

O AUDIOVISUAL DO CORPO TATUADO NA WEBSÉRIE “ALÉM DA PELE”

THE AUDIOVISUAL OF THE TATTOOED BODY IN THE WEB SERIES “BEYOND THE SKIN”

EL AUDIOVISUAL DEL CUERPO TATUADO EN LA WEB SERIE “MÁS ALLÁ DE LA PIEL”

Joel Felipe Guindani*
Alciane Nolibos Baccin**
Bianca Obregon Fazioni***

RESUMO: Apresenta a prática da tatuagem como possibilidade de pensarmos um corpo audiovisualizado, sobretudo na perspectiva da cibercultura e do gênero websérie audiovisual. Pondera acerca dos indícios desta relação por meio da observação da Websérie “Além da Pele”, conteúdo desenvolvido pela Náutica Tattoo e disponível no Youtube. Com análise de imagens (ROSE, 2002), observam-se elementos da linguagem audiovisual na perspectiva de compreender potencialidades da websérie não só como registro técnico ou artístico, mas como resignificação e visibilidade à prática de tatuar-se como cultura do corpo tatuado e audiovisualmente visibilizado. Por meio de entrevista semiestruturada com o tatuador Adão Rosa, proprietário da Náutica Tattoo, observa-se que o registro e a visibilidade audiovisual por meio do gênero Websérie amplia os sentidos sociais e o próprio entendimento do que é tatuar, do que é a cultura do corpo tatuado e da própria amplitude da tatuagem como indústria criativa.

Palavras-chave: Tatuagem. Websérie audiovisual. Indústria criativa. Cibercultura. Náutica Tattoo.

ABSTRACT: It presents the practice of tattooing as a possibility to think about an audiovisualized body, especially from the perspective of cyberculture and the audiovisual webseries genre. Ponder about the evidence of this relationship through the observation of the Webseries “Além da Pele”, content developed by Náutica Tattoo and available on Youtube. With image analysis (ROSE, 2002), elements of audiovisual language are observed in the perspective of understanding the potential of the webseries not only as a technical or artistic record, but as a resignification and visibility to the practice of tattooing oneself as a culture of the tattooed body and audiovisually made visible. Through a semi-structured interview with the tattoo artist Adão Rosa, owner of Náutica Tattoo, it is observed that the recording and audiovisual visibility through the Webseries genre expands the social senses and the very understanding of what tattooing is, what the culture of the tattooed body and the breadth of tattooing as a creative industry.

Keywords: Tattoo. Audiovisual webseries. Creative industry. Cyberculture. Nautica Tattoo.

RESUMEN: Presenta la práctica del tatuaje como una posibilidad de pensar un cuerpo audiovisualizado, especialmente desde la perspectiva de la cibercultura y el género webserie audiovisual. Pondera sobre la evidencia de esta relación acerca de la observación de la Webserie “Além da Pele”, contenido desarrollado por Náutica Tattoo y disponible en Youtube. Con el análisis de imágenes (ROSE, 2002), se observan elementos del lenguaje audiovisual en la perspectiva de comprender el potencial de la webserie no solo como registro técnico o artístico, sino como resignificación y visibilización a la práctica de tatuarse como cultura del cuerpo tatuado y audiovisualmente hecho visible. Por medio de una entrevista semiestructurada con el tatuador Adão Rosa, propietario de Náutica Tattoo, se observa que el registro y la visibilidad audiovisual del género Webseries amplía los sentidos sociales y la comprensión misma de lo que es tatuar, cuál es la cultura del tatuado cuerpo y la amplitud del tatuaje como industria creativa.

Palabras clave: Tatuaje. Webserie audiovisual. Industria creativa. Cibercultura. Náutica Tattoo.

* Docente Associado na Universidade Federal de Santa Maria (UFSM). Docente permanente no Programa de Pós-Graduação em Comunicação e Indústria Criativa (Stricto Sensu) da Universidade Federal do Pampa (UNIPAMPA). Doutor em Comunicação e Informação pela Universidade Federal do Rio Grande do Sul (UFRGS). Mestre em Ciências da Comunicação pela Universidade do Vale do Rio dos Sinos (UNISINOS). Estudou bacharelado em Filosofia na Pontifícia Universidade Católica de São Paulo (PUC-SP) e em Licenciatura pela Universidade Paulista (UNIP). Bacharel em Comunicação social (Rádio e TV) pela Universidade do Oeste de Santa Catarina (UNOESC). Coordenador do Laboratório de Investigação em Imagem: foto, vídeo, design e cinema (UFSM/CNPq). Pesquisador nos grupos de pesquisa: Processos e Práticas em Atividades Criativas e Culturais (UNIPAMPA/CNPq); Ciência, Saúde, Gênero e Sentimento (Universidade de Santo Amaro - UNISA/CNPQ).
Orcid: <https://orcid.org/0000-0001-9857-1001>
E-mail: joel.guindani@ufsm.br

