



Pontificia Universidad
JAVERIANA
Bogotá

Facultad de Comunicación y Lenguaje

EL TATUAJE COMO UN ESPACIO EMBLEMÁTICO DE LAS MARCAS.

Trabajo de Grado para optar por el título Comunicador Social.

DIRECTORA: CLAUDIA PILAR GARCÍA CORREDOR

CARRERA DE COMUNICACIÓN SOCIAL CON ENFÁSIS EN PUBLICIDAD

Jonathan Carvajal Garzón

Bogotá, Junio de 2014



COPIA DEL ARTÍCULO 23 DEL REGLAMENTO

“La Universidad no se hace responsable por los conceptos emitidos por los alumnos en sus trabajos de grado, solo velará porque no se publique nada contrario al dogma y la moral católicos y porque el trabajo no contenga ataques y polémicas puramente personales, antes bien, se vean en ellas el anhelo de buscar la verdad y la justicia”.



AGRADECIMIENTOS

El autor de este trabajo de grado expresa sus más sinceros agradecimientos a todas las personas que contribuyeron en la elaboración del mismo, especialmente a:

- Mi mamá, Estrella Garzón Rodríguez quién con todo su esfuerzo y dedicación sacó adelante mi carrera desde que comencé, creyó en mí y en mi esfuerzo a pesar de todo y para quién espero sea un orgullo verme graduado y titulado este año. Gracias por su amor incondicional y su apoyo en cada momento de mi vida. Doy gracias a Dios por haberme permitido crecer en un hogar donde el núcleo de mi familia y de mi educación fue mi mamá, y por ello hoy soy un hombre con valores y responsable tal cual lo soñó ella.
- Mi familia que me brindó lo mejor de sí para sacar adelante mis estudios y la cual no escatimó recurso alguno para compartir mi título el día de hoy. Gracias a ellos por su compañía y colaboración en los momentos más difíciles durante este proceso de aprendizaje.
- A mi novia, Angélica María Morales González quien desde el comienzo hasta el final estuvo acompañándome en mi carrera, a pesar de las dificultades que la vida nos brinda, doy gracias a la mujer que creyó en mí y en mis capacidades de lograr tantos sueños y tantas metas que me propuse desde que comencé este gran reto. Doy gracias a su apoyo, su colaboración, su paciencia, pero sobre todo por su amor que siempre me ha acompañado hasta el día de hoy y el cual ha sido incondicional.
- Claudia Pilar García, quién me dirigió, acompañó y se interesó de manera dedicada y responsable en mi trabajo de grado, gracias por su asesoría y experiencia ya que por medio de estas pude culminar con este proceso y a todas las personas que me colaboraron con la investigación, respondiendo a cada una de mis preguntas y



dedicándome un espacio de su tiempo para lograr llegar a las conclusiones de mi trabajo de grado.

- Finalmente a la Pontificia Universidad Javeriana en especial a la Facultad de Comunicación y Lenguaje ya que gracias a los conocimientos, exigencia y experiencia impartidos por cada uno de los integrantes del programa considero que me he convertido en un profesional ético e íntegro tanto en la parte profesional como personal



Contenido

AGRADECIMIENTOS	¡Error! Marcador no definido.
INTRODUCCIÓN.....	12
JUSTIFICACIÓN.....	14
OBJETIVOS	16
Objetivo General	16
Objetivos Específicos (Particulares)	16
CAPÍTULO 1: METODOLOGÍA.....	17
Encuesta para jóvenes tatuados, tatuadores y publicistas.....	18
(ANEXO 1)	18
Encuesta para jóvenes estudiantes de la Pontificia Universidad Javeriana (ANEXO 2)	19
CAPÍTULO 2: TATUAJE EN SU MÁXIMA EXPRESIÓN	20
El tatuaje en la historia	20
Tatuaje en la actualidad	22
El tatuaje como moda	23
La Publicidad desde los tatuajes	25
La comunicación en la historia	26
La comunicación del cuerpo	30
El Cuerpo en la historia	31
La representación del cuerpo	34
CAPÍTULO 3: INVESTIGACIÓN, DESARROLLO Y EVALUACIÓN DEL TATUAJE COMO ESTRATEGIA PUBLICITARIA.....	36
Desarrollo del Tema	36
RECOLECCIÓN DE DATOS	36
ANÁLISIS DE DATOS.....	37
•GRUPO PUBLICISTAS ENCUESTADOS	37
•GRUPO DE TATUADORES ENCUESTADOS.....	43
•GRUPO DE TATUADOS ENCUESTADOS	50
•GRUPO FOCAL en línea a ESTUDIANTES DE LA PONTIFICIA UNIVERSIDAD JAVERIANA	56
•ANÁLISIS ENTREVISTAS GRABADAS	63



CAPÍTULO 4: HALLAZGOS Y CONCLUSIONES.....	73
BIBLIOGRAFÍA.....	77

LISTA DE TABLAS

TABLA 1. Publicistas Arte VS Moda
TABLA 2. Análisis pregunta 6, publicidad por medio de tatuajes.
TABLA 3. Análisis sobre el tatuaje como moda o arte para tatuadores
TABLA 4. Tatuaje como Arte.
TABLA 5. Tatuaje como Moda.
TABLA 6. Promoción de productos o Marcas por medio de tatuajes
TABLA 7. Promedio de tatuajes por Estudiante PUJ
TABLA 8. Resultado Entrevista Tatuado
TABLA 9. Resultado Entrevista Tatuado
TABLA 10. Resultado Entrevista Tatuado
TABLA 11. Resultado Tatuador
TABLA 12. Resultado Tatuador Vía Libre
TABLA 13. Resultado Tatuador Vía Libre
TABLA 14. Entrevista a Publicista
TABLA 15. Entrevista a Mercadotecnista Publicista
TABLA 16. Entrevista a Publicista

LISTA DE GRÁFICOS

Gráfico 1. Análisis de la pregunta 4 sobre el tatuaje
Gráfico 2. Medio de Comunicación según tatuadores
Gráfico 3. Ejemplos de publicidad en tatuajes.
Gráfico 4. Común denominador de respuestas en tatuados.
Gráfico 5. Datos Obtenidos por Google Drive sobre Oferta Económica
Gráfica 6. Estadística del tiempo de duración de un tatuaje
Gráfico 7. Estadísticas de Escalas Económicas.

ANEXOS

Encuesta para jóvenes tatuados, tatuadores y publicistas. (ANEXO 1)
Encuesta para jóvenes estudiantes de la Pontificia Universidad Javeriana (ANEXO 2)
MATRIZ ENCUESTADOS TATUADOS (ANEXO 3)
MATRIZ ENCUESTADOS TATUADORES (ANEXO 4)
MATRIZ ENCUESTADOS PUBLICISTAS (ANEXO 5)
MATRIZ ENCUESTADOS ALUMNOS PONTIFICIA UNIVERSIDAD JAVERIANA (ANEXO 6)
MATRIZ ENTREVISTADOS MUESTRA DE 3 PERSONAS POR CADA GRUPO (ANEXO 7)



INTRODUCCIÓN

Este trabajo de grado se hace para recibir el grado de Comunicador Social con énfasis en Publicidad de la Pontificia Universidad Javeriana. Es un estudio que investiga la forma en que el tatuaje puede llegar a vender una marca o un producto de determinada empresa o compañía con fines comerciales enfatizado en el marketing y las estrategias publicitarias.

Además de esto y como parte de la investigación se evalúa el grado de aceptación que tienen los tatuajes en la sociedad actualmente y las diferentes percepciones que tienen el tatuador, la gente del común, los publicistas y las personas que están tatuadas.

Para entender el objeto de estudio de esta tesis es necesario ver el tatuaje en su totalidad como un arte que a diferencia de los demás, es tan efímero como la vida misma, ya que desaparece con su portador. Es esa transitoria existencia la garante de darle un valor único a este arte, que a través de la historia ha venido evolucionando. Capaz de transmitir y difundir reacciones y sentimientos opuestos como interés, admiración, consternación, asco, asombro u oposición, este arte no pasa desapercibido en el cuerpo de una persona.

Este trabajo de grado consta de 4 capítulos principales en los cuales se abarcan grandes temas que hacen parte de la investigación, de tal forma, que en el primer capítulo se describe la metodología a seguir para realizar la investigación, en el segundo capítulo se comienza con un recorrido por la historia, los antecedentes y como este ha hecho parte de grandes culturas juveniles en la actualidad. Dentro de este capítulo se ve la importancia del cuerpo y la representación que tiene el mismo para los medios de comunicación a través de los tatuajes.

El tercer capítulo está totalmente basado en la investigación realizada para desarrollar la pregunta de tesis, esta se realizó mediante un método cualitativo



interpretativo el cual tiene como objetivo analizar la realidad circundante de jóvenes y personas vinculadas directamente con el proceso del tatuaje.

Como tal el método es cualitativo y se usaron encuestas y entrevistas realizadas a cuatro grandes focos grupales que están directamente implicados en el círculo de los tatuajes como lo son, expertos tatuadores, gente del común que esta tatuada, publicistas y estudiantes que son la muestra y objeto clave de estudio dentro de la investigación.

El análisis de las encuestas y de las entrevistas se realiza por métodos matriciales que proponen detallar de forma clara y concisa la información marcando una tendencia en las respuestas y ubicando al investigador en un punto clave para la toma de decisiones con respecto a las preguntas de investigación realizadas desde un comienzo.

Es válido recalcar que para el investigador estos métodos son importantes ya que en esta ocasión, es el primer contacto con la realidad en la que se tiene interés de conocer, para, posteriormente extraer un estudio a profundidad sobre la aceptación de los tatuajes como medio publicitario.

Además, se busca caracterizar un fenómeno o situación concreta indicando los rasgos más peculiares o diferenciadores.

Teniendo en cuenta lo anterior y los fines académicos que contiene este trabajo de grado se pretende llegar a analizar el tatuaje como estrategia publicitaria en la modernidad. Lo cual se revisa dentro del capítulo 4, en donde finalmente se encuentran las conclusiones y los hallazgos.

Finalmente agradezco a las personas que colaboraron en esta tesis ya que con sus aportes intelectuales y experimentales dieron bases sólidas para determinar si a futuro esta idea puede surgir en el mercado y representar un avance publicitario para las compañías que están a la vanguardia.



JUSTIFICACIÓN

Esta investigación se realiza ya que existe la necesidad de ver el tatuaje como una nueva estrategia publicitaria para las organizaciones de hoy en día, debido a que más del 70% de los negocios a nivel mundial se manejan o se venden a través de la publicidad, el mercadeo y el producto en sí mismo.

Los tatuajes en la actualidad son vistos de diferentes maneras según la persona, es decir, si esta es estudiada o no, amante del arte o ignorante a éste, de estrato bajo o alto, conservadora o liberal, joven o adulta, etc. Es allí, donde este arte adquiere su verdadera importancia pues varía dependiendo de la cultura, la época y la persona que lo porta.

Adicional al significado que un tatuaje tiene, también es de suma importancia la estética que refleja el tatuaje, ya que al fin y al cabo será parte del cuerpo de quien lo porta. Hay que tener en cuenta que el tatuaje es la creación de un artista, que gracias a su talento, su experiencia y creatividad logra plasmar en el cuerpo de un ser, su obra de arte.

La relación estrecha de esta investigación es el conjunto entre arte y publicidad porque es allí donde se crean nuevas formas de innovar, para poder lograr nuevas experiencias de comunicación, nuevas formas de crear publicidad, y nuevas formas de crear relaciones de marca con el consumidor.

La publicidad con tatuajes, puede llegar a ser una nueva forma de crear un vínculo con el consumidor muy especial, no solo porque crea un ambiente artístico entre marca y consumidor, sino también porque es una nueva forma creativa de vender publicidad. Esto es algo que puede llegar a muchas empresas a realmente crear “fidelidad” de marca que tanto buscan con tarjetas, puntos, o regalos, que si uno lo mira de fondo solo se queda en palabras.



Finalmente, los tatuajes hacen parte de la cultura del hombre, ya sea por su identidad como significado, o bien sea como un aspecto estético. El tatuaje en la modernidad, tiene un sentido mucho más allá del artístico, es algo que manifiesta diferentes tipos de sentimientos, expresiones o simplemente recuerdos que cada persona interioriza al llevar a cabo un procedimiento como este.

Los anunciantes han perfeccionado el arte de manipular el interés humano y, mediante imágenes dirigidas a las susceptibilidades humanas, han perfeccionado una solución para hacer que los consumidores desinteresados sean cautivados por la idea de que pueden convertirse en una mejor y más exitosa persona con su producto. Los tatuajes no son ajenos a esta propuesta, pues estos llenan un espacio, en el consumidor hoy en día, llegando a ser vendidos en forma de publicidad, esto es un hecho que está pasando, empresas compran partes del cuerpo de las personas con el fin de tener un espacio publicitario de por vida. Tomado del artículo Una visión crítica de la Publicidad, de Protipd David Kirby, para el Blog [TheZeitgeistMovemeteOfficial Blog](#).



OBJETIVOS

Objetivo General

Indagar si el cuerpo tatuado puede ser una herramienta de publicidad con los tatuajes, entre los jóvenes y adultos, que se vean propensos a este arte.

Objetivos Específicos (Particulares)

- Explicar la transformación del tatuaje a través de la historia.
- Exponer la situación del tatuaje como forma de publicidad.
- Examinar si la publicidad con tatuajes puede llegar a ser una nueva forma de consumo.



CAPÍTULO 1: METODOLOGÍA

El trabajo se realizará por medio de una investigación cualitativa: “La investigación cualitativa, también llamada interpretativa, es la alternativa más expedita de los investigadores sociales para interpretar y comprender la realidad social circundante. Esta estrategia de investigación ha adquirido una extraordinaria importancia en las décadas recientes, ya que los profesionales de las Ciencias Sociales han aceptado y valorado la rigurosidad científica de los métodos cualitativos”. (Santana,2010,prefacio).

Cada vez son más los profesionales y los estudiantes dedicados a la labor de investigación en el contexto socio-educativo en búsqueda de información seria y completa sobre esta temática, que se ajuste a las demandas curriculares de las instituciones de Educación Superior, en especial, de las universidades que tienen entre sus objetivos desarrollar el rol de investigador en los profesionales en proceso de formación.

Sin embargo, la información sobre investigación cualitativa se encuentra bastante dispersa e, incluso, existe abundante literatura que emplea terminología no acorde con la filosofía propia de esta plataforma de investigación la cual requiere un profundo entendimiento de lo humano y las razones que lo gobiernan. A diferencia de la investigación cuantitativa, la investigación cualitativa busca explicar las razones de los diferentes aspectos de tal acontecimiento en torno a lo humano. En otras palabras, investiga el por qué y el cómo se tomó una decisión, en contraste con la investigación cuantitativa, que busca responder preguntas tales como cuál, dónde, cuándo, cuánto.

La investigación cualitativa se basa en la toma de muestras pequeñas, esto es la observación de grupos de población reducidos, como salas de clase, una comunidad, etcétera., teniendo en cuenta esto, la metodología de este trabajo de grado se realiza por medio de entrevistas, y de encuestas de opción



múltiple al igual que preguntas abiertas respuestas de jóvenes y adultos entre los 15 y 25 años, los cuales sean más propensos al arte y la cultura del tatuaje. Para saber que tan viable puede ser una propuesta de una campaña con tatuajes publicitarios.

Y por ende mirar que tanta gente está de acuerdo con esto. Así mismo se realiza una investigación por medio de textos, como tesis, artículos, libros. Los cuales permiten el acceso a la información necesaria para llevar a feliz término la investigación.

Así mismo a 10 tatuadores que habitan en Bogotá para saber qué tan viable puede ser esta estrategia publicitaria y la concepción que tienen lo mismo sobre este estado artístico.

Por otro lado, se realiza observación del entorno de los tatuajes, por medio de trabajo de campo, el cual permite identificar los principales agentes que influyen a la hora de practicar el tatuaje.

Las encuestas realizadas se dividen en 3 a continuación se puede ver los modelos para cada grupo de personas:

Encuesta para jóvenes tatuados, tatuadores y publicistas.

(ANEXO 1)

1. ¿Cómo cree usted que los tatuajes pueden llegar a ser un medio de comunicación?
(El objetivo de esta pregunta es poder identificar si la gente cuando se tatúa lo hace con la intención de comunicar algo o simplemente amor al arte en su cuerpo)
2. ¿Piensa usted que los tatuajes son un arte en el cuerpo o son una moda hoy en día?



(El objetivo de esta pregunta es identificar la perspectiva de las personas tatuadas sobre ellas mismas.)

3. ¿Por qué cree usted que cada vez hay más gente tatuada y está dejando de ser un tabú en la sociedad?

(El objetivo de esta pregunta es poder identificar que piensan las personas sobre los tatuajes en la sociedad y como lo perciben.)

4. ¿Qué piensa usted del cuerpo como instrumento para promocionar algún producto o marca por medio de tatuajes?

(El objetivo de esta pregunta es mirar si las personas con tatuajes estarían de acuerdo con prestar su cuerpo para realizar publicidad)

Encuesta para jóvenes estudiantes de la Pontificia Universidad Javeriana (ANEXO 2)

1. Nombre
2. Edad
3. Profesión y/o Ocupación
4. Tiene Tatuajes?
5. Qué representan los tatuajes para usted
6. Qué imagen tiene de las personas tatuadas
7. Qué lugares cree usted que una persona jamás debe tatuarse
8. Cree que los tatuajes son un tabú Por qué?
9. Cómo puede llegar a comunicar o a expresar una idea un tatuaje
10. Qué piensa de la publicidad en el cuerpo por medio de tatuajes
11. Estaría dispuesto a hacerse un tatuaje publicitario si hubiera una oferta económica de por medio
12. Se haría un tatuaje publicitario por un tiempo o permanente?
13. Ubique en la siguiente escala cuánto dinero pediría usted o estaría dispuesto a recibir por una empresa para portar un tatuaje en su cuerpo. Teniendo a cero como una cantidad mínima y a 10 como la cantidad máxima.



CAPÍTULO 2: TATUAJE EN SU MÁXIMA EXPRESIÓN

Este capítulo contempla el avance de diferentes expresiones gráficas escritas hasta llegar al tatuaje como medio de expresión corporal y publicitaria en la actualidad, se enfatiza en el cuerpo, las culturas juveniles, los medios de comunicación y la publicidad.

El tatuaje en la historia

Los tatuajes hacen parte de la cultura del hombre, ya sea por su identidad como significado, o bien sea como un aspecto estético. “La práctica del tatuaje se define como un tipo de renacimiento que se da en la cultura contemporánea, este renacimiento se expresa en la transformación del cómo se realizan los tatuajes en la actualidad.” (Rubbon, 1998, pág. 130). El tatuaje en la modernidad, tiene un sentido mucho más allá del artístico, es algo que manifiesta diferentes tipos de sentimientos, expresiones o simplemente recuerdos que cada persona interioriza al llevar a cabo un procedimiento como este. Tanto el tatuador como el individuo tatuado manifiestan un arte contemporáneo que va más allá de un dibujo, el cual se convierte en un rito que se manifiesta dentro de la piel.

La piel es un espacio simbólico en donde se manifiestan diferentes tipos de recuerdos, identidades, formas de vivir; todas estas mirándolas desde diferentes partes en la historia, pasando desde la antigua Roma y Grecia, hasta lo que es hoy en día. Las transformaciones corporales como son las expansiones, tatuajes, malformaciones, hacen parte de las diferentes formas de manifestación, que el ser humano ha tenido a lo largo de la historia. Cada tribu, comunidad, país, maneja una tradición, que puede verse reflejada en estos tipos de demostraciones. El tatuaje a lo largo del tiempo fue primero considerado como método curativo en el antiguo Egipto, después fue considerado como una forma de enmarcar la valentía de los guerreros romanos, hasta que el cristianismo lo prohibió por ser una práctica que atentaba contra el cuerpo el cual era considerado a imagen y semejanza de



Dios. ,(Sierra, 2009, pág. 314). En el caso de los indígenas de Latinoamérica, manifestaban diferentes rituales que llevaban los tatuajes como principales actores, ya sea para enmarcar un progreso dentro de la comunidad o bien sea para jerarquizar las personas según su categoría en las tribus, es el caso de los Ticunas de San Martín de Amacayacu. Así mismo, las tribus indígenas colombianas del Amazonas miraban los tatuajes como una transformación cultural dentro de su tribu, llevándola a la exaltación de su raza y la identificación de su comunidad frente a otras. (Atkinson, 2003, pág. 123)

Los tatuajes antiguos eran tanto corporales como faciales, y se hacían de plantas como la bija, la más difundida y la jagua. Estas llevaban un proceso para llegar al pigmento deseado, con el fin de ser puesto en la piel de manera permanente. Por otro lado, las mujeres llevaban tatuajes diferentes a los hombres, los cuales representaban era compromiso con la pareja, fidelidad y castidad. Mientras que los hombres sus tatuajes simbolizaban su hombría, su valentía, si eran guerreros, y si eran chamanes o jefes de la tribu, simbolizaban sabiduría. “Cuando revisamos el significado de los tatuajes en los últimos 150 años, se hace evidente por que los tatuajes son mejor comprendidos entre momentos generacionales” (Atkinson 2003, pág. 172). Puesto que al tatuarse en la cultura occidental, lleva consigo una marca que trasciende a través del tiempo, donde antiguamente tatuarse tenía un valor de virilidad, que hacía que otro admiraran aquel proyecto, hoy en día, tatuarse simboliza manejar un arte propio.

Lo anterior está sustentado también en rituales religiosos, "Pero lo que es característico del fenómeno religioso, es el hecho de que siempre supone una división bipartita del universo conocido y cognoscible en dos géneros que comprenden todo cuanto existe, pero que se excluyen mutuamente. Las cosas sagradas son aquellas protegidas y aisladas por las prohibiciones; las cosas profanas, aquéllas a las que se aplican las prohibiciones y que deben permanecer a distancia de las primeras. Las creencias religiosas son representaciones que expresan la naturaleza de las cosas sagradas y las



relaciones que mantiene, sea unas con otras, sea con las cosas profanas. Por último, los ritos son reglas de conducta que prescriben cómo debe comportarse el hombre con las cosas sagradas." (Eliade, 1981, pág. 21)

Todo está sustentado en que muchas creencias religiosas se basaban en pictogramas y marcas en la piel que hacían buscar la diferenciación entre las culturas y la religión.

