Essa significação das marcas corporais acontece para que o jovem tatuado expresse-se e ressalte sua identidade de maneira mais física e singular. (FERREIRA, 2006).

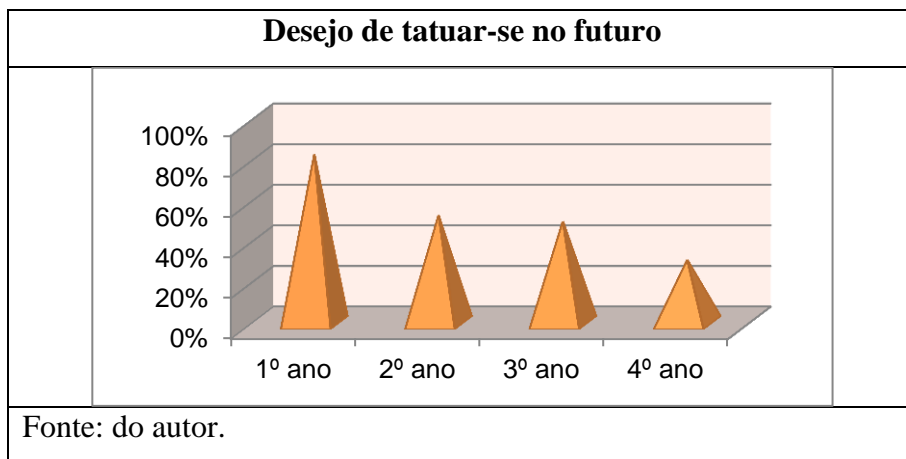


Em relação às marcas corporais serem um ato de rebeldia, os alunos responderam, em sua maioria, que acreditam que elas não possuam essa função, e apenas 9% acreditam na rebeldia expressa pela tatuagem. Quanto a influência exercida pela cultura *pop* no ato de tatuar-se, 59% afirmam que as vezes a cultura *pop* tem influência, mas nem sempre, 20% que as celebridades tem influência, e 19% que elas não tem nenhuma influência.

Quando perguntados sobre a idade em que fizeram sua primeira tatuagem, 65% afirmaram que fizeram entre 18 e 25 anos e somente 6% fizeram com menos de 16 e mais de 25 anos. Cerca 80% dos respondentes afirmaram que suas tatuagens não estão relacionadas à sua graduação, e apenas uma parcela de 2% possuem tatuagens relacionadas ao seu curso. Usando a criatividade estimulada pelo curso de sua graduação como base na influência da escolha da sua tatuagem, 60% afirmaram que seu curso não teve influência em sua escolha, e para 14% os processos de criação exigidos pelo curso influenciaram na escolha de um símbolo para a tatuagem.