** Professora da Universidade Federal do Pampa (Unipampa). Coordenadora substituta do Programa de Pós-Graduação em Comunicação e Indústria Criativa (PPGCIC). Docente do curso de Jornalismo da Unipampa. Diretora editorial da Sociedade Brasileira dos Pesquisadores em Jornalismo (SBPJor) 2019-2021 e 2021-2023. Membro do Conselho Fiscal da Federação Brasileira das Associações Científicas e Acadêmicas de Comunicação (Socicom). Faz parte da Rede de Pesquisa Aplicada em Jornalismo e Tecnologias Digitais (JorTec/SBPJor) e dos grupos de pesquisa Jornalismo Digital (JorDi/UFRGS) e Jornalismo em Redes e Convergência (JorCon/Unipampa). Doutora em Comunicação e Informação pela Universidade Federal do Rio Grande do Sul (UFRGS) e em Ciências da Comunicação pela Universidade da Beira Interior (UBI-Covilhã/Portugal), mestre em Ciências da Comunicação pela Universidade do Vale do Rio dos Sinos (Unisinos). Especialista em Comunicação (2007) pela Universidade Federal de Santa Maria (UFSM), com graduação em Comunicação Social - Jornalismo (1998), também pela UFSM.
Orcid: <https://orcid.org/0000-0001-7193-0182>
E-mail: alcianebaccin@unipampa.edu.br

*** Mestranda do Programa de Pós-Graduação em Comunicação e Indústria Criativa (PPGCIC) pela Universidade Federal do Pampa (UNIPAMPA). Graduanda do curso de Licenciatura em Letras Português pelo Centro Universitário Internacional (UNINTER). É bolsista da Coordenação de Aperfeiçoamento de Pessoal de Nível Superior (CAPES) no PPGCIC, além de participar como monitora do Programa de Iniciação Científica da UNINTER. Bacharela em Jornalismo pela Unipampa (2020). Participante dos Grupos de Pesquisa: Intersecções: língua, cultura, história e tecnologias, da UNINTER; Jornalismo em Redes e Convergência, e Circulação, infotainment e fluxos de conteúdos em redes, da Unipampa.
Orcid: <https://orcid.org/0000-0003-3908-243X>
E-mail: biancanascimento.aluno@unipampa.edu.br

1 INTRODUÇÃO

A tatuagem – ou o corpo tatuado -, tornou-se uma cultura em expansão nas últimas décadas, marcada pelo uso do capital criativo (OLIVEIRA, 2012) e, sobretudo, como forma de expressão, arte e também profissão da indústria criativa.¹ Inicialmente relacionada a rituais originários, os avanços tecnológicos possibilitaram a expansão simbólica, o que conferiu novas formas de fazer e de reconhecimento da tatuagem como forte elemento cultural e de expressão das subjetividades.

Expansão simbólico-cultural que não se limita a um pensamento exclusivamente tecnológico, mas estético e moral, porque implica em abordagens sobre a relação, uso e apropriação do corpo na intersecção de tecnologias, de representações e distinção social (BOURDIEU, 2011). Nesse sentido, a prática da tatuagem passa a ser reconhecida, também, como uma expressão sociocultural, capaz de inscrever e de projetar identidades subjetivas e coletivas. A possibilidade de tornar visível ou de significar identidades na perspectiva da visibilidade, permite-nos pensar ou identificar o entrecruzamento da tatuagem com as tecnologias audiovisuais, que ampliam o poder de mediação do corpo e da arte, de estilos ou de tendências por meio de plataformas e redes sociais digitais. Esta mediação audiovisual do corpo também pode ser entendida na perspectiva da exploração da cultura da imagem tecnológica, cultura esta que advém de uma arqueologia dos sistemas de comunicação estruturados durante o séc. XX (LADEIRA, 2016, p. 119).

Assim, o presente artigo propõe, inicialmente, a discussão da relação entre a prática da tatuagem e a possibilidade de pensarmos um corpo cada vez mais audiovisualizado, sobretudo na perspectiva da cibercultura e do gênero websérie audiovisual. Na sequência, apresenta indícios práticos desta relação por meio da websérie “Além da Pele”, conteúdo desenvolvido pela Náutica Tattoo e disponível na plataforma Youtube.² Como metodologia, vale-se do método de análise de imagem (ROSE, 2002), que contempla, observa e propõe a interpretação por meio dos elementos da linguagem audiovisual, ou seja, na perspectiva de se compreender as possibilidades e características da websérie não só como registro de uma prática comercial e artística, mas como uma forma de resignificar e dar visibilidade à prática de tatuar-se e de audiovisualização do corpo. Optou-se, também, por utilizar a metodologia de pesquisa bibliográfica (GIL, 2008), a fim de se identificar e apresentar algumas das principais produções científicas³ sobre webséries e tatuagem. Utilizou-se, também, a técnica de entrevista semiestruturada com o tatuador Adão Rosa, dono da Náutica Tattoo, a fim de se obter informações mais específicas sobre a produção audiovisual analisada.

Ao final, apresentam-se algumas considerações e reflexões sobre como as redes tecnológicas, o ciberespaço, o avanço tecnológico, a atuação dos indivíduos em rede por meio da produção audiovisual têm permitido a popularização da prática de tatuar-se, possibilitando novas perspectivas profissionais e artísticas.