Tatuaje en la actualidad

Se cree que en la antigüedad el proceso del tatuaje era mucho más elaborado que en la actualidad, ya que tenía un carácter significativamente más ritualista que en el mundo contemporáneo. Existía la creencia que los tatuajes protegían contra la mala suerte y las enfermedades. También se utilizaban como identificadores del prestigio social, del rango o de pertenencia a un grupo determinado. Sin embargo, se ha usado frecuentemente como adorno. Hoy en día, se podría hablar de los tatuajes como una "moda" lo cual hace que pierda su significado ancestral y con esto que se vuelva un objeto del capital de consumo. Es decir, "Los tiempos han cambiado vertiginosamente y podemos disfrutar del ejercicio pleno de nuestros derechos y obligaciones, y con ello, las perforaciones y los tatuajes son vistos como ornamentos de moda, fijación de la personalidad y atracción sexual. Un tatuaje implica aspectos personales que finalmente la sociedad debe respetar bajo un ámbito de tolerancia." (González, 2007, pág1) La sociedad ha estado vinculada a el tatuaje donde este es un derecho fundamental a la libre expresión de una persona y en la cual al ser de libre elección puede que una de estas opciones sea algo fashionista, arte y/o gustos personales.

El tema de la moda lejos de ser un asunto meramente banal constituye un documento estético sociológico que da clara cuenta de las sensibilidades de una época, en particular de la voluntad de ruptura e innovación o, por otra parte, de férreo conservadurismo, quedando definido el asunto del vestir como un asunto sustancialmente político. La moda ésta en todas partes, también en



los tatuajes, jóvenes que quieren adaptarse a un medio que les ofrece, rebeldía, arte y expresión juntas en un mismo espacio, seguro que se puede vender por ir en contra de la corriente y con esto marcar un hito en el camino tanto en su vida personal como ante la sociedad que les exige cambios drásticos para hacer parte de un nuevo grupo. Pues, solo mirando alrededor, casi la mitad de los jóvenes en cualquier lugar tiene un tatuaje, y no solo los jóvenes, personas ya adultas también llevan una marca para toda la vida. Esto es algo que globalmente sigue en aumento, y es por esto que los tatuajes tienen su lugar en la sociedad, ya sea transformándolo como una moda o como un símbolo personal en busca de una identidad. Los jóvenes siempre buscan una forma de integrarse a algo y esto ha generado hoy grupos juveniles, los cuales se identifican con diferentes aspectos entre ellos, los tatuajes, por lo tanto si se retoma el comienzo de una moda y un grupo juvenil se puede hacer una conexión entre los dos ya que son directamente proporcionales es decir depende el uno del otro, viéndolo en este sentido un grupo juvenil puede tener su eje en los tatuajes que tengan sus integrantes los cuales lo hacen siguiendo una moda o una tendencia marcada por la sociedad en la cual se desarrollan.

El tatuaje como moda

Hoy en día los tatuajes están inmersos en la sociedad y en las sub-culturas urbanas que se han dado a conocer a lo largo de los últimos años. Podría decir que se ha atribuido un nuevo significado a los tatuajes, en diferentes partes del mundo occidental los tatuajes se han hecho a conocer como símbolo de rebeldía, de satanismo (aprovechando el alto poder religioso de algunas regiones), una especie de tabú, se genera un rechazo social, que bien puede ser que se genera por desconocimiento de este arte o de la percepción personal que se conlleva realizarse un tatuaje.

En países como Argentina el tatuaje ha dejado de ser un tabú a ser una moda común en las calles del país, no se condiciona o se atribuye a algo malo el tener uno o más tatuajes, hoy en día podemos ver tatuajes que hagan alusión a



los equipos de fútbol, grandes personajes de la historia, retratos de familiares, signos, letras y símbolos, entre otros.

La nueva ola del tatuaje puede verse o interpretarse como una búsqueda de la identidad de cada individuo, siempre en busca de la originalidad y destacar en la sociedad al punto de que hoy en día puede interpretarse como una moda, pues desde los avances tecnológicos y de estilos de tatuajes cada vez son más personalizados al gusto de cada persona.

Cuando se hace referencia a las culturas juveniles, una de las formas más acertadas de conocer el presente, es tratando de comprender a los protagonistas de hoy: los jóvenes; y como afirma Rosana Reguillo, hay que aprehende a las prácticas juveniles(estéticas, apropiaciones“ Tatú y piercing son una formad demostrar a la sociedad su forma de ser, sentirse identificados con algo, auténticos, únicos como algo más que simples acciones de rebeldía contra la institucionalidad clásica , se está aludiendo a un modo en que las experiencias sociales de los jóvenes son expresadas colectivamente mediante la construcción de estilos de vida distintivos, localizados en el tiempo libre, que están compuestos por una serie de elementos culturales, entre los cuales puede destacarse: primero, el lenguaje, como forma de expresión oral distinta a la de los adultos, pues los jóvenes realizan juegos lingüísticos e inversiones lingüísticas que marcan la diferencia con los otros; en segundo lugar, la música, donde el género del rock se transformó en la primera música generacional, que fue capaz de distinguir a los jóvenes, internalizándose en el imaginario cultural juvenil, y marcando las identidades grupales, producto de su consumo o de la creación; y en tercer lugar, la estética, que potencia la identidad juvenil a través, por ejemplo, del pelo, la ropa, los accesorios, entre otros. Es así como producciones culturales se construyen a partir de revistas, videos, músicas, grafitis, fanzines, perforaciones, y tatuajes. (Castillo, 2005, pág. 54).



La Publicidad desde los tatuajes

La publicidad, definida como el “conjunto de medios que se emplean para divulgar o extender la noticia de las cosas o de los hechos y la divulgación de noticias o anuncios de carácter comercial para atraer a posibles compradores, espectadores, usuarios, etc.”(Rae, pag1008, 2000), en sí esta ha llenado el universo de la comunicación, persuade a los consumidores para que creen que necesitan más zapatos, más juegos y más herramientas de limpieza, de lo contrario, sólo van a ser como todos los demás, infelices. Los anunciantes se aprovechan de las emociones e instintos humanos con el fin de despertar el interés en un producto en el cual los inocentes consumidores no estaban previamente interesados. Hermosas modelos, colores brillantes, imágenes pacíficas y tipos de letra llamativos son constantemente utilizados en la publicidad, tanto para atraer la atención de los lectores como para hacer que se sientan como que, sin su producto, no hay forma de ser tan exitosos o atractivos como las ilustres personas de los anuncios. Los anunciantes han perfeccionado el arte de manipular el interés humano y, mediante imágenes dirigidas a las susceptibilidades humanas, han perfeccionado una solución para hacer que los consumidores desinteresados sean cautivados por la idea de que pueden convertirse en una mejor y más exitosa persona con su producto. Los tatuajes no son ajenos a esta propuesta, pues “estos llenan un espacio, en el consumidor hoy en día, llegando a ser vendidos en forma de publicidad, esto es un hecho que está pasando, empresas compran partes del cuerpo de las personas con el fin de tener un espacio publicitario de por vida.” (Cámara, 2008, página 120)

Pero la sociedad no está preparada para esto, pues son años de tradición en donde los tatuajes se han convertido en un estigma social, de mala persona, delincuente o simplemente no es aceptada socialmente. Sin embargo, esto está cambiando día a día, pues cada vez hay libertad de expresión, cada vez hay más jóvenes con mentes abiertas, las circunstancias de la sociedad la ha obligado a evolucionar.



La comunicación en la historia

“La comunicación es inseparable de la cultura. Es el otro lado de la misma moneda. No puede existir la una sin la otra. La cultura es comunicación y la comunicación es cultura”. (Hall and Hall, 1990). O como lo dice un gran autor como lo es Jesús Martín Barbero quien encuentra la relación entre la comunicación y el desarrollo de la misma en la juventud “lo que hay de nuevo hoy en la juventud, y que se hace ya presente en la sensibilidad del adolescente, es la percepción aun oscura y desconcertada de una reorganización profunda en los modelos de socialización: ni los padres constituyen el patrón-eje de las conductas, ni las escuela es el único lugar legitimado del saber, ni el libro es el centro que articula la cultura”. (Barbero, 2002) Acerca de las aportaciones esenciales de Martín Barbero, se puede señalar que analiza los procesos de mediación cultural desde una perspectiva histórica y explica detalladamente las reacciones que tienen lugar entre la producción de contenidos desde los medios masivos y las rutinas de consumo de esos contenidos en el contexto cotidiano. Es decir, el consumo se adapta y redefine acorde con las matrices culturales y simbólicas de las prácticas sociales de una comunidad determinada. El consumo cultural, en este sentido, se convierte en producción simbólica, es un acto expresivo y creativo en el que el sujeto se piensa a sí mismo y en relación con los demás toda la idea de comunicación como interacción.

La comunicación del ser humano se remonta desde la prehistoria donde los primeros hombres utilizaban lenguajes arcaicos para su comunicación, como también utilizaron las primeras pinturas que se convertirían en las primeras formas de comunicación escrita y visual. Las cuevas de Altamira en el Paleolítico superior son referencia no solo obligada aquí, sino en tu documento más adelante tienes que leer lo que significa la imagen como forma de representación.



La primera representación comunicativa que paso de ser oral a escrita fue 4000 AC en donde se escribían en tablas de arcilla, soporte en el que se comunicaban mediante el relato de símbolos, este oficio era de muy pocos ya que su dominio tomaba años de aprendizaje. (Sierra, 2009, pág. 316) Posteriormente los egipcios empezaron con el primer alfabeto en la historia con papiros que eran hechos con materiales vegetales y también promedio de pictogramas. Asimilando los signos con sonidos fue evolucionando el alfabeto. Los griegos evolucionaron hasta llegar a componer obras literarias que luego se transformarían en el lenguaje romano que ha llegado hasta nuestros días. (Sierra, 2009, pág. 314)

En China los primeros testimonios de escritura conservados son los llamados “huesos oraculares” o “huesos de dragón” -en realidad caparazones de tortuga, escápulas de buey, con signos, a veces incisos, pero también pintados con tinta negra y roja; contienen anotaciones adivinatorias y mágicas de la época de la dinastía Shang (hacia 1766-1122 a.C.). Su antigüedad compite con la de las placas de bronce grabadas con textos de similar contenido.

La piedra y la roca se pintaban en Grecia y Roma, como por ejemplo los *graffiti* pompeyanos. Se conocen en España, por ejemplo, también grafitos pintados en la Cueva Negra de Fortuna, en la provincia de Murcia, de los siglos I-II d.C.

La tradición atribuye el descubrimiento del papel a Tsi Lun, un oficial del emperador chino de la dinastía Han, en el año 105 d.C. Se conservan unas cartas del 137 d.C. La invención del papel triunfó definitivamente en China, desplazando a los habituales soportes como el bambú, la seda, la madera o el hueso. Este material, convertido en el soporte universal de la escritura, tardó, sin embargo, bastante tiempo en difundirse en Occidente. Al parecer los árabes lo copiaron a partir del 751 d.C., al descubrir entre los prisioneros de guerra, tras una victoria sobre los chinos cerca de Samarkanda, a algunos artesanos de la fabricación de papel. Pero hasta los siglos X y XI no empieza realmente a ser usado en Europa y, con todo, tardará en desplazar al pergamino. Sin



embargo, puede decirse que la difusión del papel y su utilización masiva ha constituido uno de los avances mayores en la historia de la cultura, comparable al de la imprenta y estrechamente relacionado con ella.

El papel fabricado en China contenía un elemento de origen vegetal: se extraía a partir de una monocotiledónea (*moruspapyrifera sativa*), sin embargo, deja de fabricarse con ella a raíz de su difusión por Asia Central y luego por el Próximo Oriente y, finalmente, por Occidente. (Romero-I. y Rodríguez-a, 1995, página 70)

La edad media tuvo un proceso de estancamientos con este proceso por las represiones que la iglesia católica manejo durante su apogeo en la historia europea. Los monjes eran los encargados de esto hasta el punto de ser enseñado en la creación de las universidades en el siglo XVI. Así mismo los árabes integraron el papel que ya había sido descubierto por la cultura china que era derivación de fibras vegetales.

La imprenta fue un invento revolucionario que marco la historia de la comunicación, en donde se integraron los libros y escritos de diferentes temas que dieron al hombre una forma de vivir en donde implementaban la lectura como una forma de enriquecer su intelecto personal hasta nuestros días. Así mismo, el internet y los medios digitales han creado una nueva forma de hacer comunicación, creando nuevas formas de interacciones y cambiando el curso de la historia y de la relación interpersonal. Con la creación de la imprenta se da un paso histórico que permitió el desarrollo de los medios masivos de comunicación como la prensa por medio de periódicos que invitan a los lectores a mantenerse actualizados y cultivar un poco de cultura general y un poco de ocio entre los mismos, así mismo la Radio es uno de los sistemas de comunicación que se ha desarrollado de tal manera que es uno de los mejores, ya que por este medio se pueden expresar muchas cosas como arte, noticias, entre otros.



No conformes con la aparición de la radio se vieron con la necesidad de crear algo llamado TELEVISION que además de permitir escuchar un sonido permitiera proyectar una imagen de un suceso que esté ocurriendo en el momento de forma instantánea. El primero de dichos dispositivos fue el disco Nipkow, patentado por el inventor alemán Paul Gottlieb Nipkow en 1884, pero que, debido a su naturaleza mecánica, no funcionó. Luego aparecieron el iconoscopio (en 1923) y, poco después, el tubo disector de imágenes, inventado por el ingeniero de radio estadounidense Philo Taylor Farnsworth. Luego, en 1926, el ingeniero escocés John Logie Baird inventó un sistema de televisión que utilizaba los rayos infrarrojos para captar imágenes en la oscuridad, pero fue tan sólo hasta después de terminada la Primera Guerra Mundial, con la aparición de los tubos, los circuitos electrónicos y los avances en la transmisión radiofónica, que la televisión, como tal, pudo desarrollarse realmente. Las primeras emisiones públicas de televisión las efectuaron la BBC, en Inglaterra, en 1927 y la CBS y la NBC, en Estados Unidos, en 1930. Las emisiones de programas se iniciaron en Inglaterra en 1936 y en Estados Unidos en 1939, pero se interrumpieron durante el transcurso de la Segunda Guerra Mundial. (Tomado de artículo del Banco de la República)

La televisión ha tenido grandes avances ya que esta comenzó siendo de blanco y negro evolucionando años más tarde a televisión en color.

En cuanto a los computadores podemos decir que se empezó con grandes ordenadores que ocupaban habitaciones inmensas dando paso a unos más pequeños. Estos permiten que la mayoría de las personas puedan acceder mediante internet a la información que ellos precisen es decir, que puedan recibir, almacenar e incluso enviar información.

La comunicación masiva actual: Los medios de comunicación se industrializaron y actualmente participan de muchas características de las empresas de producción en masa. Emprenden mercados, aun los medios que no contienen publicidad, tal como hacen los fabricantes o detallistas; al mismo



tiempo, han adaptado su mensaje para el público en general; han homogeneizado sus técnicas y su contenido, y, como toda empresa floreciente, en general han perfeccionado sus sistemas y su tecnología. Todo esto confirma la relación existente entre una sociedad y sus sistemas de comunicación social.

Los tatuajes al igual que todos los medios de comunicación transmiten un contenido de información personal o social de forma tal que generan una historia y una recordación en el público.

La comunicación del cuerpo

El cuerpo debe comprenderse desde distintas perspectivas, en donde se le pueda ver como algo que influye en la sociedad y también como un problema a tratar. Es decir, como un objeto estructural de lo humano establecido socialmente, pero también como algo que está evolucionando con el tiempo. Para poder comprender el concepto del cuerpo, se debe partir de la premisa de que todo ser humano se manifiesta a través de este, el cuerpo es sustancial de lo humano. Al punto que se quiere llegar, es que los individuos no solo se manifiestan por los movimientos y reflejos, sino también los pensamientos y sentimientos emitidos por este. Comunicando un mensaje por medio de su corporeidad. “La corporeidad es la vivencia del hacer, sentir, pensar y querer” (Zubiri, 1986, página 113), el cuerpo es constitutivo del hombre.

Cuando nacemos, el cuerpo se adapta a la realidad, transformando su corporeidad. Sus experiencias, su entorno, la forma en cómo va percibiendo su contexto, va creando unas nuevas estructuras de referencia. Al terminar este proceso, y llegando la muerte terminamos siendo tan solo cuerpo. Así mismo, Bernard hace alusión al problema del referente del cuerpo al decir que “Si nuestro cuerpo es el órgano de lo posible lleva también y simultáneamente el sello de lo inevitable. Por eso, el discurso sobre el cuerpo nunca puede ser neutro. Hablar del cuerpo es aclarar más o menos uno u otro de sus dos aspectos: el aspecto a la vez prometeico y dinámico de su poder demiúrgico y ese ávido deseo de goce y ese otro aspecto trágico y lastimoso



de su temporalidad. De manera que toda reflexión sobre el cuerpo es, quiérase o no, ética y metafísica: proclama un valor, indica una cierta conducta y determina la realidad de nuestra conducta”. (Bernard,1985, página12)

A lo que se refiere el autor con lo anterior, es que el cuerpo se inicia como objeto, desde que está en el vientre materno hasta la muerte. Y el cuerpo como problema, es el proceso de interacción con la realidad y la construcción del mismo que da paso a la corporeidad de este. En otras palabras, el cuerpo es sólo el principio y el fin; la corporeidad es la vida misma, el proceso.

El Cuerpo en la historia

Para entender lo anterior, se debe comprender el cuerpo a través de la historia, los griegos miraban el cuerpo como una obra de arte, como la máxima expresión que podía exaltar el ser humano. Trabajaban y esculpían su cuerpo a diario. Así mismo, entendían que el concepto de arte, debía complementarse de dos factores, de lo bueno y lo bello. Lo que implicaba una conexión entre lo mental y lo físico. Entendiendo que del desarrollo de la mente debe ser continuo con el desarrollo corporal.

Desde los griegos hasta nuestra época, ha ido cambiando la concepción del cuerpo a través de estructuras sociales que se han dado a lo largo de la historia. En donde se conceptualiza como un instrumento útil, eficiente y productivo, lo que deviene en la ideología de una sociedad capitalista.

En Europa durante la Edad Media, el cuerpo es objeto del cristianismo, en donde era establecido como una carga con la cual el ser humano tenía que llevar, con disciplina, sumiso de sí mismo, sometido a la disciplina del orden establecido por la iglesia, supeditado a la salvación del alma. “Fuera de lo establecido por la Iglesia como filosofía para la vida en general, el cuerpo popular se manifestaba en las fiestas medievales, un cuerpo grotesco, excediendo sus propios límites mediante sus protuberancias, abierto al mundo, sin inhibiciones, desbordante de vitalidad, sin jerarquías se mezclaban el



cuerpo entre la multitud, renaciendo en contraposición a la filosofía reinante.”
(Sergio, 2001, página 230 .)

En el Renacimiento, la visión del cuerpo empieza a tomar otro rumbo, en donde ya no es tomada desde la visión teológica. El cuerpo empieza a tener una mirada desde lo productivo y la muerte pasa a ser una opción a una nueva vida. Por lo tanto el cuerpo del Renacimiento, es un cuerpo alegre, divertido, explorador, que busca lo lúdico en el medio que lo rodea, en el mundo, pero para fraternizar y socializar con otros cuerpos. “A partir de la Revolución Francesa, se promovieron nuevos valores, la modernidad se instala en las principales ciudades de Europa, exponiendo al individualismo urbano y la revolución industrial como principal característica. El cuerpo se alineaba con los mecanismos de producción y se lo veía como una máquina para el trabajo.” (Ruggio, año, p:xx). La sociedad empieza a avanzar, para que el cuerpo humano empiece a llegar a todos lados, su comodidad empieza a ser prioridad, representado por la creación del sofá, construyendo cafés, arquitecturas cerradas como automóviles, ascensores, en donde la modernidad empieza a tomar fuerza y a revolucionar el cuerpo.

“Con el Positivismo, surgido en el siglo XIX, se continuó desvalorizando el cuerpo, este movimiento se expresaba a través de la ciencia experimental del orden social y del progreso técnico/individual.”(Ruggio, 1985, pag 1)

La publicidad empieza a influir en la cultura del cuerpo, el hombre empieza un proceso en donde se convierte en una máquina, un inventor, pero también pasa a un nuevo plano el cuerpo obrero siendo remplazado por las maquinas, la figura humana queda en la penumbra. La ideología del capitalismo define al cuerpo “como simple objeto físico sometido a las leyes naturales, cognoscible como cualquier elemento biológico a quien se pueda controlar y sobre quien se predica y condiciona para evitar perturbaciones sociales” (Pórtela,2001. Pág. Xx). Se habla entonces de un cuerpo sometido, dominado y controlado por un sistema social que le dicta cómo debe ser.



Así mismo, Brohm plantea que “en todos los dominios de la vida social, el cuerpo se convierte cada vez más en el objeto y el centro de ciertas preocupaciones tecnológicas o ideológicas. Ya en la producción, ya en el consumo, ya en el ocio, en el espectáculo o en la publicidad, etc., el cuerpo se ha convertido en un objeto que se trata, se manipula, se explota. En el cuerpo convergen múltiples intereses sociales y políticos de la actual civilización técnica”.

Como lo plantean estos autores, el cuerpo se empieza a analizar desde una perspectiva reduccionista, en donde se pierde la potencialidad corporal, los valores y la capacidad. “El obrero fraccionario convierte su cuerpo entero en órgano maquinal de una sola operación simple, ejecutada por él durante su vida, de modo que llega a efectuarla con más rapidez que el artesano que ejecuta toda una serie de operaciones” (Marx, 2003: 57). El cuerpo es una parte fundamental en el modo de producción capitalista, se transforman en función del trabajo, y no el trabajo en función del hombre. Portando así, una implicación de formas de pensamientos en donde el cuerpo se ve sujeto como una herramienta en el sistema, donde se convierte en un objeto sin tanto valor para las personas y pasa a ser un artefacto necesario para la explotación del trabajo. El trabajo se vuelve contra el trabajador, pues ya no se torna una actividad vital, sino por el contrario, una actividad perjudicial e injusta.

El cuerpo pasa a ser un producto social, obra de las relaciones sociales y de los intereses de producción del trabajo, dejando a un lado la apropiación del cuerpo y dándole menor importancia a este. Es cuando pasa a ser un producto más, elaborado por los diferentes actores que dominan sobre este. “El trabajo mecánico sobreexcita hasta el último grado el sistema nervioso, impide el ejercicio variado de los músculos y dificulta toda actividad libre del cuerpo y del espíritu” (Marx, 2003: 81).