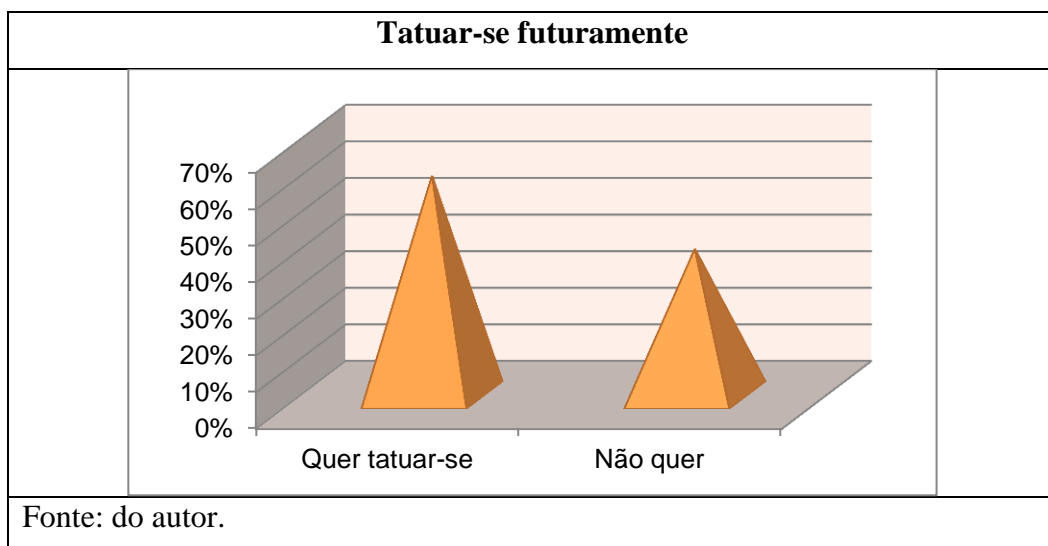


Dos alunos entrevistados, cerca de 80% afirmaram não ter tatuagens. Sendo questionados sobre o desejo de ter, ou, fazer ou não tatuagens, os alunos do primeiro ano de Arquitetura e Urbanismo afirmaram em 83% que possuem o desejo de fazer tatuagens, e apenas 17% disseram que não. Dos alunos do 2º ano, 53% tem o desejo de tatuar-se, e no 3º ano, 50% afirmaram que não tem esse mesmo desejo. A situação reverte-se no 4º ano, pois 69% dos respondentes não querem fazer tatuagens, demonstrando que as turmas que tem alunos com mais idade, e de gerações diferentes, tem pensamentos opostos sobre a tatuagem.



Em relação aos cursos de Comunicação Social, 65% dos entrevistados do 1º ano tem desejo ter uma tatuagem, no 2º ano 47% não quer ter uma tatuagem, 58% no 3ºano afirmaram positivamente sobre o desejo de uma tatuagem, e no 4º ano, cerca de 50% se opõe a ter uma tatuagem em seu corpo. Já no curso de Design 62,5% tem vontade de tatuar-se, e apenas 37,5% afirmaram negativamente nesta questão.

Em uma classificação geral cerca de 60% dos entrevistados nos cursos relacionados à criação afirmaram ter desejo de fazer uma tatuagem, e 40% afirmaram que não tem essa vontade.



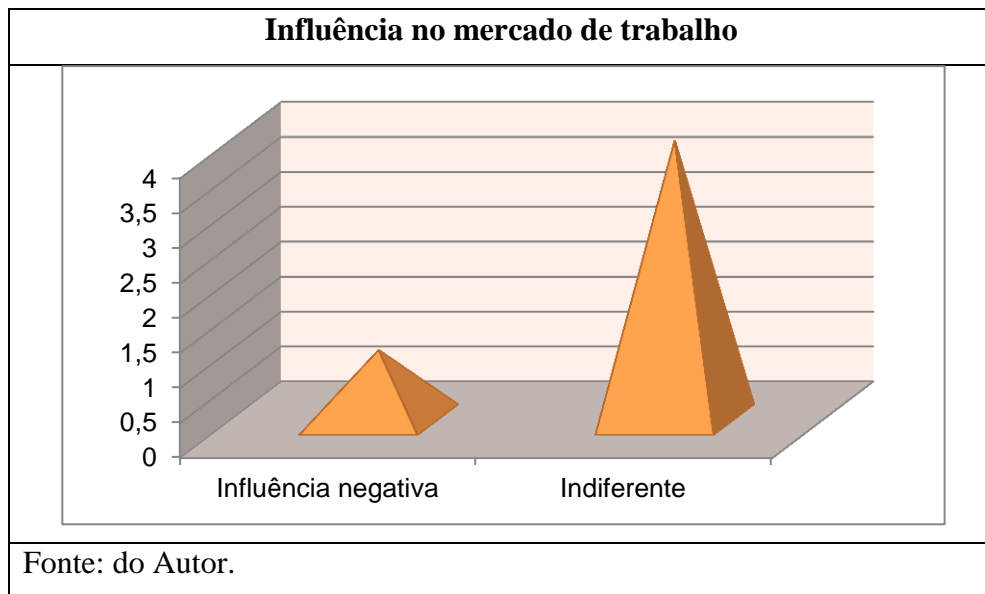
7.2 Estudo por estratificação da amostra

Para especificar e ampliar os níveis de conhecimentos e dados adquiridos, o estudo de caso, realizado por estratificação da amostra inicial, permitiu identificar conceitos específicos sobre a relação da tatuagem com os graduandos dos cursos que envolvem a criatividade. Algumas pessoas começam cedo a marcar o corpo com desenhos permanentes, é o caso do estudante de Rádio, TV e Internet, que fez sua primeira tatuagem, entre as nove

que tem espalhadas pelo corpo, com apenas 15 anos, motivado pelo *Rock and roll*. Como profissional liberal e independente, afirma nunca ter passado por situações em que suas tatuagens atuaram como um fator negativo, mas acredita que o preconceito seja algo existente em alguns setores do mercado de trabalho.