2 PONDERAÇÕES SOBRE A CIBERCULTURA E WEBSÉRIE AUDIOVISUAL

O cenário contemporâneo de avanço tecnológico e informacional é de movimentação e de reconfiguração em relação às produções audiovisuais tradicionais, as quais, até a primeira década do ano 2000, limitavam-se a experiências e a produções controladas por grandes produtoras ou por grupos televisivos de transmissão em massa.

Atualmente, e sob a lógica da complexificação tecnológica, é ampla a discussão de que a produção audiovisual é crucial para projetos ou intenções de preservação de memórias e de identidades. Várias práticas sociais, tanto de ordem individual, interpessoal ou coletiva, se valem das possibilidades de extensão ou de duração de suas memórias por meio das telas audiovisuais. Em outras palavras, isto já é possível por meio das tecnologias de imagem anteriores às tecnologias audiovisuais, como a pintura e a fotografia, que também potencializavam memórias, a visibilidade e a formação de públicos por meio de redes sociais offline.

¹ Enquanto prática profissional, segundo o Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas (SEBRAE), houve um aumento de 24% na abertura de estúdios de tatuagem regularizados no país, entre os anos de 2016 e 2017.

² Disponível em: https://www.youtube.com/channel/UCNtorGZE_mPTaXNSsbLDNPA. Acesso em: 1 set. 2021.

³ Pesquisa bibliográfica realizada no Banco de Teses e Dissertações da Coordenação de Aperfeiçoamento de Pessoal de Nível Superior (Capes) e o Google Scholar.

Com as tecnologias audiovisuais, as relações humanas – e também o corpo e suas subjetividades – modificam-se com a ampliação das redes tecnológicas e do consequente compartilhamento de informações, configurando, assim, o que Castells (2012) denomina de sociedade em rede. Pelo mesmo caminho, o conceito de ciberespaço (LÉVY, 1999) nos provoca a pensar o espaço de interconexão entre os indivíduos por meio das redes tecnológicas que, segundo Martino (2014), são redes que efetivam um ambiente marcado pela troca de informações, saberes e conhecimento num âmbito cada vez mais irrestrito. Esse fluxo de informações denominado cibercultura, pode ser considerado como “a reunião de relações sociais, das produções artísticas, intelectuais e éticas dos seres humanos que se articulam em redes interconectadas de computadores” (MARTINO, 2014, p. 27).

Vale pontuar, que as tecnologias audiovisuais se somam ao conceito de inteligência coletiva, que surge potencializando trocas e relações estabelecidas no ciberespaço. De acordo com Lévy (2004), a inteligência coletiva é caracterizada pela fragmentação de dados a serem consumidos, modificados e compartilhados em rede, propiciando o enriquecimento mútuo entre os indivíduos, formando o que o autor denomina de “universal sem totalidade” (LÉVY, 1999, p. 119). A possível formação de uma inteligência coletiva, a convergência midiática e a cultura participativa são os três conceitos que fundamentam o que Jenkins (2008) nomeia como cultura da convergência. A cultura participativa trata sobre o comportamento do consumidor em relação ao acesso e interação com as mídias na contemporaneidade. Na cultura da convergência, os produtos midiáticos aparecem de forma relativamente aberta, possibilitando ao consumidor certa autonomia na escolha do que e como acessar, podendo, assim, modificar o conteúdo de acordo com seu interesse. Essa autonomia transforma os indivíduos em participantes mais ativos na construção e ressignificação dos conteúdos midiáticos: “a convergência representa uma transformação cultural, à medida que consumidores são incentivados a procurar novas informações e fazer conexões em meio a conteúdos midiáticos dispersos” (JENKINS, 2008, p. 30). Essa transformação cultural e reconfiguração do papel do consumidor, abordada por Jenkins (2008), evidencia o quanto os indivíduos se tornam mais dependentes dos aparatos técnicos e, por isso, projetam, por meio das redes sociais, suas identidades, desejos e visões de mundo.

Neste cenário de convergências, Lipovetsky (2009) aborda a transformação tecnológica como uma influência no modo de vida dos indivíduos e enfatiza o protagonismo do uso das telas:

[...] A rede telânica transformou nossos modos de vida, nossa relação com a informação, o espaço-tempo, as viagens e o consumo: tornou-se um instrumento de comunicação e de informação, um intermediário quase inevitável em nossa relação com o mundo e os outros. Existir é de maneira crescente, estar ligado à tela e interconectado nas redes (2009, p. 257).

Além de tratar sobre o uso das telas, Lipovetsky (2009) observa o comportamento das pessoas em relação ao consumo de informações em rede, pontuando que o usuário possui um papel ativo na construção informativa, possibilitando uma “comunicação aberta e flexível”, corroborando, assim, com a perspectiva de Jenkins (2008).

Essa reconfiguração do papel do consumidor se dá por meio da facilidade de disseminar informações através dos dispositivos técnicos como o smartphone, por exemplo. Os usuários podem se transformar também em produtores de conteúdo.