Para la investigación, el cuerpo se maneja como un portador de contenidos, en este caso de tatuajes. Así mismo Marx refiere al cuerpo solo como un objeto



que se modifica según los cambios sociales. Sin embargo, cuando se habla de los tatuajes a través de la historia representan distintos momentos sociales, puede llegar a influir en como nuestro cuerpo comunica un mensaje.

Así mismo, el cuerpo como lo plantea Pierre Bourdieu trasciende mucho en la interacción del cuerpo conforme a las capitales sociales, culturales y simbólicas que contengan una sociedad en su entorno. “El cuerpo, entonces, condensa lo social en todas y cada una de sus formas y representaciones: estéticas, lúdicas, militares, políticas, económicas, etc. Pero el cuerpo no agota lo social, en la medida en que sólo las relaciones de estos cuerpos, sus discursos, símbolos, sus diferentes economías y políticas crean plenamente lo social.” (Bourdieu, 2003a: 37).

La representación del cuerpo

La sociedad siempre está en continuo cambio, al igual que quienes la conforman, los factores sociales modifican plenamente los comportamientos y conductas de los individuos. A tal punto que modifican su forma de vestir, su pensamiento y su cuerpo. El cuerpo es algo que nos identifica y nos caracteriza de los otros seres vivientes del planeta. Dado que nos permite ir un paso adelante que las otras criaturas. Así mismo, este puede ser modificado o manipulado por terceros, los cuales terminan formando objetos deseables para la sociedad. “El cuerpo percibido está doblemente determinado desde un punto de vista social. Por una parte, es, incluso en lo que tiene de más aparentemente natural (su volumen, su estatura, su peso, su musculatura), un producto social que depende de sus condiciones sociales de producción a través de trabajo (especialmente las deformaciones, las enfermedades profesionales que provocan) y los hábitos alimenticios.” (Varela, 2002, pag 98)

Aunado a lo anterior, el cuerpo para Michel Foucault, es “un texto donde se escribe la realidad social. Bajo esta inclinación, gran parte de sus investigaciones pasaron por examinar las formas de gobierno encaminadas a



vigilar y orientar el comportamiento individual, a través de distintas instituciones; la medicina, la escuela, la fábrica, el ejército”. Y cómo a través de estas entidades se dota al individuo, de estrictas normas corporales; de una manera de actuar y de obedecer, que de ser exitosa, es un garante del orden social. Es así, como el cuerpo es un objeto, visto desde estos puntos de vista ya mencionado, donde se pueden integrar diferentes entornos sociales, ya sea en su apariencia, en lo que llevan o lo que puedan portar en la piel. La piel es la capa que moldea el cuerpo, la cual es la responsable del paso de los años, y la cual protege en cierta parte a nuestro cuerpo. Sin embargo esta se puede modificar o manipular para que simbolice algo más, ya sea por tatuajes o por acciones que la modifiquen como cortadas o quemaduras. Todas estas son interacciones directas con los entornos sociales, los cuales portan un mensaje para cada sujeto. Si se parte de la premisa de que el ser humano es un ente social que se interrelaciona por y a través del cuerpo, es de suma importancia entonces conocer y manejar las variantes que condicionan su óptimo desempeño en una sociedad escolar cada vez más competitiva, es decir “de qué manera nuestro físico se ve afectado por las influencias de los factores sociales” (Gidenns, 1999)



CAPÍTULO 3: INVESTIGACIÓN, DESARROLLO Y EVALUACIÓN DEL TATUAJE COMO ESTRATEGIA PUBLICITARIA

Este Capítulo comprende el inicio del desarrollo del tema evaluado dentro del trabajo de grado, como se dijo inicialmente en la metodología este trabajo de campo se desarrolló haciendo entrevistas, encuestas a publicistas, tatuadores, jóvenes tatuados y estudiantes de la javeriana es decir personas del común.

Desarrollo del Tema

Los tres primeros se realizaron por medio de encuestas y entrevistas físicas por lo cual se manejó un modelo específico para los mismos, lo contrario ocurrió con los jóvenes quienes por medio de la herramienta de Google Drive respondieron online la encuesta por medio del siguiente link:

- https://docs.google.com/a/unimilitar.edu.co/forms/d/1C5XETHGuK7wdlQAjnsky3IER4_mmrldzuoBfEMvQVc/viewform

RECOLECCIÓN DE DATOS

Para el análisis posterior de las respuestas y el desarrollo del mismo se tabularon teniendo en cuenta cada una de las preguntas. Nombres y datos básicos del encuestado con el fin de tener más clara la información y con esto poder analizarla, por esto se elaboró una matriz por cada uno de los grupos con el fin de hacer la respectiva investigación cualitativa comportamental de cada uno, los resultados fueron los siguientes:

- MATRIZ ENCUESTADOS TATUADOS (ANEXO 3)
- MATRIZ ENCUESTADOS TATUADORES (ANEXO 4)
- MATRIZ ENCUESTADOS PUBLICISTAS (ANEXO 5)
- MATRIZ ENCUESTADOS ALUMNOS PONTIFICIA UNIVERSIDAD JAVERIANA (ANEXO 6)
- MATRIZ ENTREVISTADOS MUESTRA DE 3 PERSONAS POR CADA GRUPO (ANEXO 7)



ANÁLISIS DE DATOS

A continuación se muestra el análisis de los datos que se obtuvieron de las 54 encuestas realizadas a los 4 grupos de estudio. Se muestran los resultados de la titulación con su respectiva grafica descriptiva.

- **GRUPO PUBLICISTAS ENCUESTADOS**

Para el análisis de la pregunta número 1 lo que se hace es hacer una estadística básica de frecuencias absolutas y relativas para ver el porcentaje de respuestas obtenidas y con esto darle forma a la investigación.

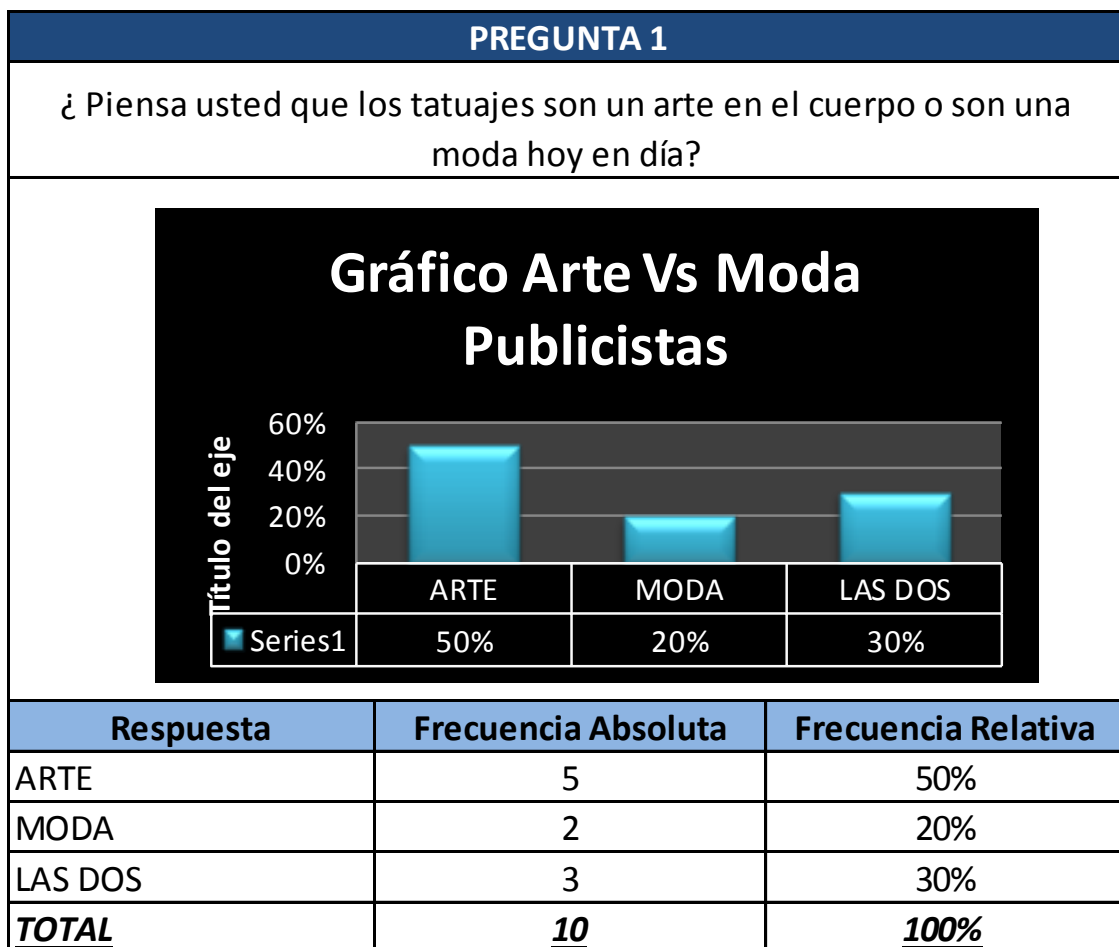


Tabla 1. Análisis Pregunta 1 Publicistas.

Fuente: Autor

Estas respuestas nos dan una visión de que por lo menos la mitad de los publicistas encuestados están de acuerdo o tienen la concepción de que los tatuajes siguen siendo una expresión artística pero a su vez el siguiente



porcentaje más cercano afirma que es tanto como arte como moda lo que indica que del 100% de los encuestados hay un porcentaje estrecho de publicistas que utilizarían este medio como campaña publicitaria o estrategia de mercadeo.

Para la siguiente pregunta al ser abierta: ¿Por qué cree usted que cada vez hay más gente tatuada y está dejando de ser un tabú en la sociedad?, se toma como referencia que el tabú es concebido como la prohibición de hacer o decir algo determinado, impuesta por ciertos respetos o prejuicios de carácter social o psicológico. Las respuestas dan lugar a que los publicistas, que son el perfil público relaten que los tabús ya sea “Por la facilidad que hay en tener información y conocimientos del arte del tatuaje” no existen los tabús como lo afirma Marco Rodríguez publicista guía en Inhouse Claro Colombia, y si es verdad, el mundo se globaliza cada vez más rápido las estrategias de mercadeo y publicidad van rompiendo esquemas lo que hace que el tabú se pierda y más en los jóvenes de hoy en día. Es decir, “Porque la mentalidad de la gente va evolucionando y van rompiendo los miedos al qué dirán”, como afirma Alejandro Vernaza, publicista canales música Claro, finalmente y obteniendo una conclusión al análisis de esta pregunta se obtiene la respuesta de Marly Maldonado, identificada con Cédula de Ciudadanía No. 1098679855, editora y copy para la revista 15 minutos “ Estamos en una época dónde hay mayor libertad de expresión y la sociedad está en una evolución, convirtiéndose en una sociedad más tolerante con libertad de pensamiento.

La pregunta número 3, ¿Qué piensa usted del cuerpo como instrumento para promocionar algún producto o marca por medio de los tatuajes?, cumpliendo con el objetivo de esta pregunta es mirar si las personas con tatuajes estarían de acuerdo con prestar su cuerpo para realizar la publicidad, los publicistas muestran su inclinación al analizar sus respuestas a dos plazas, la primera en la cual está de por medio la moral la segunda en la cual está de por medio el consumo, así mismo citando a Juan Rodríguez, “Es una decisión propia y personal, si alguien se siente identificado con algo, bien sea esto los ideales o lo que representa una marca, que lo haga.” Allí es a donde se dirige la



pregunta ya que cada individuo es autónomo en las decisiones que tome y las responsabilidades que asuma frente a la decisión tomada, de otro lado encontramos puntos de vista así “Complicadas las implicaciones éticas frente a obligaciones de permanencia o exhibición que se puedan convertir en límites a la libertad y los derechos.”

Si se analiza de fondo las respuestas de cada uno de los publicistas se observa que estos no se niegan por completo al concepto de la publicidad a través de la piel pero lo dejan a elección del portador el cual es independiente ya afronta de misma forma las implicaciones éticas y morales de lo escogido.

¿Cómo cree usted que los tatuajes pueden llegar a ser un medio de comunicación?, hace referencia a la pregunta número 4, en la cual se ven los siguientes tipos de respuestas:

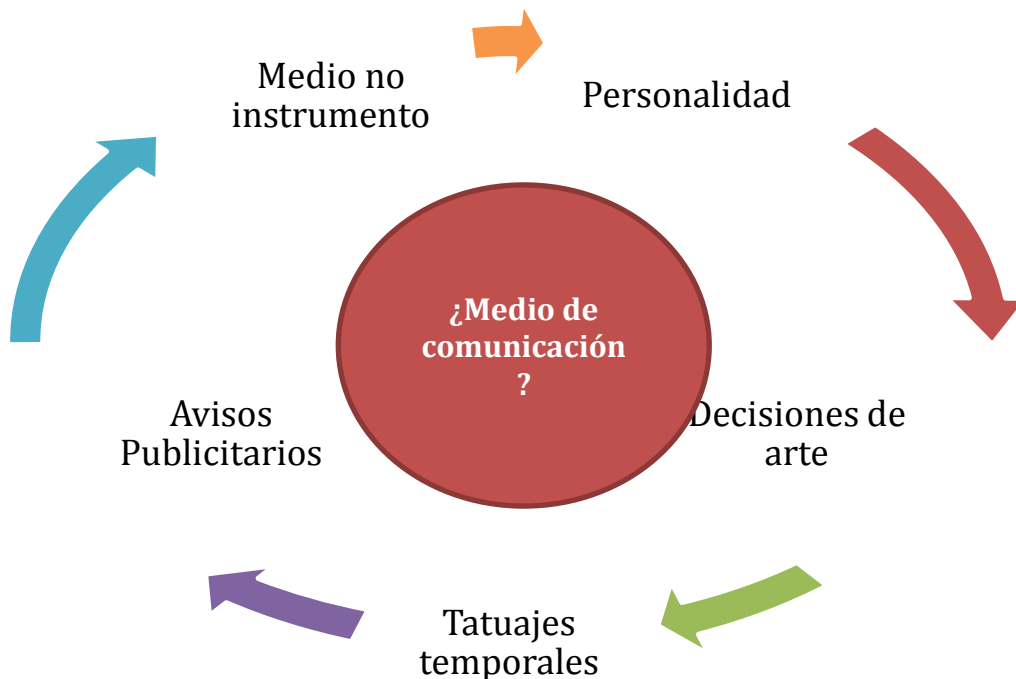


Gráfico 1. Análisis Pregunta 4 Sobre el tatuaje como medio de comunicación

Fuente: Autor.



El anterior diagrama muestra un resumen de las respuestas entregadas en las entrevistas los publicistas creen que un tatuaje puede llegar a ser un medio de comunicación visto como el instrumento que muestra la personalidad y la decisión de arte del portador, además mencionan que los tatuajes no tienen que ser del todo permanentes sino que pueden ser temporales y mostrarse en avisos publicitarios lo que puede darle otro punto de vista al consumidor sino lo ve directamente plasmado sobre la piel de una persona por la calle, en un bus o en sitios públicos. Pero surge aquí la pregunta de si una empresa o marca está dispuesta a pagar por un tatuaje publicitario temporal, que implique estar máximo 90 días en la piel del portador o tatuado, ya que se puede prestar para cualquier tipo de adulteración del mismo o que lo borren sin cumplir el tiempo estipulado y se pierda la inversión.

La pregunta número 5, ¿Cómo cree usted que el oficio de realizar un tatuaje puede llegar a ser visto como un arte?, como afirma Marly Maldonado: “Siendo ya una forma de expresión, yo ya lo veo como un arte, es un trabajo arduo y totalmente artístico en cada uno de sus trazos.” O como lo advierte Juan Ruiz durante la entrevista “Es un arte que viene desde el neolítico tan antigua como la historia de la humanidad”. Y sí, se debe ver el oficio del tatuador como una arte igual al de pintar un cuadro o esculpir una escultura sin más ni menos porque es lo mismo otro tabú que se rompe con el paso del tiempo. Realizando una investigación a profundidad de cita la ley No. 126 de 2005 de la Cámara de Representantes de Colombia en la cual se reglamenta la práctica del tatuaje y perforación bodypiercing y se dictan otras disposiciones. Dentro de las disposiciones generales se concibe al tatuador como: “Personas dedicadas al oficio de actividades artísticas de tatuaje o piercing, que cuentan con la capacidad y capacitación requerida, para el ejercicio de estas actividades”.

Al igual está ley en Colombia exige que, la “Capacitación del tatuador o piercer de estar ligada especialmente a la acreditación de capacitación por un mínimo de 500 horas, en temas relacionados con anatomía y fisiología básica, manejo de utensilios y materiales, microbiología básica, bioseguridad, primeros



auxilios, gestión de residuos, inyectología, técnicas de esterilización, desinfección y asepsia, enfermedades de transmisión hemática, riesgos asociados a estas actividades y temas afines. Además de disponer de conocimientos en materia de riesgos laborales.

Parágrafo. Para efectos de este artículo podrán recibir capacitación en las instituciones de educación debidamente aprobadas y acreditadas ante los entes gubernamentales respectivos. Todo dentro del marco legal de autonomía educativa formativa.”

También dispone que el tatuador o piercer, previa realización del procedimiento deba informar al usuario de manera comprensible y por escrito de las particularidades de estas prácticas, sus riesgos y cuidados posteriores. Los mayores de edad suscribirán consentimiento escrito en documento que contenga fecha, nombre, identificación, procedimiento escogido y la voluntad de realizarse el procedimiento. En lugar visible del establecimiento se expondrá un folleto informativo sobre las prácticas realizadas e información general sobre riesgos sanitarios y complicaciones, condiciones de reversibilidad de las diferentes prácticas y la obligatoriedad de suscribir el consentimiento. Los establecimientos donde se realicen tatuaje o piercing deben contar con registro de clientes, donde consten los datos personales de los mismos. Los tatuadores o pierces deberán contar dentro del establecimiento con hoja de vida que contenga el registro de vacunas, capacitaciones, y experiencia.

Todo esto se muestra con el fin de señalar al tatuador y al piercer como profesión, implicando algunas prohibiciones, como por ejemplo, les está prohibida a los tatuadores o piercers.

1. Tatuarse o perforarse a personas alcoholizadas o bajo efecto visible de sustancias tóxicas o alucinógenas.
2. Realizar prácticas exclusivas del ejercicio de la medicina u otro profesional de la salud, como la remoción de tatuajes.



3. La práctica ambulante de tatuajes o piercing o en sitios que no cumplan las reglamentaciones de la presente ley.
4. La aplicación de tatuajes o piercings a menores de 18 años.

Finalmente el análisis de la pregunta número 6 plantea si la gente está dispuesta a tatuarse alguna imagen o marca alusiva a algunos productos, está en el caso de los publicistas es respondida más como persona independiente pero con cierto grado de afectación por la carrera que tienen, se obtuvieron respuestas negativas hasta lo que muestra el siguiente gráfico:

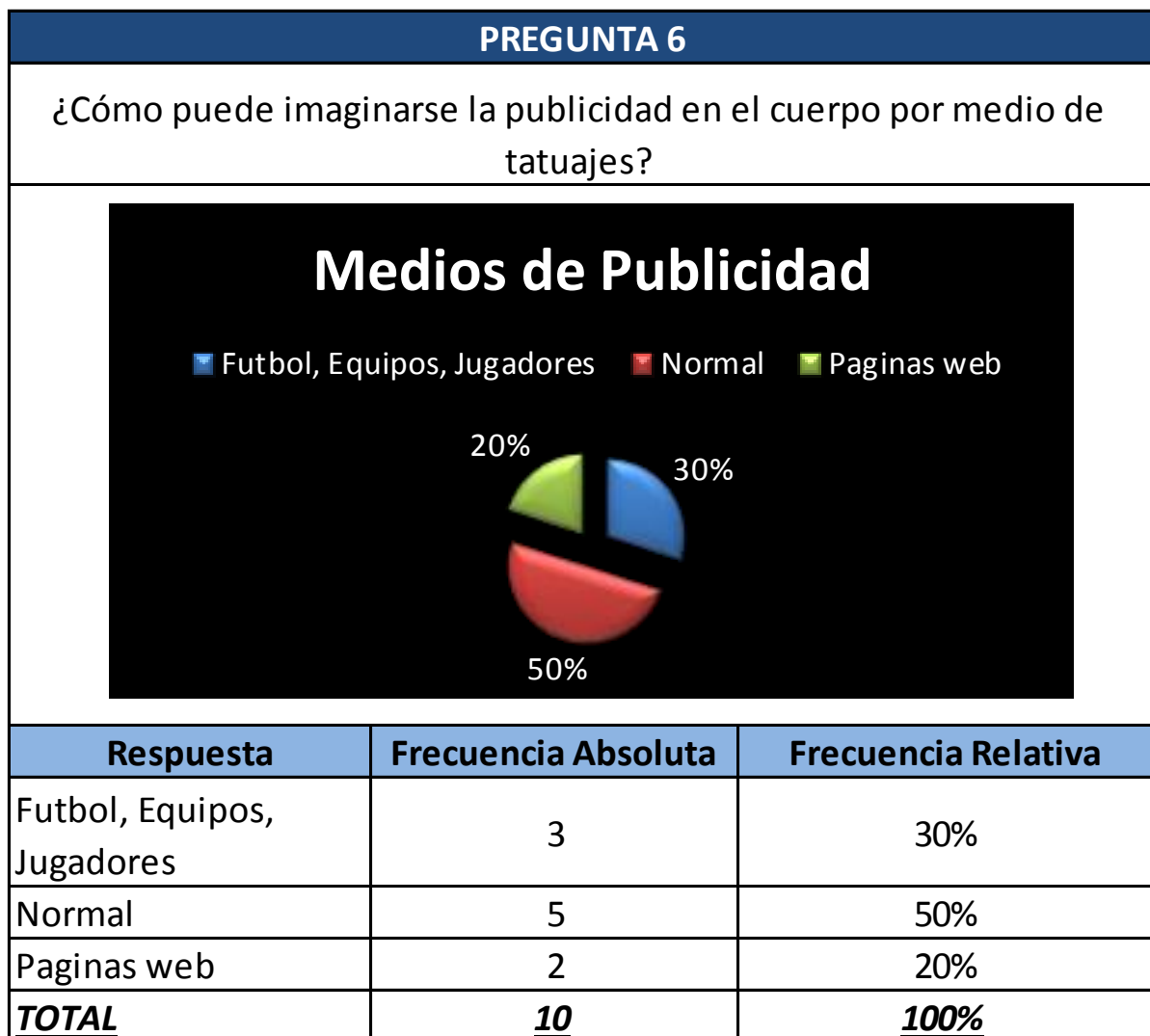


Tabla 2. Análisis pregunta 6, publicidad por medio de tatuajes.
Fuente: Autor



A pesar de todo, los publicistas aprueban de una u otra forma este tipo de publicidad y lo ven actualmente más por medio de jugadores y equipos de fútbol, páginas web o marcas propiamente posicionadas.