A média de idade para a primeira tatuagem, entre o grupo escolhido para essa estratificação, varia entre 15 e 20 anos, todos com mais de uma tatuagem desenhada no corpo, variando entre duas e nove gravuras.

Dentre os cinco entrevistados, quatro declararam que suas tatuagens nunca influenciaram negativamente na busca por um emprego. Por outro lado, o aluno de Jornalismo acredita que o fator religioso, fortemente presente na região, seja responsável pela segregação de um estilo mais formal como perfil de funcionários.

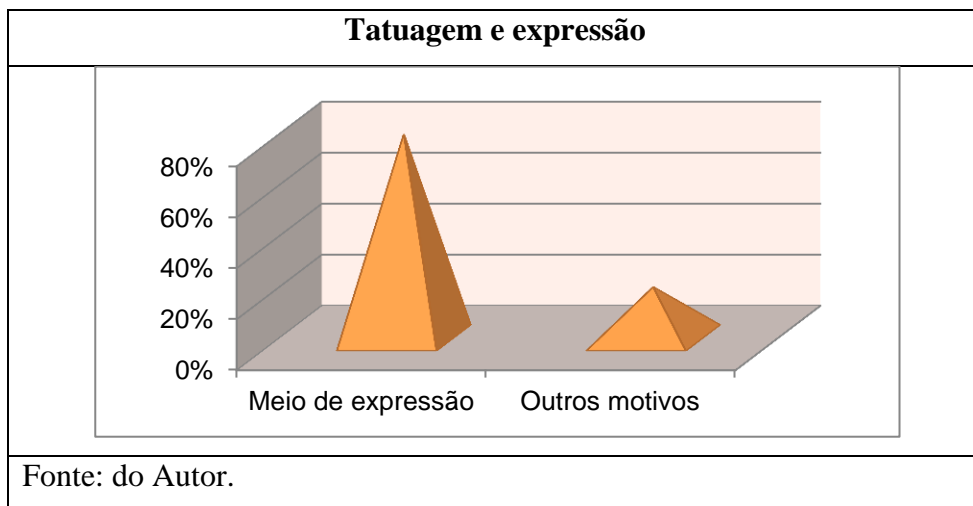


Dessa amostra, 100% acredita que a área de atuação escolhida, os cursos de comunicação e criação, proporciona liberdade para esse tipo de arte, uma vez que o desenvolvimento de tais funções acaba refletindo diretamente na própria personalidade, no estilo e no ato de tatuar-se. Estar cercado por imagens, como na fotografia, torna inevitável a presença de alguma delas no corpo, afirmou o futuro radialista. A graduanda de Design considera normal o fato de a liberdade criativa, propiciada, refletir em si própria.

Em relação à comunicação que ocorre por meio das tatuagens, o público amostral teve a opinião dividida entre os que acreditam que os símbolos são capazes de refletir a personalidade e fazer uma ponte entre os significados e o estilo de vida e, os que acreditam depender da situação e do entendimento do desenho escolhido, que pode ter um significado mais pessoal, dificultando a interpretação dos demais.

A escolha do signo a ser tatuado pode influenciar nessa comunicação, facilitando-a ou confundindo-a, variando de acordo com a nitidez do significado pensado. É o caso de uma das tatuagens da aluna de Design, que optou por um símbolo descrito no livro do *Harry Potter e as relíquias da morte*, em que apenas o público que conhece sobre a saga entenderá do que se trata. A estudante possui também a palavra “*imagination*”, no pulso da mão direita, que utiliza para escrever e desenhar, representando a via que torna suas ideias reais.