As funções de captura e armazenamento das tradicionais câmeras de vídeo foram inseridas em equipamentos como câmeras fotográficas, aparelhos de telefones móveis, computadores portáteis e tablets. Dispositivos cuja arquitetura responde às questões da operação intuitiva e simples (BENEVENUTO JUNIOR et al., 2016, p. 4).

Percebe-se, assim, que o consumo, uso e ressignificação da vida por meio da imagem tecnológica possui função central na construção de sentidos sociais e de identidades. Barbosa (2013, p. 182) pontua que “a imagem pode ser imagem/monumento com sua intencionalidade celebrativa ou pode ser imagem/documento, cuja intencionalidade centra-se no testemunho”. Para esta autora, a história da fotografia é uma história do objetivo fotográfico, que se alicerça como forma de representação multiforme do mundo. Discorre, ainda, sobre como os avanços tecnológicos influenciaram a fotografia e as relações de comunicação por imagem, possibilitando-nos viver em uma era mais visual, e contribui “para a eclosão do mundo como imagem-mundo e da imagem como mundo” (BARBOSA, 2013, p. 193).

Lipovetsky (2009) ainda pondera sobre a importância que a produção imagética possui na sociedade em rede e se apropria do aforismo de Descartes, reconfigurando-o: “Filmo, logo existo”. Neste sentido, Lipovetsky (2009, p.292) destaca que “nas ruas e nos transportes, nas festas e nas exposições, as pessoas filmam freneticamente tudo o que acontece, como se a imagem realizada importasse mais do que a experiência imediata vivida”.

Assim, a transformação tecnológica do cotidiano amplia as possibilidades da comunicação e do consumo de imagens: “consumimos imagens em todas as suas formas: marcas, modas, grifes, tendências, atributos, adjetivos, figuras, ídolos, símbolos, ícones, logomarcas” (BAITELLO JUNIOR, 2014, p.74).

Rosário (2009) também pondera sobre o corpo neste contexto de cibercultura, observando as possibilidades entre as linguagens corporal e a linguagem imagética:

[...] o corpo pode ser reproduzido em série, através da fotografia, do cinema, da televisão, da internet e de todos os meios deles derivados. Ele já não precisa mais ser apenas falado: pode ser mostrado, exibido, copiado, clonado, multiplicado, colocado em movimento, sempre como signo (ROSÁRIO, 2009, p. 60).

Além disso, Rosário (2009, p. 50) também ressalta a importância do imaginário e da subjetividade na construção de sentidos por meio da produção audiovisual. A autora, ao abordar sobre a discursividade audiovisual, afirma que o entretenimento ganha ênfase no contexto contemporâneo e amplia a fragmentação de conteúdos “a partir de pequenas unidades de sequência”, como se verá na websérie aqui analisada.

A isto, somam-se os distintos elementos da linguagem audiovisual. Os Planos, enquadramentos, movimentos, sequências, os quais denotam sentidos próprios e que se amplificam com a sonoridade, a textualidade e os efeitos de edição. O audiovisual também corresponde a uma linguagem imagética que se mescla, altera e até mesmo interrompe outros fluxos de linguagens, como a escrita e oralidade. Por meio da linguagem audiovisual, a fragmentação do real é possível, do mesmo modo que a reconstituição de uma unidade a partir da junção de partes dispersas (Isto acontece devido ao excesso de imagens produzidas, arquivadas em vários suportes, as quais são imagens isoladas e quando compartilhadas podem reconstituir uma unidade ou se tornar um novo produto). Isso se deve, sobretudo, à relativa facilidade de produção e edição de imagens, tornando central a experiência videográfica nesta cultura visual, na rotina de instituições e sujeitos.

Nos últimos 10 anos, observa-se a facilitação tecnológica no que tange a abertura da criação, edição e veiculação de produções no formato de webséries (SOUZA, 2020). Neste contexto, as webséries surgem como produções audiovisuais inspiradas nas séries televisivas, cuja principal característica é a fragmentação por capítulos e a vinculação em plataformas audiovisuais no ciberespaço. A websérie, efetiva-se como narrativa midiática convergente e como ruptura ou tensionamento em relação aos conteúdos e meios de comunicação de massa. Assim, percebe-se a websérie como essa reconfiguração dos processos e produtos comunicacionais que se valem dos mecanismos técnicos do ciberespaço em seus distintos processos:

A websérie é uma narrativa midiática produzida, prioritariamente, em linguagem audiovisual, de maneira serializada, cujos episódios ficam disponíveis para acesso nos espaços on-line passíveis de circulação, especialmente os sites de armazenamento de vídeos (HERGESEL, 2018, p. 135).

Inicialmente, este formato audiovisual surgiu na web com o intuito de recuperar o interesse do público jovem, e pode ser lida na perspectiva da midiaticização audiovisual, fenômeno crescente e que se vale da expansão das redes de streamings (LADEIRA, 2016). Para isso, os canais televisivos fomentaram as discussões online, com o objetivo de buscar a atenção desse público que passava a consumir não só o conteúdo online como também as produções televisivas, provocando a convergência de mídias por meio da interação em chat's e outros modos de conversação ou diálogo (HERGESEL, 2018).