- **GRUPO DE TATUADORES ENCUESTADOS**

Se encuestaron 12 tatuadores ubicados actualmente en el sector del centro de Bogotá todos en establecimientos o locales ubicados en el centro comercial Vía Libre, estratégicamente ubicado en Bogotá calle 19 esquina con la carrera 5ª, en el sector de las universidades del centro, con fácil acceso, oferta de parqueaderos en el sector, paradero de Transmilenio y rutas de buses hacia

cualquier punto de la ciudad. Vía Libre nace para satisfacer las necesidades de una población juvenil que se renueva constantemente.



Tiene como slogan principal darle “Vía Libre a las expresiones juveniles, arte corporal, música, ropa, accesorios, elementos decorativos y otros elementos que marcan el rumbo de la moda.” Como se puede ver dentro de este se utilizan expresiones vistas dentro de los encuestados, el establecimiento cuenta con su propia página web que hace encuestas a los usuarios como se ve en la captura lateral.

Cabe anotar, que se tomaron algunos establecimientos y los tatuadores encuestados fueron dos o tres del mismo lugar, pero en el momento de publicar su respuesta dejaron nombre e



identificación pero no permitieron la publicación del nombre de su establecimiento ni de las tendencias que se manejan en cada uno de estos.

A continuación, se muestra el análisis de las encuestas y entrevistas realizadas, las preguntas fueron las mismas realizadas a los publicistas, se empezará en el mismo orden,

Para la pregunta número 1 se marca la tendencia general como se ve en el siguiente cuadro de que el tatuador concibe el tatuaje como arte en su máxima expresión, para ellos la moda se impone en el consumismo del cliente pero como tal su profesión y el significado de un tatuaje es arte in vitro.

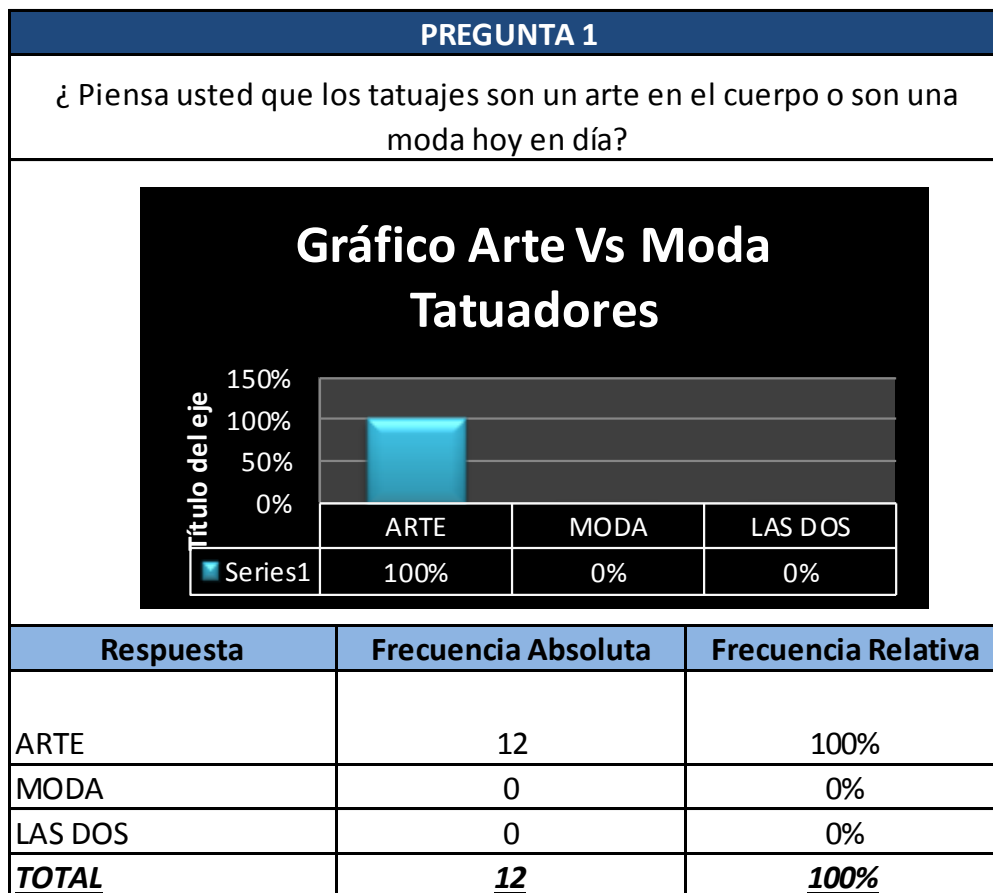


Tabla 3. Análisis sobre el tatuaje como moda o arte para los tatuadores

Fuente: Autor.

Se concluye, que de forma global el tatuador define al tatuaje como arte.



Pregunta 2, enfocada en identificar que piensa el tatuador sobre los tatuajes en la sociedad y como esta los percibe, marcando un hito sobre en que en la actualidad hay más gente tatuada y se está acabando el tabú sobre esta nueva realidad juvenil. Las respuestas que se citarán a continuación son dadas por Diego Campo y Daniel Varela trabajadores del mismo establecimiento el primero afirma que, “El tabú, es sólo un enigma dentro de la sociedad” y el segundo que “El tabú es algo que la sociedad impone para controlar las masas”, investigando estas respuestas se buscan bases sólidas en autores que opinan que el “tabú es la causa y consecuencia de que algo esté fuera del orden común, es un símbolo de aquello que escapa a la regla .Está relacionado con todos los mecanismos sociales de obediencia y con comportamientos en circunstancias peligrosas, protegiendo a los individuos y a la sociedad en peligro” (Domínguez, 2005, pág. 146). Lo que lleva a la conclusión de que para este grupo de artistas entrevistados y encuestados la sociedad está llena de prejuicios y moralidades que impiden que en muchos casos se llegue a la verdadera libertad de expresión del ser humano como lo ratifica el anterior autor.

Además cabe resaltar que, otra opinión muy válida y que llama la atención es la de 3 tatuadores porque van más allá de los tabús y de la sociedad y tocan un tema sensible como lo es el arte haciendo alusión al tema de la siguiente manera, “La sociedad está evolucionando gracias al arte, Samir Chawez”, “ Los tatuajes son la máxima expresión de arte en la historia de Camilo Pelayez” y finalmente “El arte y el hombre siempre van a ir de la mano de Andrés Galindo”.

Recientemente, la revista ecuatoriana on-line, Entorno Inteligente sustentó las afirmaciones que hicieron los tatuadores mostrando que al arte va de la mano con los tatuajes, ya que estos se unieron en una muestra ancestral del arte del tatuaje, el artículo describe el recorrido de la muestra así, “La exposición se detiene también en los grabados de Borneo, Filipinas, China, Samoa o los tatuajes chicanos de los barrios hispanos de Los Ángeles, al tiempo que muestra piezas en papel y silicona diseñadas específicamente por algunos de



los maestros tatuadores como Leo Zulueta, Dong Dong, SteeveLooney o Filip Leu, a quienes hay que pedir hora con dos años de antelación.” Además de esto pasa relatos como el de tándem artístico quien fue quien diseño la muestra y el de QuaiBranly dueño de la galería quien habla del tatuaje en la entrevista de la siguiente manera, "Es un arte, puede que menor, y un fenómeno increíble del diálogo entre culturas", tatuados y tatuadores es la muestra que se expone y que ratifica las opiniones de los encuestados.

A continuación se realiza el análisis de la pregunta 3, sobre qué posición tiene los tatuadores con respecto a la promoción de productos o marcas a través de los tatuajes, las opiniones están divididas algunas se aferran a la visión artística que cree que una estrategia como esta lo volvería una moda y por otra parte está la concepción de que el tatuado está en la libre elección de utilizar su cuerpo en la medida que lo desee, es decir también hay que tener en cuenta que la mayoría de los tatuadores tienen una idea muy libre y piensan que utilizar el mercadeo de esta forma sería algo totalmente capitalista a diferencia de un pequeño porcentaje que asegura que sería una buena idea pensando en que también es una entrada económica para su negocio y para darse a reconocer en el medio. Otro artículo valioso para este estudio fue tomado de la revista de la Universidad del Rosario donde un tatuador reconocido afirma que:” En general, todos los tatuadores resaltan que se debe dejar el estereotipo a un lado, que el ambiente es distinto al que se cree, que el arte del tattoo no es algo traído de los cabellos, que es algo que está contribuyendo a la economía del país. El tatuaje debe reconocerse como una forma de expresión, una forma de auto reconocerse: “El tatuaje sirve para muchas cosas, para definirse como persona, para saber desde joven que quiere uno, para plasmar momentos de la vida que uno superó, para exteriorizar muchas cosas personales”, afirma Alejandro, mostrando sus propios tatuajes que lleva en el brazo

La siguiente pregunta, es como conciben que el tatuaje pueda llegar a ser un medio de comunicación, a lo que la mayoría respondió así: “Un tatuaje siempre



será un medio de comunicación, ahí se resalta las opiniones sentimientos expresiones de una persona al fin y al cabo le informa a los demás sobre el tatuado sus gustos ideas etc, tatuador Diego Campo”, “Si lo es porque el objetivo del medio de comunicación es transmitir una idea o informar sobre algo el tatuaje tiene el mismo fin por Sebastián Vásquez”. Otras grandes ideas que se resaltan dentro de las encuestas, son las siguientes, la piel es el instrumento y los tatuajes son la noticia a informar, es decir que, unánimemente todos creen que el tatuaje comunica siempre algo y eso es lo que hace un medio de comunicación, además de eso se concluye con las siguientes ideas:



Gráfico 2. Medio de comunicación según tatuadores
Fuente: Autor

La pregunta número 5 está encaminada a un tema sensible para los tatuadores porque para ellos su oficio es un arte y un trabajo que no cualquier persona lo puede hacer, el análisis de esta pregunta se basó más que todo en las técnicas y palabras claves que los tatuadores mencionaron durante las encuestas y entrevistas ya que son las que definen como es considerado el oficio de tatuar para ellos lo que implica y lo que significa en un entorno que todavía maneja diferentes concepciones de cómo se tatúa una persona. Obteniendo los siguientes resultados,

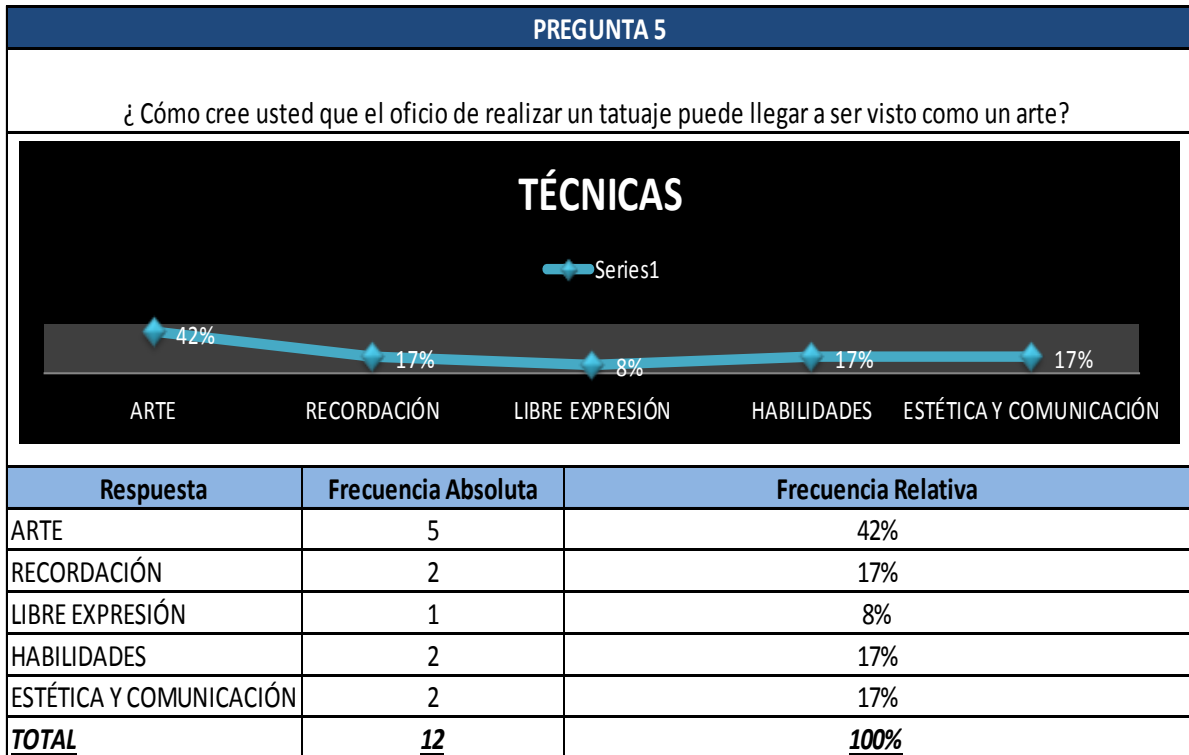


Tabla 4, Tatuaje como arte según tatuadores

Fuente: Autor

Como conclusión se resalta que el oficio es considerado arte porque está de por medio la recordación, las habilidades la estética y la comunicación lo que marca la diferencia y la tendencia para desarrollar la libre expresión del tatuado. Además finalmente se acogen a la ley mencionada en el análisis de los publicistas dónde la cámara ratifica el oficio de tatuadores y piercers, y más aún cuando para cumplir con esto se ciñen a todas las normas de higiene y técnicas sanitarias que garantizan la salud y el cumplimiento de la reglamentación que los acoge.

Para culminar con la pregunta número 6 de la matriz de tatuadores, ¿Cómo puede imaginarse la publicidad en el cuerpo por medio de tatuajes?, en esta pregunta la palabra imaginarse sobra ya que cada uno hablo desde la experiencia que como tatuador se le otorgó durante muchos años en el oficio, se resume a continuación en un diagrama los diferentes símbolos y marcas publicitarias tatuadas en la piel del tatuador,



*Gráfico 3. Ejemplos de publicidad en los tatuajes.
Fuente: Autor*

El símbolo de Coca Cola la botella fue tatuada por Diego Campo en las instalaciones de vía libre hace algunos años para la temporada navideña con el reconocido oso de la campaña publicitaria de esa temporada, el tatuador Pedro Gomez prieto tatuado el nombre de una mujer con las letras y colores de la reconocida cerveza Heineken, Santiago Quinche y Camilo Arias han tatuado muchas cosas de grupos de música hasta de rostros de los mismo cantantes. Manuel Vaca comenta que en estos meses ha sido tendencia general tatuajes sobre el mundial y finalmente sobre temas religiosos que aunque no es publicidad pagada hace alusión a un tópico y genera recordación en el consumido o persona del común.



- **GRUPO DE TATUADOS ENCUESTADOS**

Las encuestas realizadas a las personas que se encuentran tatuadas fueron 12, para la investigación fue importante tomar un grupo base que predeterminadamente se supiera estuvieran tatuados con el fin de analizar por qué estas portan el arte grabado en la piel y que tan dispuestas están a continuar la tradición del tatuaje a la actualidad.

En la más reciente Convención Internacional de Tatuadores, el principal objetivo de la convención fue impulsar al gremio de tatuadores del país, darle un status al oficio, que se lograra reconocer al tatuador como un artista y como un profesional. Impulsar el tatuaje como movimiento artístico, que se reconozca la profesión y unir el gremio en la misma se mostró una estadística del número de personas que se han tatuado y las cifras no engañan cada vez más son as personas abiertas al arte gráfico en la piel, ¿por qué no pensar en la publicidad a futuro dentro de los tatuajes?, para responder a esta pregunta se analiza los resultados de la encuesta hecha por este trabajo de grado.

El cuestionario utilizado es el mismo que para los últimos tres grupos focales escogidos, pregunta No 1, la cual tiene como objetivo identificar la perspectiva de las personas tatuadas sobre ellas mismas, los resultados obtenidos fueron los siguientes:

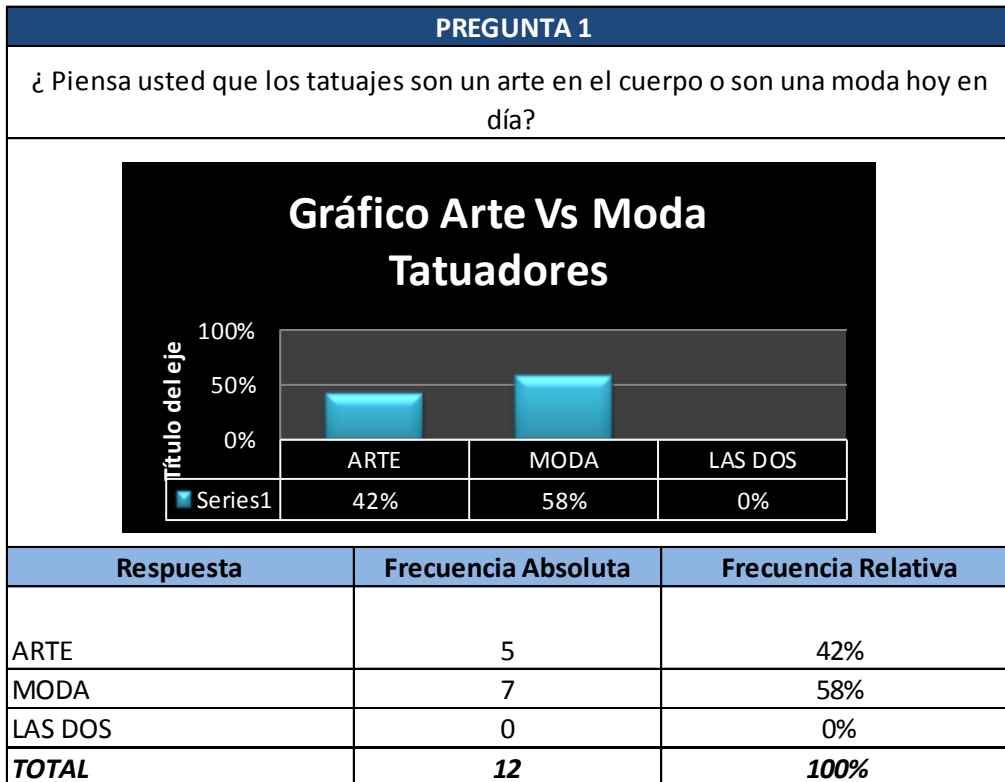


Tabla 5. Tatuajes como moda según encuestados

Fuente: Autor.

En la tabla anterior se observa que las posiciones están notoriamente divididas, casi la mitad más uno de los encuestados se tatúa hoy en día por moda mientras que el restante mantiene la tradición del tatuaje por arte, como significado de sus sentimientos, pensamientos y recuerdos que quieren plasmar en la piel.

Para la pregunta No 2, ¿Por qué cree usted que cada vez hay más gente tatuada y está dejando de ser un tabú en la sociedad?, los encuestados respondieron haciendo un direccionamiento general al mismo entorno como se ve a continuación en la tabla donde se resaltó la palabra más significativa de cada respuesta y que está directamente proporcional a los otros encuestados con respecto a la misma pregunta:



La sociedad cada vez mas esta evolucionando y hay maneras de pensar diferentes	los tatuajes dejaron de ser un taboo hace mucho tiempo y ya es hora de aceptarlo
los tatuajes es un simbolo en nuestra generacion	la gente quiere ser libre y los tatuajes son una forma de serlo
El tatuaje es un amor al arte es su maxima expresion	Tatuarse es llevar algo personal a lo publico
La gente se tatua por seguir la corriente de los famosos	El tatuaje es un una forma de expresion para unos pocos
El arte ha ido evolucionando hasta llegar al punto de ser un tatuaje	El ser humano utiliza el tatuaje para comunicarse hoy en dia
los tatuajes evolucionan con la historia asi como las personas	Hay diferentes formas de evolucionar y una de ellas es el tatuaje

Gráfico 4. Común denominador de respuestas en tatuados
Fuente: Autor

El tatuaje como lo mencionan las personas que lo portan, es una evolución del arte a lo largo de la historia, son una forma de expresar una idea, un sentimiento o simplemente un gusto por algo. Durante la historia el tatuaje ha ido evolucionando, de pasar a ser objetos de culto a inspiraciones creativas. Pero lo que la gente no se imagina es que pueden llegar a influir tanto en una sociedad, ya sea por su forma de portarlo o bien sea por quien lo porta.

Por lo general, la gente tatuada tiende a no sentir pena por sus ideologías, gustos o estilos de vida. Por el contrario se siente bien mostrando o exponiendo su cuerpo ante aquel que mira y aun se sorprende de esto.



Mucha gente puede llegar a pensar que la comunicación, el tatuaje y hombre no pueden estar ligados, pero se equivocan porque como respondieron los encuestados y lo afirmas en su relato, el tatuaje en el hombre, es una constante evolución en el tiempo.