Dos cinco entrevistados, apenas dois possuem tatuagens relacionadas às suas escolhas profissionais, o restante optou por desenhos com outras relações, inclusive pelo apreço à figura representada. Diante do questionamento sobre a influência da criatividade estimulada pelos cursos na decisão de tatuar-se, 80% afirmou que os cursos exigem a capacidade imaginativa do aluno e proporcionam uma grande necessidade de que os alunos se expressem de alguma forma e, nesse momento, recorrem à tatuagem.



5 CONSIDERAÇÕES FINAIS

Por meio da pesquisa apresentada, foram buscadas razões que levam os estudantes dos cursos de comunicação e criação, da instituição Faculdades Integrada Teresa D'Ávila, a expressarem sua identidade por meio de tatuagens. Inicialmente, houve a hipótese de que 50% da amostra de alunos utilizada teria ao menos um desenho tatuado pelo corpo, afirmativa essa que foi refutada pela constatação de que apenas 20% dos entrevistados possuem tatuagens. Para o levantamento dos dados necessários na elaboração do trabalho final, houve um aprofundamento, por estratificação, na parcela de estudantes tatuados.

Uma pequena parte da amostra de alunos da pesquisa quantitativa e qualitativa, feita por meio de um questionário com questões fechadas, concorda com a afirmação de que a



criatividade exigida nos cursos de Arquitetura e Urbanismo, Design e os de Comunicação Social colabora para a decisão de marcar um símbolo na pele, dando liberdade à expressão individual do estudante e profissional. Porém quando questionados novamente, desta vez por meio de perguntas abertas, os alunos entrevistados para a estratificação da amostra inicial foram unânimes em responder positivamente a questão.

Ter uma tatuagem é uma representação artística externa de valores, conceitos e ideias internas, bem como uma afirmação da personalidade do portador diante a sociedade, assim sendo, era esperado que parte dos entrevistados utilizassem suas figuras como um ato de comunicação com o ambiente social. Dos alunos que responderam as perguntas abertas, todos se sentiram à vontade para falar sobre o assunto, inclusive sobre a idade em que realizaram seu primeiro desenho, e sobre o que os impulsionou ao ato.

Em suma, ao final da pesquisa a metodologia aplicada, previamente programada, mostrou-se eficiente para a comprovação parcial das hipóteses iniciais e os objetivos estipulados foram alcançados de forma satisfatória. Apesar da quantidade de estudantes tatuados ser inferior a expectativa, não foi encontrado obstáculos na identificação das razões que motivaram esses alunos, bem como a relação entre o ato de ter uma tatuagem e a escolha de um curso de criação. Conclui-se que a área do mercado de trabalho abrangida por esses profissionais se mostra receptiva às suas individualidades.

REFERÊNCIAS

ALMEIDA, Maria Isabel Mendes de. Pais, José Machado. **Criatividade, juventude e novos horizontes profissionais**. 2º ed. Zahar: Rio de Janeiro, 2012.

COSTA, Ana. **Tatuagem e as marcas corporais: atualização do sagrado**. 2º ed. Casa do Psicólogo: São Paulo, 2003.

FERREIRA, Vítor Sérgio. **Marcas que Demarcam: corpo, tatuagem e bodypiercing em contextos juvenis**. Disponível em: <<https://repositorio.iscteul.pt/bitstream/10071/608/1/Marcas%20que%20Demarcam%20PDF.pdf>>. Acesso em 26 abr. 2014.

MARTINS, Camila Jade; BEHLING, Hans Peder. **Tatuagem e comunicação. O corpo como meio e a tatuagem como mensagem**. Disponível em: <<http://www.intercom.org.br/papers/regionais/sul2012/resumos/R30-0235-1.pdf>>. Acesso em 28 abr. 2014.

PÉREZ, Andrea Lissett. **A identidade à flor da pele. Etnografia da prática da tatuagem na contemporaneidade**. Disponível em: <http://www.scielo.br/scielo.php?pid=S0104-93132006000100007&script=sci_arttext#nt>. Acesso em 28 abr. 2014.