A websérie, portanto, também pode ser considerada um espaço de experimentação devido à popularização dos smartphones e das câmeras e softwares digitais. O produzir e o consumir a narrativa audiovisual também se mesclam com as possibilidades de contato e de retorno com públicos cada vez mais amplos (LOPEZ MERA, 2010). Também se desenvolvem técnicas de produção audiovisual mais atentas ao consumidor que reivindica atenção, pois também busca conteúdos na perspectiva da serialidade e personalização (HERGESEL, 2018).

Em relação ao audiovisual, a produção sequenciada acaba surgindo como uma maneira de pensar os produtos a partir de temporalidades delimitadas e com narrativas mais segmentadas, porque – e em alguma medida – é importante considerar que a inteligência coletiva se baseia na fragmentação de conteúdo e na autonomia do consumidor em decidir o que e como irá acessar. Essa é uma das principais características das webséries: a divisão em diversos episódios e com narrativas que se interligam para formar o todo de uma obra para públicos cada vez mais rodeados de conteúdos imagéticos.

Sendo assim, a importância da utilização do formato websérie diz respeito não só a oportunidade de registro histórico de uma prática social, no caso analisado, mas também como um formato em expansão que possibilita a propulsão de sentidos através da produção para públicos específicos e atentos à personalização dos conteúdos.

3 SOBRE A NOÇÃO DE CORPO E TATUAGEM

Neste artigo, observa-se a tatuagem pelo eixo teórico do corpo como uma possibilidade de expressão e como forma de subjetividade. Para Silva (2014, p. 1), “[...] no início do século vinte, o corpo passa a ser percebido como espaço de representações sociais, políticas e culturais de determinado povo”. Apesar do corpo sempre ter sido objeto de análise, o autor afirma que é a partir do século vinte que se desenvolvem pesquisas que passam a enxergar o corpo como um suporte de signos e discursos, e que podem, assim, possibilitar a identificação cultural de indivíduos, sujeitos e coletivos.

Marcuschi (2003, p. 11), identifica o corpo “[...] como suporte de um gênero, um locus físico ou virtual com formato específico que serve de base ou ambiente de fixação do gênero materializado como texto”. O autor ainda trata sobre a diferença entre suportes convencionais ou incidentais. Para Marcuschi (2003) os suportes convencionais são aqueles que tiveram sua origem visando carregar textos, enquanto os suportes incidentais são aqueles que não possuem esse intuito, mas que ocasionalmente acabam também sendo espaços de suporte textual em uma infinidade de possibilidades. Este autor ainda se preocupa em teorizar acerca da utilização do corpo enquanto suporte textual: “[...] o corpo humano vem cada vez mais recebendo textos em geral muito curtos e na forma de tatuagens ou de slogans para protestos em situações especiais, nem por isso o corpo humano passa a ser um suporte convencional” (MARCUSCHI, 2003, p. 30-31).

Na psicanálise, também se observa a leitura da utilização do corpo enquanto suporte textual, na perspectiva de “o homem transformou o próprio corpo em suporte para o texto, uma escrita de si, transformando-se em uma espécie de caderno ambulante, que comporta vários gêneros textuais e os efeitos de sentido que eles representam” (LIMA; BORGES; FILHO, 2015, p. 164). Nessa perspectiva, o texto inscrito no corpo toma forma de construção da identidade e de simbolismo estético, que reflete uma percepção do mundo inscrito socialmente.

É importante se destacar que “[...] antes mesmo de desenhar sobre a rocha, o homem primitivo, de qualquer maneira e por alguma razão, marcava a sua pele com incisões que deixaram cicatrizes ou marcas coloridas de pigmento propositalmente inserido” (LISE; GAUER; CATALDO NETO, 2013, p. 296). A origem mais antiga da tatuagem encontrada por antropólogos foi a múmia Ötzi, também denominada Homem do Gelo, datado de 5.300 a.C. e que possuía diversas marcas de tatuagens em seu corpo (LEITÃO, 2004).

Outros estudos indicam registros de tatuagens no Antigo Egito, por volta de 4.000 a 2.000 a.C., além da Polinésia, Filipinas, Indonésia e Nova Zelândia (tribos Maori), onde se tatuavam em rituais ligados a religião (BITTENCOURT, 2017). De acordo com Rodriguez e Carreiro (2014, p. 751) a origem da tatuagem também estava relacionada a “[...] ritos de passagem e iniciação, que tinham um caráter coletivo e determinavam status social, e também se constituíam enquanto identidade cultural”. Como é o exemplo das tribos indígenas e negras, que entendiam a tatuagem como um meio de identificação e ritualização (COITO, 2012, p. 73).