Pregunta No 3, el objetivo de esta pregunta es mirar si las personas con tatuajes estarían de acuerdo con prestar su cuerpo para realizar publicidad, los resultados se analizaron con 4 tendencias desarrolladas en las respuestas así,

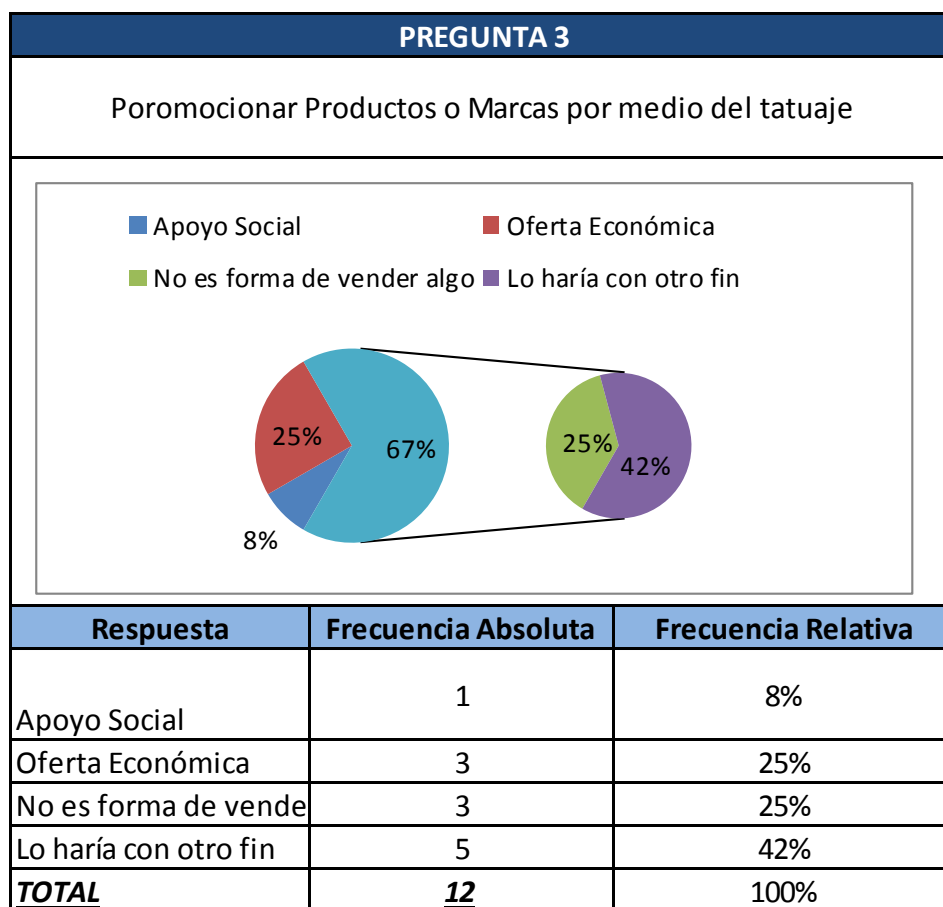


Tabla 6. Promoción de Productos o Marcas por medio de tatuajes
Fuente: Autor

La publicidad está en constante cambio, adaptándose a los nuevos cambios informáticos y digitales que el hombre proporciona a medida que evoluciona. Así mismo, está en su proceso trata de amoldarse a las nuevas técnicas de la sociedad, busca la manera de poder lograr un acercamiento al consumido en el menor tiempo posible. La gente que porta un tatuaje, no ve muy grato que la



publicidad se apodere de este espacio transformándolo como un proceso de consumo. Por el contrario piensan que el tatuaje pasa a ser un objeto del capitalismo el cual solo evidencia la posibilidad de vender un producto por medio de un tatuaje. Sin embargo no todos piensan esto, también hay gente que piensa que puede llegar a fomentar más la cultura del tatuaje, permitiendo a esta crecer en una sociedad donde aún hay tabú en este tema. Finalmente, el cuerpo puede llegar a ser un instrumento de comunicación, pues a lo largo de la historia lo ha hecho, pero con el tema de tatuajes la gente lo podría llegar a hacer por el amor al arte o por consumismo.

La pregunta No 4, tiene como objetivo poder identificar si la gente cuando se tatúa lo hace con la intención de comunicar algo o simplemente amor al arte en su cuerpo, ¿Cómo cree usted que los tatuajes pueden llegar a ser un medio de comunicación?, a lo cual el señor Miguel Vanegas Ingeniero Industrial de la Universidad Militar Nueva Granada, con 21 años de edad respondió “Si transmiten una idea clara y simbólica de lo que se expresa” y la señorita Laura Sánchez Corredor Comunicadora Audiovisual de la Universidad de la Sabana con 22 años de edad, “No lo veo como medio de comunicación sino como un instrumento”, todo esto hace referencia a que para ellos es importante lo que exprese el tatuaje en la piel, es decir que se sientan identificados con el mismo y no con la intención de vender algo como tal.

Otra opinión está encaminada a que “todos los tatuajes son medios de comunicación corporal y artística, afirmación de Alejandro Nivia analista bancario del banco Helm con 30 años de edad, Ingeniero Industrial de la Universidad Católica”, Si tenemos en cuenta que el arte nos trasmite las ideas, emociones, sentimientos, características personales del artista, etc. entonces estaremos frente a un lenguaje específico, el lenguaje del arte, el más universal de todos por ser común para todas las comunidades, pueblos y naciones. Por la diversidad de las manifestaciones artísticas este lenguaje se apoya en signos visuales, gestuales y sonoros, y en muchas de estos conjugados todos,



que han ido evolucionando en la misma medida del desarrollo de la humanidad, desde la comunidad primitiva hasta nuestros días.

Pregunta No 5, ¿Cómo cree usted que el oficio de realizar un tatuaje puede llegar a ser visto como un arte?, la idea principal de esta pregunta es indagar como se ve el oficio del tatuador en la sociedad, las personas que se tatuaron definieron que se debe darle la misma importancia que se le da a cualquier otro oficio ya que tiene su técnica y habilidad cosas que no todas las personas manejan y están dispuesta a hacer ya que contiene una responsabilidad social implícita que le advierte un cambio general o sustancial, según Juan Reyes, “Aún le falta para ser considerado se necesita más apertura a los cambios de la sociedad “ opinión con la que coinciden varios encuestados que no tienen conocimiento de la ley que le otorga el título de tatuador o piercer a estas personas del arte gráfico, es decir se concluye que los mismas personas aficionadas al bodypainting no tienen conocimiento de la normatividad que regula la profesión del tatuador como un oficio que tiene deberes y derecho como todos, desde las horas de capacitación hasta las normas sanitarias y legales que deben cumplir.

Pregunta No 6, ¿Cómo puede imaginarse la publicidad en el cuerpo por medio de tatuajes?, se quiere identificar si la gente está dispuesta a tatuarse alguna imagen o marca alusiva a algún producto, esta pregunta es una de las más importantes del cuestionario en este grupo focal ya que son estos los que han tenido la experiencia de crear en su imaginación los tatuajes que llevan en la piel, por eso llama la atención todas las respuesta razón por la cual las tendremos en cuenta en el siguiente diagrama:

- Equipos de Futbol
- Logo de Nike
- Coca Cola
- Símbolo Rasta
- Cantante



- Autos
- Deportes en general

Lo que permite concluir que es posible ver a futuro este tipo de publicidad ya que ese ha ido evolucionando y en la actualidad la mayoría de las anteriores ideas se ve plasma en la piel en cualquier sitio y jóvenes que tienen claras y definidas sus preferencias y que se identifican con estas tendencias.

- **GRUPO FOCAL en línea a ESTUDIANTES DE LA PONTIFICIA UNIVERSIDAD JAVERIANA**

El cuestionario realizado para los estudiantes de la Universidad se trabajó por medio del software Drive de Google, para que pudiera ser repartida a diferentes carreras, edades, estratos y pensamientos conservadores o liberales sobre el tema, la encuesta se repartió por medio de una base de datos que la directora de tesis otorgo y así mismo el software tabuló los resultados, para que esta encuesta fuera más completa y abarcará preguntas claves que son objeto de estudio. Las primeras preguntan son información personal del estudiante por esta razón se analizará desde la número 4,

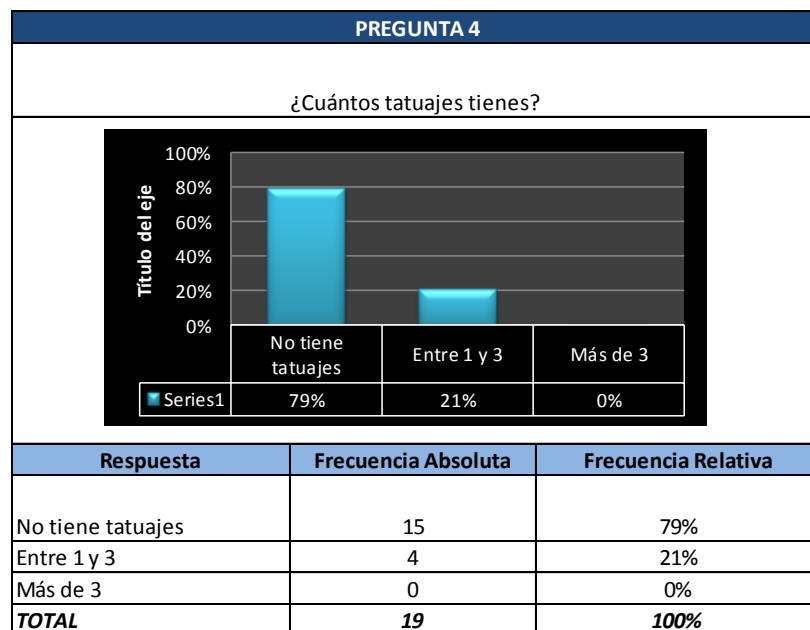


Tabla 7. Promedio de Tatuajes por estudiantes PUJ
Fuente: Autor



PREGUNTA No 5. ¿Qué representan los tatuajes para usted?

Todas las personas atraviesan diferentes crisis durante sus vidas. Pero existe un tejido social que es menos consistente y menos continente y hay menos canales para registrar esas crisis. Por eso cada persona transmite sus propias experiencias a través de un medio más tangible y modificable: el propio cuerpo.

El tatuaje no es sólo una moda pasajera (ya que dura para toda la vida). Además es la expresión de un síntoma social, y es como una nueva modalidad de arte. Como lo menciona valentina estudiante de comunicación “Me parecen una forma de comunicar a través del cuerpo. Co el tiempo se han convertido en un lenguaje y el hecho de que sea en el cuerpo pienso que es la forma de manifestar pensamientos, situaciones o momentos significativos en la vida de una persona”.

En general esto se ve ligado a la adolescencia porque esta etapa tiene la característica de crisis pero en sentido positivo, es un tiempo de romper ataduras, de despegarse de las figuras de los padres, de encontrar nuevas formas de identificación. Es una rebeldía como lo menciona Ana María Peña de 22 años, estudiando de comunicación social “rebeldía - independencia - una marca en el cuerpo para siempre - búsqueda de personalidad”.

Por otro lado, el tatuaje se puede emparentar con las intervenciones corporales como los piercing y las cirugías estéticas. Son todas expresiones de la tendencia a canalizar cualquier tipo de inquietud a través del cuerpo.

PREGUNTA No 6. ¿Qué imagen tiene de las personas tatuadas?

Las juventudes hoy en día han evolucionado a tal punto de ser el tatuaje algo cotidiano en su generación, cosa que antes no estaba consagrado dentro de la mente humana. Actualmente, son más comunes los jóvenes que están tatuados ya sea con algún diseño, o representación familiar o bien sea por un



gusto a algún movimiento o grupo musical. Sea cual sea motivación a tatuarse, este ya no es rechazo o mal visto por los jóvenes o colegas.

Es aquí donde la expresión del arte en el cuerpo agrada tanto a quien tiene un tatuaje como a quien no. Púes en las encuesta se puede evidenciar esto cuando dice Guillermo herrera, un estudiante de 24 años de la facultad de comunicación el cual no posee tatuajes “No me molesta, cada quien hace con su cuerpo lo que quiera. Un tatuaje no define la personalidad de las personas aunque si puede dar indicios de ella.”

Sin embargo, muchos jóvenes afirman no tener una mala imagen de ellos, pero quedan otros pensamientos que si comprometen su juicio hacia estos, como es el ejemplo claro de Ana María Peña estudiante de comunicación cuando afirma, “Tomaron una mala decisión, no tienen en cuenta las consecuencias y el tiempo que van a tener el tatuaje”. Esto manifiesta que aunque si hay muchas personas que están de acuerdo con estas prácticas hay aun jóvenes no están del todo de acuerdo.

PREGUNTA No 7. ¿Qué lugares cree usted que una persona jamás debe tatuarse?

Los lugares en donde la gente decide tatuarse son muy comunes, como lo son brazos, espalda, pecho y piernas. Esto se debe a varios factores que serían buenos mencionar. Actualmente hay trabajos en donde no aceptan gente tatuada como también hay otros que aceptan pero que no sean visibles en la empresa donde esté trabajando y los lugares mencionados son los menos visibles a la hora de cubrir un tatuaje.

La gente por lo general nunca se tatuaría la cara, pues les parece lo más sagrado e intocable en la apariencia física. Por otro lado el cuello, tiene fama de ser un lugar donde se tatúan los prisioneros o las grandes pandillas a nivel mundial, lo mismo que las manos. Sin embargo no todo el mundo piensa lo



mismo, hay gente que le gustan los tatuajes en los lugares ya mencionados y esto no los hace más propensos a ser delincuentes en la sociedad.

PREGUNTA No 8. Cree que los tatuajes son un Tabú

Hoy en día los tatuajes están inmersos en la sociedad y en las sub-culturas urbanas que se han dado a conocer a lo largo de los últimos años. Podría decir que se ha atribuido un nuevo significado a los tatuajes, en diferentes partes del mundo occidental los tatuajes se han hecho a conocer como símbolo de rebeldía, de satanismo (aprovechando el alto poder religioso de algunas regiones), una especie de tabú, se genera un rechazo social, que bien puede ser que se genera por desconocimiento de este arte o de la percepción personal que se conlleva realizarse un tatuaje. Como lo afirma Alejandro estudiante de 22 años de la facultad de comunicación “Desafortunadamente, en algunos contextos sí. La gente sigue teniendo prejuicios frente a las personas tatuadas. En la juventud no tanto, pero sí se ven casos de personas que piensan que los tatuajes son sinónimos de rebeldía, de maldad.”

Hoy en día el tatuaje puede verse o interpretarse como una búsqueda de la identidad de cada individuo, siempre en busca de la originalidad y destacar en la sociedad al punto de que hoy en día puede interpretarse como una moda, pues desde los avances tecnológicos y de estilos de tatuajes cada vez son más personalizados al gusto de cada persona. Es así como podemos ver como a lo largo de los años los tatuajes han cambiado su significado tanto para la sociedad como para las personas que se plasman este tipo de arte en la piel, atravesando eras como arte milenario a tabú de algunas sociedades, de tabú a peligroso, dañino y ofensivo, a muestra de independencia y así hoy en día a moda, gusto o búsqueda de la identidad.

PREGUNTA No 9. ¿Cómo puede llegar a comunicar o a expresar una idea un tatuaje?



“Los tatuajes no tiene que comunicar ni expresa nada. Los tatuajes son personales, solo a mí me importa lo que representa mi tatuaje. No se hacen para comunicarle nada a las personas, simplemente, como dije en la pregunta de arriba, pueden ser recuerdos que se quieran mantener en la piel, simples gustos o pactos con seres queridos.” Daniela estudiante de 24 años de la facultad de comunicación. Los tatuajes no tienen que comunicar algo pero indirectamente lo están haciendo, porque sin algo que son ajenos al cuerpo, son implementos que utilizamos para transmitir un sentimiento.

La comunicación por medio de nuestro cuerpo más que un gráfico es sentimiento, pasión, poder, ser, ideal. Para unos una moda para otros un placer y un trabajo, donde el cuerpo es un lienzo, un cambio y una herramienta; es la necesidad de expresar una personalidad porque para cada quien tiene su significado un porque, un cuándo, un hecho y un valor ya sea una letra o una imagen o la mezcla de ambas. “La idea principal de un tatuaje es comunicar. De allí que las personas se los hagan. Comunicar ideas, pensamientos, gustos, ideologías.” Andrés estudiante de 24 años de comunicación social.

Así mismo, desde hace unos años que el tatuaje ha encontrado su lugar en los medios de comunicación, demostrando el aumento en la aceptación general sobre este modo de arte y expresión personal, al llevar la imagen plasmada en el cuerpo para determinar una serie de ideales personales e individuales, en las cuales se busca la expresión por medio de colores, gráficos, símbolos, letras que logran dar identidad a cada persona.

PREGUNTA No 10. ¿Qué piensa de la publicidad en el cuerpo por medio de tatuajes?

Los tatuajes no solo se han convertido en un recurso frecuentemente utilizado en la publicidad. Y las marcas lo saben, conocen la tendencia extendida de muchos de sus más fanáticos seguidores que incluso llegan a tatuarse sus logotipos e iconos comerciales sobre la piel. “Pues la publicidad influye en los



tatuajes porque son parte de la cultura, las personas interactúan con una marca y por ese vínculo pueden tatuarse el logo” catalina estudiante de comunicación social.

La misma psicología los reconoce como todo un fenómeno social. Una práctica milenaria que causa furor entre los adolescentes y entre quienes ya no lo son también. Los tatuajes se han convertido en una forma de expresión de la cultura actual y con los cuales, las personas pretenden decir algo más a través de ellos o resaltar esa parte del cuerpo dónde se los hacen.

No es extraño por ello que la publicidad haga también de los tatuajes elementos integrados en todo tipo de anuncios, con el fin de comunicar o transmitir ciertos mensajes, valores o estilos. Y que mejor prueba de ello, que recoger algunos de estos anuncios más populares donde los tatuajes juegan un papel protagonista. Anuncios creativos donde el arte del tatuaje se expone y se deja ver para jugar con los mensajes de la publicidad.

PREGUNTA No 11. ¿Estaría dispuesto a hacerse un tatuaje publicitario si hubiera una oferta económica de por medio?

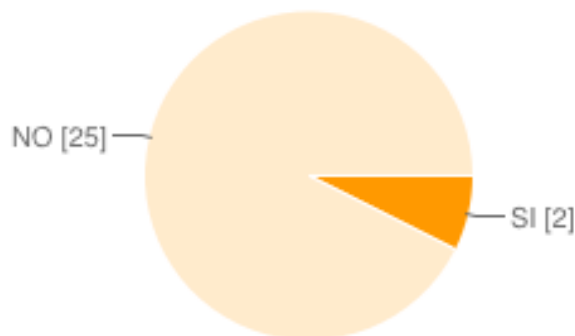


Gráfico 5. Datos obtenidos por Google Drive sobre oferta económica de por medio.

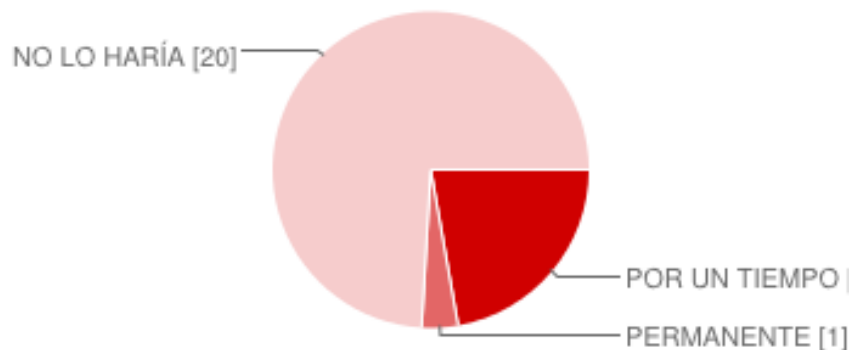
Fuente: Autor.

Como se ve en la anterior gráfica de las 27 personas encuestadas 25 personas no estarían dispuestas a hacerse un tatuaje así hubiera una oferta económica de por medio sólo dos dentro de todo el estudio lo harían, cabe señalar que



estas dos personas están tatuadas, actualmente el resto no lo haría y solo una podría no hacerlo porque su mentalidad sigue siendo mantener el arte sobre todo.

PREGUNTA No 12. ¿Se haría un tatuaje publicitario por un tiempo o permanente?



*Gráfico 6. Estadísticas del tiempo de duración de un tatuaje.
Fuente: Autor*

Se sigue manteniendo la tendencia de los estudiantes a no realizarse un tatuaje publicitario por un tiempo o permanente, permanente lo haría una persona que tiene una oferta económica de por medio y otras lo harían por un tiempo es decir cumplirían con un contrato y con un requisito legal con una marca o corporación para llevarlo.

PREGUNTA No 13 Ubique en la siguiente escala cuánto dinero pediría usted o estaría dispuesto a recibir por una empresa para portar un tatuaje en su cuerpo. Teniendo a cero como una cantidad mínima y a 10 como la cantidad máxima.

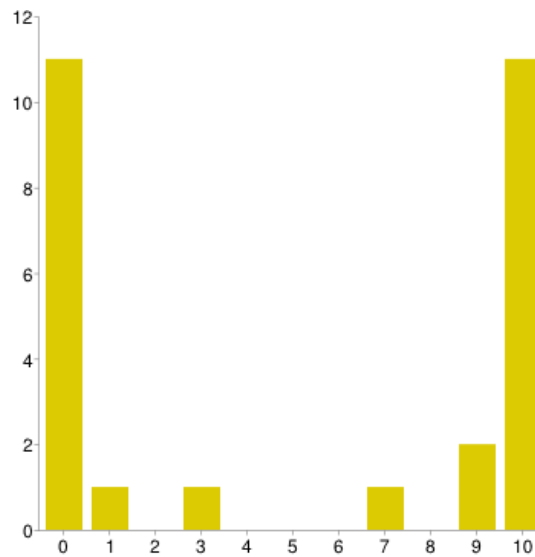


Gráfico 7. Estadísticas Escala Económica.
Fuente: Autor

Las dos barras más altas se encuentran en cero y en 10 porque la tendencia general de los encuestados es no realizarse ningún tatuaje así estuviera presente la parte económica es decir esta pregunta está directamente ligada a la pregunta número 11 ya que de las 27 personas encuestadas 25 no se tatuaría por dinero y las dos que lo harías exigirían sumas de dinero por encima de la media que se maneja que es 5. Como conclusión a esta pregunta se puede decir que si una empresa quisiera ofertar por medio de un tatuaje tendría que recurrir a estrategias de mercadeo que logren convencer a la persona que se tatuaría y tendría de por medio que ofrecer una suma sustancial de dinero para que esta lo aceptara.