No âmbito tecnológico, o surgimento da máquina elétrica possibilitou que o processo da tatuagem se tornasse mais corriqueiro, menos doloroso e mais acessível. Concomitante também se dá a regulamentação dos materiais como tintas e agulhas, que também contribuíram para a popularização da tatuagem (ROCHA, 2009). Nesse sentido, Jaires (2011) reflete que na sociedade contemporânea a tatuagem acaba se tornando familiar e moralmente mais aceita, devido a sua popularização. Ou seja: “de ritual social que era, a tatuagem se torna um sinal estético, uma maneira de fazer de seu corpo uma obra de arte” (LIPOVETSKY; SERROY, 2015, p. 223)

Jaires (2011, p. 42) ainda desperta um ponto interessante ao destacar que “a tatuagem não é efêmera”. Lipovetsky (2009, p.136) afirma que “[...] a lógica econômica realmente varreu todo ideal de permanência, é a regra do efêmero que governa a produção e o consumo dos objetos”. Neste contexto, é relevante pensarmos o crescimento da busca por tatuagens, um símbolo permanente, em uma sociedade cada vez mais pautada na efemeridade. Rodriguez e Carreiro (2014, p. 748) abordam o valor estético adquirido pela tatuagem na sociedade contemporânea, o culto ao corpo, a pele como “vitrine e a publicidade que se faz de si mesmo [...]”, a tatuagem enquanto um acessório e uma maneira de inscrever-se ao mundo.

Portanto, infere-se que a tatuagem possui definições conceituais historicamente demarcadas, caracteriza-se como uma prática social e, portanto, uma experiência humana relativa a afetações e modificações. Nessa direção, a compreensão da relação audiovisual e tatuagem se constrói na observação das transformações de mão dupla entre tecnológicas imbricadas com a intencionalidade de sujeitos que, inevitavelmente, se valem da representação por meio de imagens convergentes para públicos segmentados.

4 APRESENTAÇÃO E INTERPRETAÇÃO DA WEBSÉRIE “ALÉM DA PELE”

Os estúdios de tatuagem transformam-se em estúdios de gravação audiovisual, gerando conteúdos audiovisuais sobre tatuagem para as redes sociais. A Náutica Tattoo é um estúdio de tatuagem identificado por seu trabalho no estilo realismo preto e cinza. O tatuador proprietário Adão Rosa⁴, possui mais de um milhão de seguidores no Instagram. A websérie “Além da Pele” já soma mais de 309 mil inscritos no Youtube. A websérie iniciou as atividades em janeiro de 2015 e os episódios mostram a rotina no estúdio, as tatuagens realizadas em personalidades conhecidas no país, bem como alguns procedimentos de tatuagens.

A websérie conta com duas temporadas. A primeira delas, lançada em 2015, possui sete episódios que variam entre sete e treze minutos. Já a segunda temporada foi lançada em 2016 e conta com doze episódios entre oito e dez minutos. Apesar de não haver mais temporadas, o canal do Youtube Além da Pele continua publicando vídeos que possuem o mesmo propósito que a websérie: divulgar e registrar a rotina no estúdio de tatuagem.

Imagem 1 –Captura de tela da abertura da Websérie Além da Pele.



Fonte: Autoria própria.

Sobre o surgimento da websérie, Adão conta que o objetivo sempre foi mostrar a rotina na Náutica Tattoo, retratando o movimento, as histórias e os artistas que frequentam a loja. No episódio 8^o, da segunda temporada da websérie, Adão explica que já é natural o ato de registrar o cotidiano do estúdio. O tatuador conta que utilizava a câmera GoPro para fazer filmagens de seus clientes e dos trabalhos executados em sua loja e que compartilhava tais vídeos nas redes sociais, como o Facebook e o Instagram. Através disso, ele percebeu que existia um público interessado em conhecer com mais detalhe a rotina e os procedimentos na Náutica Tattoo. Ao longo da entrevista, Adão relata que atualmente o canal conta com profissionais que cuidam das gravações e da edição dos vídeos.

Ao ser questionado como as gravações afetaram o cotidiano de trabalho no estúdio, Adão explica: “as gravações não alteraram nossa rotina, a gente apenas acrescentou as câmeras pra poder tá filmando e não perdendo nada daquilo que acontece no nosso dia a dia, nas nossas viagens” (ROSA, 2021)⁹. Tal afirmação remete ao que Lipovetsky (2009) pondera sobre a importância e a presença da produção imagética no cotidiano da sociedade contemporânea, que ora interfere ou já se adequa sem prejuízos às rotinas.

Outro fator interessante, pontuado por Adão ao longo da entrevista, foi sobre a abertura que o canal proporciona, possibilitando um diálogo mais amplo com o público e também fazendo com que mais pessoas conheçam como funciona um estúdio de tatuagem e a vida de um profissional tatuador. Em relação a isso, o tatuador discorre sobre como a websérie auxilia na valorização da profissão.

[...] O canal abre bastante a nossa intimidade. Antigamente as pessoas perguntavam ‘do que você trabalha?’ e a gente falava ‘eu sou tatuador’, aí perguntavam ‘mas você só trabalha com tatuagem?’, ‘mas você consegue pagar suas contas?’, ‘você tem trabalho todo dia como tatuador?’ Então é legal isso né, as pessoas veem como é a vida de um tatuador, acaba quebrando esse tabu, já que a gente mostra a nossa intimidade também, aonde a gente mora, como a gente vive, qual carro a gente dirige. E isso é legal, porque as pessoas começam a ver que a gente tem uma vida legal, tem uma vida bacana, dirige um carro bom e paga nossas contas tudo com tatuagem, então creio eu que é bem interessante pros jovens, pra aqueles que querem entrar na profissão, até mesmo para mostrarem pros seus pais, pra poderem acreditar mais neles, tá mostrando em vídeo que é possível né (ROSA, 2021).

Neste depoimento de Rosa, denota-se que a produção audiovisual possui um papel importante na ressignificação do fenômeno cultural, social, artístico e comercial da tatuagem. O tatuador afirma ainda que, apesar de não perceber um aumento do público na Náutica através do YouTube, é evidente que há um crescimento do reconhecimento nas ruas devido sua visibilidade audiovisual. Adão exemplifica: “a partir do YouTube as pessoas começam a te reconhecer na rua, te parar pra tirar foto e tal e já começam a te ver como um artista, igual o que eles veem na televisão” (ROSA, 2021).

Quando perguntado sobre os projetos futuros para o canal “Além da Pele”, Adão ressalta que o objetivo é continuar produzindo vídeos e quem sabe tentar atingir canais de streaming, ou até mesmo a televisão.

5 CONSIDERAÇÕES FINAIS

A entrevista com o tatuador Adão é reveladora de um contemporâneo cada vez mais midiático por meio das tecnologias audiovisuais. Por isso, o conceito de ciberespaço se configura por lógicas de comunicação que ampliam a visibilidade dos espaços e das práticas desses profissionais da indústria criativa. Quem até pouco tempo era apenas consumidor de conteúdos midiáticos, hoje se torna participante, observador, ator e entusiasta desta construção de conteúdos em rede.

Percebe-se, também, que a produção imagética é crescente no ambiente deste profissional, que se utiliza das potencialidades audiovisuais para possibilitar não só o registro de seu cotidiano, mas também como forma de construção e ressignificação de práticas e identidades de sua arte e profissão.

⁸ Disponível em: <https://www.youtube.com/watch?v=wQ-O84Wzu4U>. Acesso em: 23 out. 2021.

⁹ Entrevista concedida por ROSA, Adão. [agosto de 2021].

Observa-se, na perspectiva da cibercultura, que a websérie é um formato audiovisual em expansão e possibilita a amplificação de experimentação de diversas profissões antes dependentes de uma produção cara ou feita com baixa qualidade e pouco alcance. A serialidade, o baixo orçamento, e o uso de tecnologias mais acessíveis, são alguns dos pontos que possibilitaram o crescimento deste formato audiovisual e que também abrem possibilidades de aproximação e de fidelização de públicos que antes não tinham acesso e nem conhecimento desses profissionais da indústria criativa.

Além disso, a websérie “Além da Pele” se configura como conteúdo elaborado no cotidiano profissional do tatuador e com a participação de outros atores, com seus corpos e outras formas de interação. Esta conexão de indivíduos em rede e a produção de conteúdos audiovisuais têm possibilitado uma ressignificação sobre a arte de tatuar-se. É nesse sentido, que se ampliam possibilidades de ser, pensar as subjetividades, as identidades e representações sociais também por meio deste cotidiano potencialmente audiovisual e criativo.

Conclui-se, que o corpo tatuado não diz respeito mais a uma arte individual ou protagonizada em um estúdio fechado. Por meio da visibilidade audiovisual, abrem-se as janelas de representação e ressignificação do corpo tatuado para públicos antes distantes e não interagentes. Finalmente, percebe-se que a Websérie é um formato audiovisual que contribui na divulgação da prática profissional da tatuagem, ramo que até pouco tempo possuiu pouco reconhecimento e visibilidade nos meios tradicionais de comunicação.

REFERÊNCIAS

BOURDIEU, Pierre. **Economia das trocas simbólicas**. São Paulo: Perspectiva, 2011.

BITTENCOURT, Samantha Thiesen. **O corpo fala: um estudo sobre tatuagem e informação**. 2017. Monografia (Graduação em Biblioteconomia) – Faculdade de Biblioteconomia e Comunicação, Universidade Federal do Rio Grande do Sul, Porto Alegre, 2017.

CASTELLS, Manuel. **Redes de Indignação e esperança: Movimentos sociais na era da internet**. Rio de Janeiro: Zahar, 2012. Disponível em: https://zahar.com.br/sites/default/files/arquivos/teaser_CASTELLS_RedesDeIndignacaoEEsperanca.pdf. Acesso em: 27 maio 2021.

COITO, Rosilene de. Fátima. O corpo tatuado: a imagem de uma identidade em 3D. In: TASSO, Ismara; NAVARRO, Pedro (org.). **Produção de identidades e processos de subjetivação em práticas discursivas**. Maringá: Eduem, 2012, p. 57-80.

GIL, Antonio Carlos. **Métodos e técnicas de pesquisa social**. São Paulo: Atlas, 2008.