- **ANÁLISIS ENTREVISTAS GRABADAS**

Estas entrevistas se realizaron tomando una muestra de 3 personas por cada uno de los siguientes grupos: tatuados, tatuadores y publicistas. Los resultados fueron los siguientes:



- Tatuados:

NOMBRE	LAURA SANCHEZ
EDAD	22 AÑOS
CEDULA	1026568710
PROFESION	COMUNICADORA AUDIOVISUAL
TIENE TATUAJES	SI
CUANTOS	UNO
LE GUSTAN	SI
QUE REPRESENTAN LOS TAUAJES PARA USTED	LA REPRESENTACION GRAFICA DE IDEAS SENTIMIENTOS DE COSAS QUE SON MUY PERSONALES.
QUE LUGARES CREE USTED QUE UNA PERSONA JAMAS DEBE TATUARSE	LA CARA TAL VEZ, PERO SI ALGUIEN QUIERE HACERLO QUE LO HAGA
CREE QUE LOS TATUAJES SON UN TABU POR QUE	SI, CREO QUE LA GENTE TIENDE A JUZGAR A ALGUIEN QUE TIENE TATUAJES, PERO IGUAL HA IDO CAMBIANDO, YO CREO QUE NO FALTA MUCHO PARA QUE LA GENTE PUEDE ACEOTAR4 A ALGUIEN QUE TENGA TATUAJE SY QUE NO SEA UN TABOO
COMO PUEDE LLEGAR A COMUNICAR O EXPRESAR UNA IDEA UN TATUAJE	CUANDO ES VISIBLE, DESDE QYUE EXPRESAS ALGO QUE LOS DEMAS VAN A VER ESTAS COMUNICANDO COMO PARTE DE LO QUE TU ERES Y DE O QUE SIENTES, ES ALGO QUE COMUNICA.
QUE PIENSA DE LA PUBLICIDAD EN EL CUERPO POR MEDIO DE TATUJES	YO CREO QUE LA PUBLICIDAD Y LOS TATUAJES SON OPUESTOS, NO VEO EN QUE PUNTOS PUEDEN ENCONTRARSE, CREO QUE SON MUY OPUESTOS LOS DOS.
ESTARIA DISPUESTO A HACERSE UN TATUAJE PUBLICITARIO SI HUBIERA UNA OFERTA ECONOMICA DE POR MEDIO	NO
COMO PUEDE IMAGINARSE LA PUBLICIDAD EN EL CUERPO POR MEDIO DE TATUAJES?	NOSE, CREO QUE NO ME LA IMGINO, NO CREO QUE ALGUIEN ESTE DISPUESTO HA VENDER SU CUERPO POR ALGO QUE NO PIENSA EL, UNO PUEDE LLEVAR UNA CAMISETA O UNA PULSERA DE ALGUIEN PERO NO PUEDE PONERSE ALGO EN LA PIEL PARA TODA LA VIDA DE UNA MARCA SOLO POR DINERO, NO SERIA LOGICO.
8. QUE IMAGEN TIENE DE LAS PERSONAS TATUADAS	LA MISMA QUE TENGT0 CUALQUIER OTRA PERSONA, CREO QUE ESO NO HACE NINGUNA DIFERENCIA

Tabla 8. Resultado Entrevista Tatuada

Fuente: Laura Sánchez Corredor y Autor.

Como se observa durante esta entrevista se ve que un gran porcentaje de los tatuados sigue siendo la representación gráfica de ideas sentimientos y cosas que son muy personales, gran similitud entre esta entrevistada y varios de los encuestados.



NOMBRE	ALEJANDRO NIVIA
EDAD	31 AÑOS
CEDULA	80210684
PROFESION	EMPELEADO PUBLICO
TIENE TATUAJES	SI
CUANTOS	3
LE GUSTAN	SI BASTANTE
QUE REPRESENTAN LOS TAUJES PARA USTED	ME PARECE QUE ES UNA FORMA DE PENSAR, TRNAMITIRLE A LOS DEMAS PENSMIENTOS LOS QUE UNO CREE SUS GUSTOS
QUE LUGARES CREE USTED QUE UNA PERSONA JAMAS DEBE TATUARSE	LAS MANOS Y LA CARA
CREE QUE LOS TATUAJES SON UN TABU POR QUE	NO, HOY EN DIA YO CREO QUE YA NO TANTO ESTIGMA YA LA SOCIEDAD SE HA IDO ACOSTUMBRANDO A ELLO
COMO PUEDE LLEGAR A COMUNICAR O EXPRESAR UNA IDEA UN TATUAJE	ME IMAGINO YO QUE UN TATUJE, COMO YA LO DIJE UNA FORMA DE PENSAR UN GUSTO, ENTONCES CUANDO UNO SE LO HACE, INICIA ALGO MUY IMPORTANTE EN LA VIDA DE UNO
QUE PIENSA DE LA PUBLICIDAD EN EL CUERPO POR MEDIO DE TATUAJES	CREO QUE HAY DOS PUNTOS DE VISTA, NO SE SI MAS BIEN ES SI ESTOY DE ACUERDO O NO SI LA PERSONA SE TATUE UNA MARCA O COMO SE VERIA BENEFICIADA LA PUBLICIDAD FRENTE A ESTE ARTE, ME PARECE QUE TODO ES VALIDO
ESTARIA DISPUESTO A HACERSE UN TATUAJE PUBLICITARIO SI HUBIERA UNA OFERTA ECONOMICA DE POR MEDIO	NO
COMO PUEDE IMAGINARSE LA PUBLICIDAD EN EL CUERPO POR MEDIO DE TATUAJES?	SIN QUERER MUCHA GENTE SE TATUA EQUIPOS DE FUTBOL O IMÁGENES RELIGIOSAS SIN QUERER SIEMPRE ES UNA IMAGEN QUE UNA IMAGEN VA A IMPULSAR.
8. QUE IMAGEN TIENE DE LAS PERSONAS TATUADAS	LA MEJOR , PIENSO QUE LAS PERSONAS QUE TIENE TATUAJES LE GUSTAN Y ASI LO QUIERE EXPRESAR.

Tabla 9. Respuestas Entrevistado Tatuado

Fuente: Alejandro Nivia y Autor

Esta entrevista llama la atención porque cambia el rango de edad que se maneja como constante dentro de los encuestados, pero se reafirma que es una persona más conservadora que no estaría dispuesta a recibir dinero con tal de tatuarse un tatuaje mercadotecnista o publicitario.

Pero a pesar de esto si se imagina que en un momento dado este fenómeno se empiece a dar y da unos pinitos de cómo lo vería y lo que se ve en la actualidad, como por ejemplo equipos de futbol, imágenes religiosas y grupos musicales o cantantes.



NOMBRE	PILAR ANDREA NIVIA GONZALEZ
EDAD	24 AÑOS
CEDULA	1032433351
PROFESION	ESTUDIANTE
TIENE TATUAJES	SI
CUANTOS	1
LE GUSTAN	SI MUCHO
QUE REPRESENTAN LOS TAUAJES PARA USTED	ES UNA FORMA DE IDENTIFICACION O DE DEMOSGTRAR ALGO DE LAS PERSONAS
QUE LUGARES CREE USTED QUE UNA PERSONA JAMAS DEBE TATUARSE	LA CARA
CREE QUE LOS TATUAJES SON UN TABU POR QUE	NO, PORQUE YA HA PASADOMUCHO TIEMPO Y YA DEJAN DE SER UN TABOO YA MUCHA GENTE LOS
COMO PUEDE LLEGAR A COMUNICAR O EXPRESAR UNA IDEA UN TATUAJE	A TRAVEZ DE LAS IMAGENES O ATRAVEZ DE LAS FORMAS SE PUEDE RECONOCER CIERTAS EXPRESIONES
QUE PIENSA DE LA PUBLICIDAD EN EL CUERPO POR MEDIO DE TATUJES	NO ME GUSTA PORQUE DEJARIA DE SER ALGO ARTISTICO A SER ALGO COMERCIAL
ESTARIA DISPUESTO A HACERSE UN TATUAJE PUBLICITARIO SI HUBIERA UNA OFERTA ECONOMICA DE POR MEDIO	NO
COMO PUEDE IMAGINARSE LA PUBLICIDAD EN EL CUERPO POR MEDIO DE TATUAJES?	COMUNICACNDO IDEAS COMERCIALES, POR EJEMPLO EQUIPOS DE FUTBOL O IMÁGENES E ALGUN PRODUCTO.
8. QUE IMAGEN TIENE DE LAS PERSONAS TATUADAS	SON PERSONAS QUE QUIEREN DAR A CONOCER ALGO O POR ALGUNA RAZON MUYT ESPECIAL SE PUSIERON LOS TATUAJES

Tabla 10. Resultado Entrevista Tatuada

Fuente: Pilar Andrea Nivia Gonzalez y Autor.

Finalmente la última persona entrevistada dentro del grupo de tatuados, concluye que no estaría dispuesta a hacerse un tatuaje por oferta económica ya que lo sigue viendo como algo artístico y no como una moda en sí, no está en su idea que el tatuaje se vuelva algo comercial y mantiene la opción de verlo a futuro como en equipos de futbol.

- Tatuadores

Las siguientes entrevistas se realizaron dentro de una muestra de tres tatuadores que también trabajan en Vía Libre, uno de ellos es profesional en el arte y oficio de tatuar los otros dos son empíricos en proceso de oficializar su profesión, cada uno tiene su propia visión sobre los tatuajes y la perspectiva de la publicidad en los mismos.

Cabe resaltar que cada uno pertenece a una generación de edad diferente y que en algunos casos el arte y la parte comercial se pueden combinar en otras es algo totalmente opuesto.



NOMBRE	RAFAEL FIERRO CRUZ
EDAD	29 AÑOS
CEDULA	80210524
PROFESION	CREADOR DE ARTES ESENICAS Y TATUDOR
TIENE TATUAJES	SI
CUANTOS	MUCHOS
LE GUSTAN	SI
QUE REPRESENTAN LOS TAUJAJES PARA USTED	EL NUEVO GRITO DE LIBERTAD DE UNA GENERACION QUE QUIERE EXPRESAR MUCHAS COSAS
QUE LUGARES CREE USTED QUE UNA PERSONA JAMAS DEBE TATUARSE	LA CARA POR QUE ES LA IMAGEN QUE UNO TIENE FRENTE AL MUNDO
CREE QUE LOS TATUAJES SON UN TABU POR QUE	ES UNA SOCIEDAD TAN REPRIMIDA EN LA QUE VIVIMOS Y EN UNA CIUDAD TAN POCO CULTURAL COMO ESTA SI ES UN TABOO
COMO PUEDE LLEGAR A COMUNICAR O EXPRESAR UNA IDEA UN TATUAJE	SI ES UN MUY BUEN TATUAJE Y SI LA PERSONA QUE LO TIENE HECHO SIGNIFICA ALGO SE ENTENDERA QUE SIGNIFICA ALGO
QUE PIENSA DE LA PUBLICIDAD EN EL CUERPO POR MEDIO DE TATUJES	NO ESTOY DE ACUERDO
ESTARIA DISPUESTO A HACERSE UN TATUAJE PUBLICITARIO SI HUBIERA UNA OFERTA ECONOMICA DE POR MEDIO	NO ME GUSTARIA PORQUE CUALQUIER ARTE SEA MUSICA O TEATRO METERLE PUBLICIDAD SERIA VENDERLO
COMO PUEDE IMAGINARSE LA PUBLICIDAD EN EL CUERPO POR MEDIO DE TATUAJES?	NO ME LA PUEDO IMAGINAR LA VERDAD
8. QUE IMAGEN TIENE DE LAS PERSONAS TATUADAS	QUE SON MUY VERRACAS AL SOPORTAR TANTO DOLOR

Tabla 11. Entrevista realizada a Tatuador de Vía Libre

Fuente: Rafael Fierro Cruz y Autor.

Esta entrevista se estudia a fondo en el siguiente capítulo dentro de los hallazgos y conclusiones, es un tatuador que trabaja en el ámbito general de las artes escénicas es decir esta directamente ligado con el mundo artístico es decir su vocación y a todo a lo que se dedica está encaminado y enfocado con esto, por eso esta persona no podría encontrar en ningún punto la combinación del arte tatuado y la publicidad.



NOMBRE	MARTHA LOPEZ
EDAD	38 AÑOS
PROFESION	TATUADORA PROFESIONAL
TIENE TATUAJES	SI
CUANTOS	MUCHOS
LE GUSTAN	SI MUCHO
QUE REPRESENTAN LOS TAUJES PARA USTED	LOS TATUJES SON UN ESTILO DE VIDA ES UNA RECORDACION FAMILIAR O DE PORTIVA, MUCHAS VECES LAS PERSONAS QUE SE LOS HACEN QUIEREN DEMOSTRAR UNA REBELDIA, QUIEREN SOBRESALIR EN LOS GRUPOS CULTURALES JUVENILES.
QUE LUGARES CREE USTED QUE UNA PERSONA JAMAS DEBE TATUARSE	CUALQUIER PARTE DEL CUERPO SE PUEDE TATUAR
CREE QUE LOS TATUAJES SON UN TABU POR QUE	ERAN UN TABOO, PERO ACTUALMENTE CON LA EVOLUCION DE LA SOCIEDAD Y LA JUVENTUD Y TODOS LOS MEDIOS DE COMUNICACIÓN NO
COMO PUEDE LLEGAR A COMUNICAR O EXPRESAR UNA IDEA UN TATUAJE	LOS TATUJES SIEMPREN COMUNICAN ALGO, UNA IDEA O UN PENMIENTOS, YA DEPENDE DE QUIEN LO HAGA O QUIEN LO PORTE
QUE PIENSA DE LA PUBLICIDAD EN EL CUERPO POR MEDIO DE TATUJES	LA PUBLICIDAD ES VALIDA, DE TODAS MANERAS CONSERVA SU ESENCIA DE ARTE, SIEMPRE EL TATUAJE COMUNICA ALGO
ESTARIA DISPUESTO A HACERSE UN TATUAJE PUBLICITARIO SI HUBIERA UNA OFERTA ECONOMICA DE POR MEDIO	SI
COMO PUEDE IMAGINARSE LA PUBLICIDAD EN EL CUERPO POR MEDIO DE TATUAJES?	SI SU FIN UNICAMNETE PUBLICITARIO SERIAN TATUAJES DE GEMA QUE DESAPARECEN EN UNO O DOS MESES Y ASI LA PERSONA NO SE VE LIGADA A ESE TATUAJE DE POR VIDA
8. QUE IMAGEN TIENE DE LAS PERSONAS TATUADAS	SOMOS PERSONAS CON PERSONALIDAD CON CARACTAER, PUE SON NOS IMPORTAN EL QUE DIRAN

Tabla 12. Entrevista realizada a Tatuador

Fuente: Autor

En esta entrevista a diferencia de la anterior Martha tatuador profesional con más de 15 años de experiencia en el tema ha visto todos los cambios que ha sufrido el arte de tatuar a través de la última década lo que coincide con su opinión de que poco a poco y con la evolución del mundo tatuar se ha vuelto algo más comercial que artístico, menciona fuera de la grabación el hecho de que ya existan programas de tv que paguen por mostrar cómo la gente paga un dineral por tatuarse en un sector exclusivo en Miami. Si la gente paga por eso, por qué no estaría dispuesta a recibir dinero por un tatuaje.



NOMBRE	SERGUI ARRIETA
EDAD	25 AÑOS
CEDULA	222409398
PROFESION	COMUNICADOR SOCIAL Y TATUADOR
TIENE TATUAJES	SI
CUANTOS	3
LE GUSTAN	CLARO
QUE REPRESENTAN LOS TAUAJES PARA USTED	REPRESENTA UNA FORMA DE EXPRESAR UNA IDEA, DEFERENTES TIPOS DE IDEAS, SENTIMIENTO O PENSAMIENTOS QUE SE QUIERE PONER EN EL CUERPO
QUE LUGARES CREE USTED QUE UNA PERSONA JAMAS DEBE TATUARSE	HAY GENTE QUE SE TATUA LA CARA O MANOS PERO YO COMO TATUADOR NO LO HARIA
CREE QUE LOS TATUAJES SON UN TABU POR QUE	SI , PERO CREO QUE DIGAMOS QUE DE 20 AÑOS PARA ACA ESA CONCEPCION HA IDO CAMBIANDO.
COMO PUEDE LLEGAR A COMUNICAR O EXPRESAR UNA IDEA UN TATUAJE	CUANDO OTRA PERSONA VE UN TATUAJE YA COMUNICA ALGO
QUE PIENSA DE LA PUBLICIDAD EN EL CUERPO POR MEDIO DE TATUJES	CREO QUE LA PUBLICIDAD ES ALGO DISTINTO A TATUARSE UN EQUIPO DE FUTBOL ES ALGO PARECIDO
ESTARIA DISPUESTO A HACERSE UN TATUAJE PUBLICITARIO SI HUBIERA UNA OFERTA ECONOMICA DE POR MEDIO	DEPENDE DE LO QUEI ME VOY A TATUAR , SI ME GUSTA Y ME VAN A PAGAR LO HARIA
COMO PUEDE IMAGINARSE LA PUBLICIDAD EN EL CUERPO POR MEDIO DE TATUAJES?	MAS QUE UNA MARCA SI NO ALGO COMO REPRESENTAR SITUACIONES, UN CONCIERTO UNA CARA O ALGO ASI
8. QUE IMAGEN TIENE DE LAS PERSONAS TATUADAS	ES GENTE DE MENTE ABIERTA, LAS PERSONAS HOY EN DIA DE MENTE CERRADA NO SUELEN HACERSE TATUAJES

*Tabla 13. Entrevista realizada a Tatuador de Vía Libre
Fuente: Sergio Arrieta y Autor*

Finalmente el último tatuador entrevistado pertenece a la “nueva generación” le guarda recelo al arte es decir sigue viendo el tatuaje como algo artístico pero consideraría la opción de tatuarse un tatuaje publicitario por dinero si le gusta y está dentro de sus convicciones.

Es decir, no es renuente a la posibilidad de hacerlo si va con su personalidad, creencias gustos y aficiones.



• **Publicistas**

NOMBRE	LORENA PEREZ
EDAD	40 AÑOS
PROFESION	PUBLICISTA
TIENE TATUAJES	NO
CUANTOS	NO ME GUSTAN
LE GUSTAN	NO ME GUSTAN
QUE REPRESENTAN LOS TAUJES PARA USTED	ES UN MEDIO PARA GENERAR UNA RECORDACION DE ALGO O UN INSTRUMENTO PARA OFRECER UN PRODUCTO DENTRO DE LOS CONSUMIDORES
QUE LUGARES CREE USTED QUE UNA PERSONA JAMAS DEBE TATUARSE	NO ME GUSTRIA NI EN LA CARA NI EN LAS MANOS
CREE QUE LOS TATUAJES SON UN TABU POR QUE	NO, CREO QUE YA CON LA MODERNIDAD DE HOY LA SOCIEDAD HA IDO EVOLCUIONANDO Y HA IDO ACEOTANDO EL CAMBIO
COMO PUEDE LLEGAR A COMUNICAR O EXPRESAR UNA IDEA UN TATUAJE	EL TATUAJE ES EL MEDIO Y EL CUERPO ES EL INSTRUMENTO Y ASI SE CONVIERTE EN UNA IDEA.
QUE PIENSA DE LA PUBLICIDAD EN EL CUERPO POR MEDIO DE TATUJES	PUEDE SER COMO UN MEDIO LUCRATIVO Y COMO UNA FORMA DE EXPRESION DEL COMERCIO
ESTARIA DISPUESTO A HACERSE UN TATUAJE PUBLICITARIO SI HUBIERA UNA OFERTA ECONOMICA DE POR MEDIO	NO
COMO PUEDE IMAGINARSE LA PUBLICIDAD EN EL CUERPO POR MEDIO DE TATUAJES?	LOS TATUAJES PODRAIN SER TEMPORALES Y PUEDEN LLEGAR A PROMOCIONAR UNA MARCA O UNA TENDENCIA.
8. QUE IMAGEN TIENE DE LAS PERSONAS TATUADAS	ES RESPETABLE ES GUSTO DE CADA CUAL

*Tabla 14. Entrevista Realizada a Publicista
Fuente: Lorena Pérez y Autor*

Publicista en proceso de retiro de la agencia en la que trabaja ya que está montando su propio negocio, es una persona a la que no le gustan los tatuajes pero que si ve en ellos la posibilidad de generar recordación y hacer dinero cree que es un medio lucrativo y una forma de expresión del comercio, le vendería la idea al público en general ofreciéndole dinero por un tatuaje temporal que promocióne una marca y genere una tendencia.



NOMBRE	ANGELICA MARIA MORALES GONZALEZ
EDAD	23 AÑOS
CEDULA	1032445167
PROFESION	PUBLICISTA Y MERCADOTECNISTA
TIENE TATUAJES	SI
CUANTOS	4
LE GUSTAN	DEMASIADO
QUE REPRESENTAN LOS TAUAJES PARA USTED	SON UN MEDIO DE COMUNICACIÓN QUE EXPRESAN IDEAS O PENSAMIENTOS QUE UNO TIENE, COMO RECUERDOS. ES LA FORMA DE EXPRESARLE AL MUNDO MUCHOS SENTIMIENTOS QUE UNO TIENE Y QUE QUISIERA LLEVARLOS Y VISTOS
QUE LUGARES CREE USTED QUE UNA PERSONA JAMAS DEBE TATUARSE	ESO DEPENDE DE LOS GUSTOS Y SI EN GENERAL DE LO QUE DEDICA UNA PERSONA, PUEDE QUE A UNA PERSONA LE GUSTE PERO PUEDE QUE TRABAJE EN UNA MULTINACIONAL, LA CARA Y LAS MANOS NO SE LAS PUEDE TATUAR. PERO UNA PERSONA QUE TRABAJE EN MEDIOS COMO TEATRO CINE O TELEVISION HABRIA MAS POSIBILIDAD DE EXPRESARSE LIBREMENTE
CREE QUE LOS TATUAJES SON UN TABU POR QUE	NO, YO VEO LOS TATUAJES COMO ALGO QUE ESTA PASANDO Y ES ALGO MUY NORMAL QUE ESTE UNO EN LA CALLE VEA PERSONAS TATUADAS Y NO LAS JUZGUE. YA ES ALGO DEL COMUN
COMO PUEDE LLEGAR A COMUNICAR O EXPRESAR UNA IDEA UN TATUAJE	NO MAS CON EL HECHO DE LLEVARLO EN LA PIEL YA ESTA EXPRESANDO MUCHAS COSAS, LA PERSONA QUE SE TATUA UN NOMBRE DE ALGUIEN YA ESTA EXPRESANDO QUE HAY ALGUIEN IMPORTANTE DETRÁS, TAMBIEN ALGUIEN QUE SE TATUA UN GRUPO DE MUSICA O UNA IMAGEN RELIGIOSA YA DEMUESTRA ALGO DE ESA PERSONA.
QUE PIENSA DE LA PUBLICIDAD EN EL CUERPO POR MEDIO DE TATUJES	SERIA UNA BUENA IDEA, DIGAMOS EQUIPOS DE FUTBOL, MAL O BIEN ESO YA ESTA PUBLICITANDO ALGO ESTA EXPRESANDO UN GUSTO DE LA PERSONA POR UN EQUIPO. ASI ESTE NO SEPA QUE ESA PERSONA TIENE UN TATUAJE LAS DEMAS PERSONAS LO VES Y ESTA ESTA GENERANDO PUBLICIDAD PARA EL EQUIPO
ESTARIA DISPUESTO A HACERSE UN TATUAJE PUBLICITARIO SI HUBIERA UNA OFERTA ECONOMICA DE POR MEDIO	SI LO HARIA Y MAS QUE PENSANDOLO DESDE LA PARTE PUBLICITARIA SERIA LA MANERA DE OFRECERLE Y DARLE AL CONSUMIDOR PARA QUE LO HICIERA, PARA MI COMO PUBLICISTA COMO PUBLICISTA SERIA MUY BUENO QUE ALGUIEN SE TATUARA UNA CAMPAÑA. TAMBIEN PUEDE SER UN TATUAJE TEMPORAL.
COMO PUEDE IMAGINARSE LA PUBLICIDAD EN EL CUERPO POR MEDIO DE TATUJES?	SI ESTOY EN UNA CAMPAÑA DE MC DONALD'S NO NECESARIAMENTE TIENE QUE ESCRIBIRSE LA MARCA SINO QUE TODO EL MUNDO RECONOCE AL PAYASO O LA M DE MC DONALD'S. O LOS M&M CON LOS MUÑEQUITOS, TODO ES UNA FORMA DE PUBLICITAR. HAY DIFERENTES CAMPAÑAS QUE POR MEDIO DE LOGOS SE MANEJEN LA TENDENCIA O LA RECORDACION DE UN PRODUCTO.
8. QUE IMAGEN TIENE DE LAS PERSONAS TATUADAS	SON PERSONAS MUY LIBRES QUE QUIEREN COMO ROMPER UN TABOO, ROMPER LA COTIDIANIDAD DE LA VIDA Y DEJAR DE SER CONSERVADORA Y ESTAN ABIERTAS AL CAMBIO Y LAS NUEVAS TENDENCIAS

*Tabla 15. Entrevista Realizada a Publicista Mercadotecnista
Fuente: Angélica Morales y Autor*

Mercadotecnista y Publicista dispuesta a tatuarse si hay una oferta económica de por medio y también dispuesta a venderle la idea a una persona del común pero lo haría por medio de logos o imágenes alusivas a alguna campaña no en sí del nombre de una compañía o un producto, expresa que los tatuajes sería un excelente medio de comunicación lo ve a futuro como un muy buen negocio lucrativo.