HERGESEL, João Paulo. A websérie: um mapeamento bibliográfico acerca desse formato narrativo. **Revista Mediação**, Belo Horizonte, v. 20, n. 27, 2018. Disponível em: <https://bit.ly/2YCF5GW>. Acesso em: 27 maio 2021

JAIRES, Luana Thaisa Pedrosa Soares. **Sociologia da tatuagem: uma análise antropológica e sociológica da técnica de tatuar e da prática de ser tatuagem**. 2011. Dissertação (Mestrado em Sociologia) - Programa de Pós-Graduação em Sociologia, Universidade Federal de Alagoas, Maceió, 2011.

JENKINS, Henry. **Cultura da convergência**. São Paulo: Aleph, 2008.

LADEIRA, João Martins. Audiovisual, televisão, streaming: uma exploração de suas formas e estratégias. In: MIÈGE, Bernard; FERREIRA, Jairo; FAUSTO NETO, Antônio; BITTENCOURT, Maria Clara Aquino (org.). **Operações de midiatização: das máscaras da convergência às críticas ao tecnodeterminismo**. Santa Maria: FACOS-UFSM, 2016.

LEITÃO, Débora Krischke. À flor da pele: estudo antropológico sobre a prática da tatuagem em grupos urbanos. **Iluminuras**, Porto Alegre, v. 10, p. 1-37, 2004.

⁸ Disponível em: <https://www.youtube.com/watch?v=wQ-O84Wzu4U>. Acesso em: 23 out. 2021.

⁹ Entrevista concedida por ROSA, Adão. [agosto de 2021].

LÉVY, Pierre. **Cibercultura**. São Paulo: Editora 34, 1999.

LÉVY, Pierre. Inteligencia colectiva: por una antropología del ciberespacio. Washington: **Organización Panamericana de la Salud**, 2004.

LIMA, Francisco Renato; BORGES, Vanessa Raquel Soares; FILHO, Francisco Alves. A corporificação do gênero textual e os sentidos polissêmicos do texto tatuado no corpo humano: cadernos ambulantes. **Calidoscópio**, v. 13, p. 163-175, 2015.

LIPOVETSKY, Gilles. **O império do efêmero**: a moda e seu destino nas sociedades modernas. São Paulo: Cia das Letras, 2009.

LIPOVETSKY, Gilles; SERROY, Jean. A Estetização do mundo. **Viver no capitalismo artístico**. São Paulo: Cia das Letras, 2015.

LISE, Michelle Larissa Zini; GAUER, Gabriel José Chittó; CATALDO NETO, Alfredo. Tattoo: Historical Aspects and Assumptions About the Origin of Stigma. **Brazilian Journal of Forensic Sciences**, Medical Law and Bioethics, v. 2, p. 293-315, 2013.

LOPEZ MERA, Diego Darío. **Webseries**: Nuevo fenómeno de experimentación audiovisual y entretenimiento. 2010. Disponível em: <http://issuu.com/diegodario/docs/webseries>. Acesso em: 27 maio 2021.

MARCUSCHI, Luiz Antônio. A questão do suporte dos gêneros textuais. **Língua, lingüística e literatura**, João Pessoa, v. 1, n. 1, p. 9-40, 2003.

MARTINO, Luís Mauro Sá. Teoria das **Mídias Digitais**: linguagens, ambientes, redes. Petrópolis: Vozes, 2014.

OLIVEIRA, Ana Mónica Palinhos A tatuagem como profissão: um ofício tornado arte?. 2012. Dissertação (Mestrado em Sociologia) - **Instituto de Ciências Sociais**, Universidade de Lisboa, Lisboa, 2012. Disponível em: <http://hdl.handle.net/10071/4685>. Acesso em: 20 maio 2022.

ROCHA, Gabriela. A arte da tatuagem. **Revista Eclética**, Rio de Janeiro, n. 29, p. 31- 37, jul./dez. 2009. Disponível em: <http://puc-riodigital.com.puc-rio.br/media/9%20-%20a%20arte%20da%20tatuagem.pdf>. Acesso em: 27 maio 2021.

RODRIGUEZ, Luciana da Silva; CARRETEIRO, Teresa Cristina Othenio Cordeiro. Olhares sobre o corpo na atualidade: tatuagem, visibilidade e experiência tátil. **Psicologia & Sociedade**, v. 26, p. 746-755, 2014.

ROSE, Diana. Análise de Imagens em movimento. In: BAUER, Martin W.; GASKELL, George. Pesquisa Qualitativa com Texto, **Imagem e Som: Um manual prático**. Petrópolis: Vozes, 2002.

SEBRAE – Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas – **Ideias de Negócios**. Site Disponível em: <https://www.sebrae.com.br/sites/PortalSebrae/ideias/estudio-de-tatuagem,ed83251092cff610VgnVCM1000004c00210aRCRD>. Acesso em: 27 maio 2021.

SILVA, Ananias Agostinho da. O corpo como suporte textual-discursivo. **Linguasagem** (São Paulo), v. 1, p. 1-6, 2014.

SOUZA, José Jullian. Explorando o conceito de websérie documental: lacunas, características e definição. **Eikon Journal on Semiotics and Culture**, v. 7, p. 111-118, 2020.

Artigo recebido em: 20 jan. 2023. | Artigo aprovado em: 13 abr. 2023.