NOMBRE	JOYCE DIAZ
EDAD	25 AÑOS
CEDULA	1015426511
PROFESION	PUBLICISTA
TIENE TATUAJES	NO
CUANTOS	
LE GUSTAN	SI
QUE REPRESENTAN LOS TAUAJES PARA USTED	REPRESENTAN UNA IDEA, UN SENTIMIENTO.
QUE LUGARES CREE USTED QUE UNA PERSONA JAMAS DEBE TATUARSE	LA CARA
CREE QUE LOS TATUAJES SON UN TABU POR QUE	SI, SON UN TABOO PERO LO VEO COMO DEPENDIENDO DE SI EL TATUAJE ES PEQUEÑO NO SE VE COMO UN TABOO PERO SI UNA PERSONA TIENE UN TATUAJE GRANDE SI ES UN TABOO
COMO PUEDE LLEGAR A COMUNICAR O EXPRESAR UNA IDEA UN TATUAJE	UN TATUAJE ES MUY VISUAL AL CAPTARLO COMO QUE SE DA CUENTA QUE PIENSA ESA PERSONA Y QUE ESTA HACIENDO
QUE PIENSA DE LA PUBLICIDAD EN EL CUERPO POR MEDIO DE TATUJES	ME PARECERIA UN BIEN NEGOCIO, PORQUE PUES HAY PERSONAS PARA TODO, ENTONCES SERIA CONSEGUIR PERSONAS QUE SE TATUARA SOLO POR DINERO
ESTARIA DISPUESTO A HACERSE UN TATUAJE PUBLICITARIO SI HUBIERA UNA OFERTA ECONOMICA DE POR MEDIO	NO
COMO PUEDE IMAGINARSE LA PUBLICIDAD EN EL CUERPO POR MEDIO DE TATUJES?	SERIA COMO UNA BUENA FORMA DE HACER PUBLICIDAD PORQUE A TRAVEZ DE LOS TATUAJES TEMPORALES SERIA UN BUEN NEDOCIO PARA PODER TRASMITIR LOS MENSAJES.
8. QUE IMAGEN TIENE DE LAS PERSONAS TATUADAS	PIENSO QUE SON PERSONAS VALIENTES

Tabla 16. Entrevista Realizada a Publicista

Fuente: Joyce Díaz y Autor

Finalmente la última persona entrevistada concluye que no se haría un tatuaje ni por todo el dinero del mundo, le gustan pero no se haría ni siquiera uno normal en su piel piensa que es una excelente forma de hacer publicidad ya que transmite los mensajes por miedo de un negocio que traería mucho dinero a una campaña publicitaria.

Concluyendo dentro de las entrevistas se observa que las opiniones están muy divididas que la edad, la profesión y la manera de ver el arte y el dinero afectan de manera directamente proporcional para tomar la decisión de tatuarse o no un tatuaje publicitario.



CAPÍTULO 4: HALLAZGOS Y CONCLUSIONES

Dentro de este capítulo se cruzará la información obtenida tanto de las entrevistas como de las encuestas con el marco teórico consultado a lo largo del primer y segundo capítulo, señalando las coincidencias o diferencias entre la historia, la teoría y la visión actual del tema y llegando así a las conclusiones finales del trabajo de grado.

1. La sociedad aun ve con rezago la posibilidad de poder enfrentar el tatuaje como algo cotidiano, se ve enfrentada a los ligamentos de un pasado conservador donde este se ve como una forma de expresión de persona que no están adaptadas al medio donde vivimos y que por ende tiende a ser juzgada y escatimada. Es así como lo menciona Laura Sánchez Corredor durante la entrevista realizada: “Si, creo que la gente tiende a juzgar a alguien que tiene tatuajes, pero igual ha ido cambiando, yo creo que no falta mucho para que la gente puede aceptar a alguien que tenga tatuajes y que no sea un tabú”.

Así mismo el tatuaje en nuestro tiempo ha sido estigmatizado, por las personas que aún lo ven como un acto donde el individuo se ve ligado a fragmentos del pasado como son las tribus indígenas por ejemplo de Colombia donde miraban los tatuajes como una transformación cultural dentro de su tribu, llevándola a la exaltación de su raza y la identificación de su comunidad frente a otras. (Atinos, 2003, pág. 123)

Esta perspectiva está muy ligada aun en el pensamiento colombiano, donde miramos con recelo nuestro pasado, intentando dejarlo a un lado tratando de entrar en la modernidad. Sin embargo, hoy en día el tatuaje es algo personal que no está intervenido los demás sino por uno mismo, tatuaje implica aspectos personales que finalmente la sociedad debe respetar bajo un ámbito de tolerancia.” (González, 2007, pág1).



2. En nuestra generación el tatuaje es visto como muy cotidiano, es simplemente un acto de libertad que se nos ha dado, “el nuevo grito de libertad de una generación que quiere expresar muchas cosas” según Rafael Fierro Tatuador Empírico, teniendo en cuenta esto, es como el tatuaje se está convirtiendo cada día más en una muestra de expresión ante una sociedad que está envuelta en estigmas del pasado. “Los tiempos han cambiado vertiginosamente y podemos disfrutar del ejercicio pleno de nuestros derechos y obligaciones, y con ello, las perforaciones y los tatuajes son vistos como ornamentos de moda, fijación de la personalidad y atracción sexual. Un tatuaje implica aspectos personales que finalmente la sociedad debe respetar bajo un ámbito de tolerancia.” (González, 2007, pág1)

Sin embargo, los jóvenes son la muestra de reacción del pasado que ha dado la oportunidad de evolucionar de pensamientos a través de los tatuajes, dado que se han globalizado tanto estos que en la mayoría del mundo ya pasaron de ser un tabú a ser algo convencional. Como lo muestra la publicista Lorena Pérez en su respuesta, “creo que ya con la modernidad de hoy la sociedad ha ido evolucionando y ha ido aceptando el cambio”.

3. La comunicación siempre va a estar ligada al tatuaje, pues esta está implícita en el diseño de un tatuaje, ya sea por medio de un símbolo que quiera representar alguien, o bien sea por medio de un rostro, está comunicando un recuerdo para la persona. Es así como el tatuaje desde sus inicios en la humanidad está ligado completamente a comunicar o transmitir un mensaje. “La publicidad es válida, de todas maneras conserva su esencia de arte, siempre el tatuaje comunica algo”.

Es por esto que cuando las personas piensan en un tatuaje, están remontándose a una de las expresiones de comunicación más antiguas del hombre, que han visto pasar milenios de cultura donde el tatuaje hasta nuestros días no ha dejado de ser ni ha perdido su esencia de instrumento de



comunicación. “La práctica del tatuaje se define como un tipo de renacimiento que se da en la cultura contemporánea, este renacimiento se expresa en la transformación del cómo se realizan los tatuajes en la actualidad.” (Burbon, 1998, pág. 130).

4. La publicidad a lo largo del tiempo, ha ido evolucionando como todo, cada vez más está en un constante cambio que ha llegado a traspasar los límites de esta, como es bombardear constantemente al consumidor desde que prende el televisor, sale de su casa y se encuentra con publicidad en cada cuadra, en sus redes sociales o páginas de internet, o con personas que diariamente le recuerdan algún producto. La publicidad ha intentado gobernar todos los medios de comunicación, con el fin de vender algún producto, y las personas saben esto puesto que en algunas ocasiones ya pasa a ser un tema molesto y aburridor.

Cada día se tratan de descubrir nuevas formas de hacer publicidad, ya sea por correos directos, flash mobs, concursos o simplemente por medio de activaciones de marca. Sin embargo aún no se ha explorado con algo que siempre ha estado en la sociedad y son los tatuajes. La publicidad con tatuajes ha empezado a ser algo que la sociedad no está familiarizada con esto. Como lo menciona, Yoselin Salcedo publicista del InHouse de Claro, “No me lo imagino, me parece horrible tatuarse una marca.”

Sin embargo, es algo que está empezando a suceder y que está pasando, desde personas que venden su cuerpo para promocionar un hotel, hasta luchadores que se tatúan sus patrocinadores para publicitarlos en el ring. Así mismo las personas ya están usando este medio para promocionar algo, como lo son los equipos de futbol los cuales personas amantes al futbol hinchas de algún equipo se tatúan el escudo o algo emblemático del equipo promocionándolo y recordando que el equipo está presente. La religión es algo que no se escapa de esto, personas amantes a alguna religión se tatúan símbolos emblemáticos con el fin de identificarse y mostrarle al mundo que



creen en algo, sin pensar que están haciéndole promoción a esta. O simplemente las personas que se tatúan grupos o cantantes que incitan a promocionarlos sin algún fin económico. “Para un grupo musical por ejemplo el hecho de que un fan se tatué algo acerca de ellos es excelente se convierte en un medio informativo sobre ellos y genera recordación en el demás público”, como lo dice el tatuador Manuel Vaca en la encuesta realizada dentro de vía Libre.

5. La mayoría de las personas que actualmente tiene tatuajes, lo ven como un arte o una forma de expresión que parte del diseño artístico y ven la publicidad como un obstáculo que se quiere introducir en su espacio de libertad. Basado esto en la entrevista realizada por la comunicadora audiovisual tatuada, Laura Ximena Sánchez Corredor, “No sé, creo que no me la imagino, no creo que alguien esté dispuesto a vender su cuerpo por algo que no piensa el, uno puede llevar una camiseta o una pulsera de alguien pero no puede ponerse algo en la piel para toda la vida de una marca solo por dinero, no sería lógico.”

Sin embargo, no todas las personas piensan esto, pues hay gente que por algún reconocimiento económico podría llegar a tatuarse algo si este fuese de su agrado. Como el tatuador Sergio Arrieta, “Depende de lo que me voy a tatuar, si me gusta y me van a pagar lo haría” o la tatuadora Martha López, “Si su fin únicamente publicitario serian tatuajes de gema que desaparecen en uno o dos meses y así la persona no se ve ligada a ese tatuaje de por vida.”

Finalmente, creo que la publicidad con tatuajes es posible, por medio de tatuajes temporales que de algún modo las personas se vean identificadas y se sientan en agrado con la marca. El tatuaje es algo novedoso hoy en día, es algo que está cogiendo mucha popularidad y cada vez más está pasando de ser un arte a un moda y por esto la publicidad está tratando de indagar en este tema. Sin embargo los tatuajes temporales son algo que podría crear una nueva cultura en la publicidad, introduciendo un nuevo concepto de consumo en la sociedad.



BIBLIOGRAFÍA

- Atkinson Michael, the sociogenesis of body art, 2003.
- Aguilar García, María Teresa, Lecturas del cuerpo en la era biotecnológica. Revista Red Nómadas, Redalyc 2003.
- Banco de la república, Arte y cultura de las modificaciones culturales, 2010.
- Bernard Michel (1985). El cuerpo. Ed. Piados. [España](#). p.12 Entiéndase el concepto "hombre" bajo el término de especie, y no por el de [género](#).
- Britto Ruíz, Diana Ordóñez Valverde, Las prácticas de distinción social. Un estudio de caso entre jóvenes de la ciudad de Cali. Colombia. Redalyc 2005.
- Brohm J. M. (1968). En M. Bernard. El cuerpo. op cit. p. 20
- Castillo Berthier, Héctor. De las bandas a las tribus urbanas, De la transgresión a la nueva identidad social. Revista Desacatos, Redalyc 202.
- Domínguez, Vicente. Tabú: la sombra de lo prohibido, innombrable y contaminante¹. Universidad de Oviedo pag 146
- Eliade Mircea, Lo sagrado y lo profano, ed.cit., p. 21.
- Ganter S, Rodrigo. De cuerpos, tatuajes y culturas juveniles. Red de revistas científicas de América Latina, El Caribe, España y Portugal. Redalyc, 2011.
- García Bacca (1987). En Jesús Paredes. 2002. "Desde la corporeidad a la cultura". Revista Digital Edeportes. No. 62
- González López, Arturo García García, Francisco, Nuevas formas de publicidad. Madrid. Ed e-libro Corp. Universidad Complutense de Madrid, 2002.
- López Herrera, M.; López Arística, M. y López Herrera, L.: "*Cultura y comunicación: una relación compleja* ", en Contribuciones a las Ciencias Sociales, Marzo 2012, www.eumed.net/rev/cccss/19/
- Mac Gregor Julián. (1992). En Dicaprio N. 1992. Teorías de la
- Martínez Rossi, Sandra. La piel como superficie simbólica. Madrid. Editorial Fondo de Cultura Económica, 2013.513p.
- Muñoz González, Germán, La comunicación en los mundos de vida juveniles. Revista Latinoamericana de Ciencias Sociales, Niñez y Juventud, Redalyc 2007.
- Paredes Jesús (2002). Desde la corporeidad a la cultura.



Pontificia Universidad
JAVERIANA

Bogotá

Facultad de Comunicación y Lenguaje

- Trigo y Rey (2000). En Henry Portela. op cit. p. 5
- Vasquez Rocca, Adolfo. La moda en la posmodernidad. Deconstrucción del fenómeno fashion, Revista Nómadas, Redalyc 2005.
- Zubiri (1986). En Jesús Paredes. op. cit.



ANEXOS

ANEXO 1. ENCUESTA PARA JÓVENES TATUADOS, TATUADORES Y PUBLICISTAS.

- ¿Cómo cree usted que los tatuajes pueden llegar a ser un medio de comunicación?

(El objetivo de esta pregunta es poder identificar si la gente cuando se tatúa lo hace con la intención de comunicar algo o simplemente amor al arte en su cuerpo)

- ¿Piensa usted que los tatuajes son un arte en el cuerpo o son una moda hoy en día?

(El objetivo de esta pregunta es identificar la perspectiva de las personas tatuadas sobre ellas mismas.)

- ¿Por qué cree usted que cada vez hay más gente tatuada y está dejando de ser un tabú en la sociedad?

(El objetivo de esta pregunta es poder identificar que piensan las personas sobre los tatuajes en la sociedad y como lo perciben.)

- ¿Qué piensa usted del cuerpo como instrumento para promocionar algún producto o marca por medio de tatuajes?

(El objetivo de esta pregunta es mirar si las personas con tatuajes estarían de acuerdo con prestar su cuerpo para realizar publicidad)



ANEXO 2. ENCUESTA PARA JÓVENES ESTUDIANTES DE LA PONTIFICIA UNIVERSIDAD JAVERIANA

- Nombre
- Edad
- Profesión y/o Ocupación
- Tiene Tatuajes?
- Qué representan los tatuajes para usted
- Qué imagen tiene de las personas tatuadas
- Qué lugares cree usted que una persona jamás debe tatuarse
- Cree que los tatuajes son un tabú Por qué?
- Cómo puede llegar a comunicar o a expresar una idea un tatuaje
- Qué piensa de la publicidad en el cuerpo por medio de tatuajes
- Estaría dispuesto a hacerse un tatuaje publicitario si hubiera una oferta económica de por medio
- Se haría un tatuaje publicitario por un tiempo o permanente?
- Ubique en la siguiente escala cuánto dinero pediría usted o estaría dispuesto a recibir por una empresa para portar un tatuaje en su cuerpo. Teniendo a cero como una cantidad mínima y a 10 como la cantidad máxima.



ANEXO 3. MATRIZ ENCUESTADOS TATUADOS

NOMBRE	APELLIDO	CEDULA	PREGUNTA 1	PREGUNTA 2	PREGUNTA 3	PREGUNTA 4	PREGUNTA 5	PREGUNTA 6
LAURA	MORENO	1032425618	MODA	La sociedad cada vez mas esta evolucionando y hay maneras de pensar diferentes	Respetable decisión creo que debería existir una muy buena oferta económica de por medio	Expresando el slogan de algo	todos los oficios son un arte desde barrer hasta dirigir una empresa	Por medio de grupos de musica o rostros tatuados
JAMES	DAZA	1026568777	ARTE	los tatuajes dejaron de ser un taboo hace mucho tiempo y ya es hora de aceptarlo	Veo los tatuajes como simbolos importante para la vida del que se tatua no como una forma de vender algo	No lo veo como medio de comunicación sino como un instrumento	Lo veo como un arte porque no todas las personas tenemos la tecnica ni la capacidad de hacer algo así	Equipos de algún deporte o algo de música
LUISA	FIERRO	1015426171	ARTE	la gente quiere ser libre y los tatuajes son una forma de serlo	Interesante propuesta si va de acuerdo a los ideales del que se tatua	mostrando marcas o rostros de personas reconocidas	puede llegar a ser visto así cuando se rompa el paradigma de que el arte solo el esculpir pintar o algo parecido	Se me ocurre palabras con determinada letra de alguna marca escribir mama con la M de Macdonalds
RAMIRO	MENESES	800318246	ARTE	los tatuajes es un simbolo en nuestra generacion	Lo haría si tuviera además de fines comerciales otro apoyo social	Con el logo de algo	Creo que ya se ve así antes era visto como algo de delincuente	Logos como el de nike
ANIBAL	ESPITIA	1032845721	ARTE	Tatuarse es llevar algo personal a lo publico	No lo veo como instrumento de promoción	todos los tatuajes son medios de comunicación corporal y artistica	Se ve así hace unos años cuando empecé el cambio de la nueva generacion de libre pensamiento	Sería algo de autos.
MIGUEL	VANEGAS	1026876595	MODA	La gente se tatua por seguir la corriente de los famosos	Si hay dinero de por medio mucha gente lo haría	Si transmiten una idea clara y simbolica de lo que se expresa	Puede ser visto como arte si se le pone al nivel de un pintor por ejemplo	No me lo imagino pero si lo viera quedaría impresionado
RICARDO	ZAMBRANO	1024352167	ARTE	El tatuaje es un amor al arte es su maxima expresion	El cuerpo es instrumento de arte cada persona es libre de hacer con el lo que quiera	Son un medio de comunicación siempre	es un arte o es que cualquiera tiene la habilidad de dibujar sobre la piel?	Yo tengo tatuado a un cantante
VICTOR	BEDOYA	1010456789	MODA	los tatuajes evolucionan con la historia así como las personas	No sería raro que se presentara esa moda en la actualidad	Es como la radio o la television siempre dejan un mensaje	si es un arte yo no me atrevería a hacer algo así y mas por las consecuencias que tiene	Equipos de futbol
CRISTIAN	MARTINEZ	1024235678	MODA	El tatuaje es un una forma de expresion para unos pocos	Cuestión económica o de identificarse con una marca	Si siempre comunican algo y a uno le queda esa información	Creando la opción de verlo como una profesion o una ciencia a través de compartir el conocimiento	Marcas como coca cola
JUAN	ORTIZ	800654213	MODA	Hay diferentes formas de evolucionar y una de ellas es el tatuaje	Creo que no esta bien pero es respetable	pues porque dejan alguna marca en el espectador	Aun le falta para ser considerado se necesita mas apertura a los cambios de la sociedad	Yo tengo tatuado el leon de santafe
ANDREA	ZÚÑIGA	1032450445	ARTE	El ser humano utiliza el tatuaje para comunicarse hoy en día	Lo haría mi cuerpo es mío y si es algo que quiero expresar no veo lío	un medio de comunicación busca transmitir una idea y los tatuajes lo logran	capacitando a las nuevas generaciones	Tengo tatuado el logo de la campaña antitaurina
WILLY	GRANADOS	1032765432	ARTE	El arte ha ido evolucionando hasta llegar al punto de ser un tatuaje	El arte se refleja en el cuerpo si considero que una marca logo o artista hace parte de eso lo haría	creo que son mas que un medio de comunicación porque siempre dejan algo en la parte visual	darle la misma importancia y relevancia que cualquier otro oficio	Tengo tatuado el simbolo rasta



ANEXO 4. MATRIZ ENCUESTADOS TATUADORES

NOMBRE	APELLIDO	CEDULA	PREGUNTA 1	PREGUNTA 2	PREGUNTA 3	PREGUNTA 4	PREGUNTA 5	PREGUNTA 6
DIEGO	CAMPO CASTRO	1026438765	ARTE	El taboo es solo un enigma dentro de la sociedad	No lo haría en mi cuerpo pero lo he tatuado en varias ocasiones	Un tatuaje siempre sera un medio de comunicación, ahí se resalta las opiniones sentimientos expresiones de una persona al fin y al cabo le informa a los demas sobre el tatuado sus gustos ideas etc	Yo considero mi oficio como un arte ni más ni menos en comparación con otros porque por medio de él de da la libre expresión tanto del tatuado como el tatuador	Respeto los gustos de mis clientes lo único similar que he tatuado en estos años es símbolos como el de coca cola
PEDRO	GOMEZ PRIETO	1025098786	ARTE	El tatuaje va mas alla del arte es algo espiritual	Sería una buena estrategia de mercadeo	haciendo un comparativo el tatuaje es la noticia la tv y la piel el medio	Es una arte de sentidos sentimientos el cual genera recordación.	Tatue hace unos meses el nombre de una chica con la letra de la marca Heineken
DANIEL	VARELA	800976899	ARTE	Para mi el taboo es algo que la sociedad impone para controlar las masas	Volvería al arte de tatuarse una moda	Genera recordación sobre algún tema	Es un arte por la libre expresión hay personas que no lo catalogan así pero eso depende de la edad y el grado de cultura que se va adquiriendo	Siempre se tatuan escudos de equipos de futbol
SANTIAGO	QUINCHE	102067877	ARTE	El tatuaje es amor a uno mismo	Estrategias capitalistas pero respetables.	La piel es el medio en este caso asi como lo es el cuerpo para la danza o la actuación los tres a su modo informan o comunican algo	Ser tatuador es un oficio con altos niveles de arte, no más el hecho de tatuarse algo es arte	Yo me tatue el logo o escudo de la banda Heroes del Silencio
MANUEL	VACA	1033456789	ARTE	Los taboos son simplemente excusas de la gente para no dejar al hombre ser humano	no podria opinar si hay un cliente que lo quiera hacer pero me parecería algo capitalista	Para un grupo musical por ejemplo el hecho de que un fan se tatue algo acerca de ellos es excelente se convierte en un medio informativo sobre ellos y genera recordacion en el demás público	Creo que para las personas que no lo ven así aún falta un poco de apertura en sus creencias y pensamientos.	Ahorita estoy trabajando en el boceto de un tatuaje sobre el mundial 2014
LUIS FELIPE	LONDOÑO	1026789788	ARTE	Uno debe aceptar los cambios de la sociedad	Decisiones personales.	Lo es porque transmite muchas ideas	Hay algunas personas que no lo han visto así porque lo toman como una moda o un pasatiempo pero si se tomaran el tiempo de ver que es un arte de por vida no creerían que no sea así.	En bogotá se ve mucho los tatuajes de Santafe y Millonarios
CAMILO	ARIAS	1026432121	ARTE	Porque el arte esta llenando los espacios vacios del hombre	el cuerpo es un instrumento se debe usar como quiera el tatuado.	En el caso de los recuerdos un tatuaje comunica y te recuerda una persona o una situación, genera recordacion al igual que un medio de	Es un arte se expresa lo que el tatuado siente.	Siempre he tatuado o la mayoría de veces cosas de grupos de musica
JUAN FELIPE	REYES	1026876666	ARTE	El tatuaje es una forma de experimentar nuevas ideas de unos mismo	Cada persona es libre de usar su cuerpo como quiera	Es un medio de comunicación porque expresa ideas o sentimientos	Tiene que ser visto como un arte porque genera recordación.	Si tatue una marca reconocida hace años pero por responsabilidad no puedo divulgarlo, a veces hay personas "celosas" que no quieren que nadie más tenga lo mismo.
SEBASTIAN	VASQUEZ	1026987988	ARTE	El hombre se llena de arte, así evoluciona	siempre hay que pensar en las consecuencias de un tatuaje	Si lo es porque el objetivo del medio de comunicación es transmitir una idea o informar sobre algo el tatuaje tiene el mismo fin	Es un arte se ua las habilidades del tatuador y la imaginación del tatuado.	No he tatuado aún una marca como tal creo que sería otro nivel pero en mi trabajo no se puede opinar en esas cosas
ANDRES	GALINDO	1026303245	ARTE	El arte y el hombre siempre van a ir de la mano	Las personas son libres de usar su cuerpo para lo que quieran	El tatuaje es la idea que se quiere comunicar, la piel es realmente el medio que lo hace comunicativo.	Tiene una finalidad estética o comunicativa ya que expresa por medio del dibujo la imaginacion de tauador y tauado.	De una u otra forma mi trabajo se publicita cada vez que tatuo porque voy atrayendo clientes
SAMIR	CHAWEZ	1026789345	ARTE	La sociedad esta evolucionando gracias al arte	Si hay identificación de alguna forma no lo vería mal	Claro pero creo que la piel es el medio de comunicación el tatuaje es como el instrumento	Muchos tatuajes tienen una funcion social de ahí que lo artístico es social	Con símbolos alucientes a campañas como el de la paz o algo así
CAMILO	PELAYO	1026656545	ARTE	Los tatuajes son la maxima expresion de arte en la historia	El cuerpo es tu instrumento usalo como se te de la gana	Siempre comunican una idea que tiene preconceptida el tatuado.	Arte en su máxima expresión	Temas religiosos más que todo he tatuado mucho de eso acá de algún modo es publicidad indirecta para la iglesia.



ANEXO 5. MATRIZ ENCUESTADOS PUBLICISTAS

NOMBRE	APELLIDO	CEDULA	PREGUNTA 1	PREGUNTA 2	PREGUNTA 3	PREGUNTA 4	PREGUNTA 5	PREGUNTA 6
Yoselin	Salcedo	1015431403	ARTE	POR MODA	El hecho de que se use no quiere decir que sea lo correcto	Expresan la personalidad	Si son buenos tatuadores, es de verdad un arte	No me lo imagino, me parece horrible tatuarse una marca.
Edgar	Ortiz	80230046	ARTE	Generaciones con menos tabús o diferentes tabús y también es una moda en algunos casos	Es decisión de cada persona que hacer con su cuerpo.	Es una expresión de cada persona, que se lo hace o quién lo hace. Expresan una decisión de arte en su cuerpo de por vida.	El que lo hace puede ser artesano o artista según su aporte al tatuaje, diseñando sobre el cuerpo. Quien se lo hace puede hacerlo por moda, por rito o por arte, expresando y diseñando arte en su cuerpo.	Un hincha de futbol se tatua escudos, un fan se tatua el logo o rostros de sus ídolos.
Marco	Rodriguez	80172184	MODA	Por la facilidad que hay en tener información y conocimientos del arte del tatuaje	En la actualidad la revolución en medios de comunicación y el bombardeo de publicidad llevan a las marcas a vender por medio de cualquier recurso.	Por medio de tatuajes temporales no tienen que ser necesariamente un trabajo profesional	Informando y dando los conocimientos de como se hacen	Por medio de tatuajes con códigos que comuniquen a paginas web.
Jorge	Concha	80039613	ARTE	Aceptación que va dando el tiempo, cuando deja de ser algo "diferente" y pasa a ser común	Aceptadas las implicaciones éticas frente a obligaciones de permanencia o exhibición que se puedan convertir en límites a la libertad y los derechos	ya los son, solo que no son comerciales	no se como puede pensarse en tatuaje como oficio siempre sera un arte y como en todo arte hay variedad, buenos y malos	No lo veo tan claro, tal vez tatuajes temporales en la playa.
Mario	Floyd	72003952	Los dos, es un arte que toma mucho auge el día de hoy en la actualidad.	Por la globalización la moda, por los medios de comunicación.	Se puede usar como concepto	Solo en avisos publicitarios	Depende del tatuador de su experiencia y de su conocimiento	No es algo nuevo
Alejandro	Vernaza	16935367	MODA	Porque la mentalidad de la gente a evolucionado y van rompiendo los miedos al que diran	La acepto si esto hace parte de la estrategia pues puede llamar mucho la atención	Usar el cuerpo como medio ya hace llamativa la campaña que sea. El morbo que acompaña la desnudez acompañado de la sensualidad vende mucho mas que cualquier otra estrategia	Pienso que es un arte es igual que un pintor pero usando de lienzo el cuerpo .	Debe ser muy llamativa pues la piel desnuda llama mucho la atención.
Marly	Maldonado	1098679855	Pienso que es la unión de las dos ya que son subculturas urbanas es una forma de expresión artística, donde se reflejan sus pensamientos y para otros una moda aunque no de hoy en día ya que es algo que viene de generaciones atrás.	Porque estamos en una época donde hay mayor libertad de expresión y la sociedad está en una evolución, convirtiéndose en una sociedad más tolerante con libertad de pensamiento.	Pienso que el tatuarse es una decisión personal que busca llevar a las personas a sentirse bien con ellos mismos y no debe ser el cuerpo objeto de presión de las marcas como fin publicitario.	Los tatuajes ya son un medio de comunicación, ya que quién los tiene busca transmitir o comunicar un punto de vista personal a través de su piel.	Siendo ya una forma de expresión, yo ya lo veo como un arte, es un trabajo arduo y totalmente artístico en cada uno de sus trazos.	Sin dejar de ser artística, es convertir a las marcas en las marcas y sera una forma de visualmente causar un posicionamiento muy positivo.
Nicolas	Chona	800312209	Son un poco de las dos. Pintar la piel es una practica milenaria y las razones son de adaptabilidad social eso es moda y el arte es la tecnica y el diseño que hoy en día ha evolucionado.	Porque los tatuajes no son solo marcas que utilizan personas de dudosa reputación.	Mientras sean temporales, bien diseñados y en lugares bien pensados me parece buena estrategia.	De hecho lo es "per.se" la gente que se tatua quiere de alguna manera mostrar algode sí, que no se puede comunicar con palabras.	De hecho lo es, el trazo afinado debe ser un arte.	Combinado con ropa que deje ver mucha piel. No sería nada discreto.
Juan	Ruiz	1017023451	Un arte, es una herencia de los ancestros.	La sociedad cambia, estamos en un proceso de cambios constantes, por consiguiente no podemos pretender que seamos y pensemos igual que hace algunos años	Es una decisión propia y personal, si alguien se siente identificado con algo, bien sea esto los ideales o lo que representa una marca, que lo haga	No seran un medio seran un instrumentos	Es un arte ciene desde el neolitico tan antigua como la historia de la humanidad	Normal



ANEXO 6. MATRIZ ENCUESTADOS ALUMNOS PUJ

PREGUNTA 1	PREGUNTA 2	PREGUNTA 3	PREGUNTA 4	PREGUNTA 5	PREGUNTA 6	PREGUNTA 7	PREGUNTA 8	PREGUNTA 9	PREGUNTA 10	PREGUNTA 11	PREGUNTA 12
catalina	23	estudiante	Si, entre 1 y 3	Una expresión corporal	No tengo ninguan imagen negativa, son personas iguales a cualquier otra	En la cara	Por que se tiene un concepto de que las personas que están tatuadas representan algún tipo de cultura. Pero algunos son simplemente una expresión	Pues por que es la misma expresión	Pues la publicidad influye en los tatuajes por que son parte de la cultura, las personas interactuan con una marca y por ese vinculo pueden tatuarse el logo	NO	POR UN TIEMPO
catalina	23	estudiante	No tengo tatuajes	Algo personal	Una persona con libertad, que expresa algo por medio de sus tatuajes.	La cara	Si. No se han aceptado del todo en la sociedad.	Es un mensaje personal que se expresa por medio del dibujo o palabras. Siempre dice algo, siempre el tatuaje tiene un mensaje más allá de la tinta.	No la he visto.	NO	NO LO HARÍA
Daniela	24	Estudiante	Si, entre 1 y 3	Son un recuerdo que quiero mantener plasmado en mi piel, también un pacto con un ser querido o simplemente un gusto.	La misma imagen que tengo de las personas que no tienen tatuajes. Uno no mide lo que es una persona por como se vea físicamente sino por como sea interiormente, como ser humano, entonces el tener tatuajes no le quita ni le pone, somos personas iguales al resto.	Pienso que la cara, pero eso ya va en cada persona, en sus gustos y en lo que puede llegar a representar el tatuaje.	Pienso que si porque la gran mayoría de las personas lo ven como un acto no permitido, un gusto grotesco, siguen pensando que los tatuajes solo se los ponen los ladrones o piratas, por lo que aquellos que tenemos nos pueden llegar a mirar con repudio, es algo que no es permitido mostrar, según ellos, lo que los convierte en	Creo que no tiene que comunicar ni expresa nada. Los tatuajes son personales, solo a mi me importa lo que representa mi tatuaje. No se hacen para comunicarle nada a las personas, simplemente, como dije en la pregunta de arriba, pueden ser recuerdos que se quieren mantener en la piel, simples gustos o pactos con seres queridos.	Respeto las personas que lo hagan, yo no lo haría. Un tatuaje es un arte que me marca para toda la vida, por eso para mi es muy importante que me guste mucho lo que me estoy tatuando porque lo voy a ver hasta el día que me muera.	NO	NO LO HARÍA



Catalina Salazar	23	Estudiante periodismo	No tengo tatuajes	Un simbolo de algo importante para una persona	Ninguna, son normales como los que no tienen tatuajes	Todos los lugares me parecen bien	Creo que fueron tabu, por que no era común marcarse el cuerpo con algo que fuera elección propia, pero a medida que ha pasado el tiempo, dejaron de ser tabu, para ser moda	Presisamente por su significado y simbología, tienden a transmitir algo a quien lo tiene y a quien lo observa	Pues me parece que un tatuaje es algo personal, algo significativo. Tatuarse para hacer publicidad, no me parece mal, simplemente talvez ese tatuaje no me gustaria	NO	NO LO HARÍA
ALICIA DUQUE	23	Estudiante	Si, entre 1 y 3	Un gusto	Siguen sus impulsos	Las manos	Si. Estereotipos que demuestran que quien se pone un tatuaje representa un comportamiento y unas características específicas.	Con el desarrollo de una idea que con el tiempo se dibuja.	No lo he visto nunca pero creo que el cuerpo no debería ser objeto de los deseos de alguien más	NO	NO LO HARÍA
Valentina	23	Comunicadora social	No tengo tatuajes	Me parecen una forma de comunicar a través del cuerpo. Co el tiempo se han convertido en un lenguaje y el hecho de que sea en el cuerpo pienso que es la forma de manifestar pensamientos, situaciones o momentos significativos en la vida de una persona.	Depende de la persona, me gustan los tatuajes pero no me gustan las que estan tatuadas en todo el cuerpo. De esas personas pienso que lo hacen por moda...pueden ser hasta desaptados, rebeldes.	En la cara, en los genitales	Si creo que son TABÚ porque la sociedad no esta acostumbrada a ver tatuajes, las generaciones anteriores al 80, crecieron creyendo que los tatuajes son para personas malas, desaptadas.	Las frases son muy comunes ultimamente, ahí se refleja lo que la persona piensa, o el omento por el que pasa o pasó. Un dibujo refleja también la forma de pensar, expresa ideas, creencias. Si embargo pienso que muchos son moda y ya que representan un momento de la vida, son delicados, ya qu enunca somos los mismos y en la mayoría de situaciones las personas se arrepienten.	No es una cosa que me gusta, pienso que el cuerpo es muy íntimo y no debe prestarse para probar o tatuarse cualquier cosa	NO	NO LO HARÍA
Lina Maria	22 años	Estudiante	No tengo tatuajes	Forma de expresión	Está bien hay unos muy bonitos.	Cada quien debe decidir. Es su cuerpo	Si, porque culturalmente están asociados a cosas negativas.	El tatuaje en si mismo es la expresión.	Si estás dispuesto a usar tu cuerpo para publicidad pues es tu decisión.	NO	NO LO HARÍA
Katherine	21	Estudiante	No tengo tatuajes	Marcas corporales permanentes que representan situaciones, momentos o personas que se quieren recordar siempre	Ninguna en específico	Ninguno	Ya no	Se sobreentiende que la imagen y lo que contiene tiene un significado especial para la persona que lo lleva	Es un espacio muy personal como para permitirlo	NO	NO LO HARÍA
Álvaro	25	Community Manager	No tengo tatuajes	Son la expresión de algo.	Tienen derecho sobre su cuerpo.	Quizás los genitales (por el dolor y el riesgo de infecciones que puede haber)	No, no son tabú	Por el simbolismo que lleva el tatuaje	¿Es cierto?	NO	NO LO HARÍA
Cristina	23	Estudiante	No tengo tatuajes	Símbolos ue las personas quieren marcar en su piel para toda la vida	Personas común y corrientes que toman una decisión con respecto a su piel y cuerpo. No tengo ni imagen positiva ni negativa, cada cual es libre de hacer con su cuerpo lo que quiera.	La cara .	No	A través de símbolos	No me gusta. Pienso que hay formas más creativas de hacer publicidad. Por otro lado no me haria un tatuaje de una marca por ningún monto de dinero.	NO	NO LO HARÍA



Alejandra	24	estudiante	Si, entre 1 y 3	son una expresión de arte, que se lleva por siempre en el cuerpo de la persona que se lo realiza	texto, no imágenes	la cara, los órganos genitales	por que la gente piensa que son de relación con la mafia	la imagen en si ya expresa una idea o una ideología	pienso que un tatuaje es hecho de forma permanente, y la publicidad es algo temporal por tanto me parece algo un poco absurdo	NO	POR UN TIEMPO
Prefiero no darlo por cuestiones de confidencialidad	24 años	Estudiante	No tengo tatuajes	Para mí representan querer plasmar de manera corporal un momento, concepto, emoción, sentimiento o recuerdo.	La misma que tengo de cualquier persona en general. Yo suelo no juzgar por las apariencias.	No sé	No	Por escrito, a través de otros medios artísticos como la pintura o la fotografía.	No sé mucho del tema.	NO	POR UN TIEMPO
Laura	23	Estudiante	No tengo tatuajes	Algún simbolo personal importante sobre la vida	Que les gusta rock and rollear	Pechos en el caso de una mujer, estómago, cara	No, porque sencillamente son dibujos con tinta permanente que adornan el cuerpo de quién se los hace	Por el dibujo que este pintado, cada dibujo representa algo así que por ende comunicara una idea, por banal que sea	NO me parece una buena decisión ya que es el cuerpo propio de uno y lo que uno se quiera pintar la idea es que sea un significado personal no algo para publicitar ya que estará toda la vida ahí pintado, para eso hay otros medios de publicitar	NO	NO LO HARÍA
andrea	24	Estudiante	No tengo tatuajes	simbología	Son personas comunes y corrientes con gustos por el	las manos y la cara	No, son una forma de expresión usando el cuerpo y la piel.	La idea principal de un tatuaje es comunicar. De allí que las personas se los hagan. Comunicar ideas, pensamientos, gustos, ideologías.	Es cuestionable. Porque el cuerpo y todo lo que uno hace con él permanece, perdura con el tiempo por toda la vida. Por eso usar el cuerpo solo para términos publicitarios no tendría ningún sentido.	NO	NO LO HARÍA
Alejandro	22	Estudiante	No tengo tatuajes	Es una expresión artística de la persona que los usa.	En general me llaman la atención. Los respeto y admiro por la creatividad que llevan en sus cuerpos.	No creo que existan lugares en las que una persona jamás debe tatuarse. Eso es decisión de ellos. Si quieren tatuarse todo el cuerpo, allá ellos. Personalmente, no me tatuaría la cara, o el cuello, pero no soy quién para decirle a nadie qué hacer con su cuerpo.	Desafortunadamente, en algunos contextos sí. La gente sigue teniendo prejuicios frente a las personas tatuadas. En la juventud no tanto, pero sí se ven casos de personas que piensan que los tatuajes son sinónimos de rebeldía, de maldad.	Por el simple hecho de hacerse un tatuaje, una persona ya está expresando una idea. Está utilizando su cuerpo como un canvas, está haciendo arte. No todos los tatuajes son arte, evidentemente; si me tatúo "Te amo Cindy" en el brazo, definitivamente no lo llamaré arte, pero sí estoy expresando algo.	Se perdería el sentido actual del tatuaje. Sería como prostituir este arte. No estoy de acuerdo.	NO	NO LO HARÍA



ana maria peña	22	Estudiante	No tengo tatuajes	rebeldía - independencia - una marca en el cuerpo para siempre - búsqueda de personalidad.	Tomaron una mala decisión, no tienen en cuenta las consecuencias y el tiempo que van a tener el tatuaje	la frente, las manos, el cuello, las partes íntimas.	no son un tabú porque están en todas partes y hay lugares para realizarse estos en toda la ciudad, pero dependiendo de cuántos tatuajes tiene una persona o el tipo de tatuaje que tiene si es un tabú	Siendo un tatuaje sencillo y simple de entender.	Es volver a las personas un objeto como una vaya publicitaria y para eso están las camisetas que dicen Nike o Adiddas.	NO	NO LO HARÍA
DANIEL	23	PUBLICISTA	Si, entre 1 y 3	EXPRESIÓN Y LIBERTAD DE USAR MI CUERPO CON UN FIN ARTÍSTICO	NO TENGO NINGUNA IMAGEN	LA CARA	SÍ, NUESTRA SOCIEDAD ES MUY CONSERVADORA Y NO ESTÁ ACOSTUMBRADA A LAS INTERVENCIONES CORPORALES.	TODOS LOS TATUAJES LO HACEN, PUEDE SER DESDE LA MÁS RIDÍCULA HASTA LA MÁS PROFUNDA. EL TATUAJE ES DEL QUE LO TIENE Y PARA ÉL.	ME PARECE FUERA DE LUGAR	NO	NO LO HARÍA
Guillermo Herrera	24	estudiante	No tengo tatuajes	Son una forma de expresar sentimientos y emociones. Tal vez cosas que no se dejen acabar por el tiempo, por eso quedan para siempre.	No me molesta, cada quien hace con su cuerpo lo que quiera. Un tatuaje no define la personalidad de las personas aunque si puede dar indicios de ella.	Creo que cada quien puede tatuarse donde quiera.	Si, la sociedad los ve muchas veces como símbolos de rebeldía y desorden. Se relaciona con los harlistas, por ejemplo, y muchas personas le dan una connotación negativa.	Es arte en la piel. Al igual q la pintura, cada tatuaje tiene interpretaciones y significados distintos.	Creo que un tatuaje es mucho mas que eso. No lo haría pero si alguien lo quiere hacer, allá el. De pronto serviría von tatuajes temporales pero un tatuaje publicitario permanente no tendría mucho sentido.	SI	POR UN TIEMPO
Andres	22	Estudiante	No tengo tatuajes	Nada	Gente con cierto gusto por el arte	La cara, aunque cada quién es libre	No, pero si marcan a una persona, y no lo digo por el cuerpo	Es muy complicado, a menos que sea muy visible	Novedosa cuando es real, pero banal cuando es por computador	NO	POR UN TIEMPO
Paola	23	Comunicadora Social/Empleada	No tengo tatuajes	No es relevante	Normal, no considero a estas personas diferentes por hacerse un tatuaje.	Partes íntimas.	En nuestro país sí, todavía se asocia a que estas personas son desadaptadas.	En su totalidad comunica y expresa	No estoy de acuerdo, pienso que el cuerpo es muy preciado y no debe usarse con esos fines	NO	NO LO HARÍA



ANEXO 7. ENTREVISTAS, OTRAS EVIDENCIAS Y CD ENTREGA FINAL(<http://www.merca20.com/>)

