

## FLORESCE O EU NA PELE: REFLEXÕES SOBRE TATUAGENS E REGIMES DE VISIBILIDADE

*André Rodarte*<sup>1</sup>

*Tháísa Carvalho*<sup>2</sup>

*Rosilene Marcelino*<sup>3</sup>

### Resumo

Este artigo propõe uma discussão acerca das intervenções no corpo humano pela perspectiva do consumo, comunicação e psicanálise. Como objeto de estudo, as tatuagens são fenômenos férteis para pensar limites e configurações de regimes de visibilidade contemporâneos. Em particular, investigaremos intervenções estéticas em cicatrizes como tentativas de ressignificação e expressão corporal através do programa BBC Three: *A Tattoo To Change Your Life*. A produção de novos sentidos através de tais inscrições na pele manifesta a celebração de um compromisso moral de um dever-ser, fundamentado na condição corpórea como subterfúgio para construção e reconhecimento de subjetividades.

**Palavras-chave:** *Intervenções no corpo; Consumo; Comunicação; Psicanálise.*

### A FABRICAÇÃO DO CORPO: REFLEXÕES PRELIMINARES

O corpo humano ocupa espaço ambivalente na relação entre indivíduo e seus pares. A um só tempo, somos, dispomos e apresentamos nossa materialidade ao agir. Condição corpórea que tanto limita as informações capazes de nos sensibilizar cognitivamente, quanto influencia o comportamento para com os outros. O corpo em tal complexidade

---

<sup>1</sup> Estudante de Comunicação Social na Escola Superior de Propaganda e Marketing (ESPM-SP). E-mail: andrekrodarte@hotmail.com.

<sup>2</sup> Estudante de Comunicação Social na Escola Superior de Propaganda e Marketing (ESPM-SP). E-mail: thaisamerv@gmail.com.

<sup>3</sup> Doutoranda em Comunicação e Semiótica pela PUC-SP, mestre em Comunicação e Práticas de Consumo pela ESPM-SP, membro do Grupo de Pesquisa Comunicação, educação e consumo: as interfaces na teleficação (ESPM-SP). Docente da ESPM-SP. E-mail: rosilene.marcelino@outlook.com.

analítica toma a frente da cena no palco da modernidade com a psicanálise, através da qual se define a corporeidade como alicerce fundamental à construção identitária. Se anteriormente a especulação filosófica e a moral cristã predicavam a carne como condição humana a ser dominada e transposta (FERREIRA, 2006), a psicanálise inaugura um novo entendimento acerca do corpo. O cogito cartesiano, que apresentava o Eu como último lugar da verdade científica, cede espaço à investigação de conteúdos ocultos que permeiam o ser. Pulsões, conflitos e encobrimentos emocionais passam a compor o retrato identitário do sujeito, revelando como organizações sociais invadem o que há de mais íntimo. Descreve Sigmund Freud (2010) que este sujeito se conhece reflexivamente por intermédio simbólico, através da edificação de uma imagem de si próprio. Imagem mutável e fantasiosa, mas alvo de grande investimento ao longo de sua existência. Neste primeiro momento, ocupar-nos-emos de tratar da construção desta projeção mental, para então esboçar algumas das principais características que a inserem no momento sócio-histórico em que vivemos.

A unidade primordial Eu-mundo exterior assinala que o corpo não é apenas experiência primária. O sujeito só conhece a si mesmo enquanto tal através de uma série de ações que são mediatizadas a nível simbólico (MACEDO, 2014). Na infância, argumenta Freud que a criança ainda não se reconhece enquanto portadora de um corpo, apenas imagens despedaçadas, ainda que presencie as mais diversas pulsões eróticas. Com efeito, o sujeito só pode se contrapor a um “objeto” exterior em resposta a estímulos contrários aos princípios próprios de prazer, desenhando assim as fronteiras funcionais – mesmo que, em realidade, elas sempre serão fluidas e topologicamente dúbias – do inconsciente. Desprende-se disso que a noção de identidade é “apenas vestígio atrofiado de um sentimento muito mais abrangente – sim, todo abrangente –, que correspondia a uma mais íntima ligação do Eu com o mundo em torno” (FREUD, 2010, p. 13). A fabricação do corpo como imagem totalizante dependerá daquilo que Jacques Lacan denominou “estádio de espelho”, processo que revela a estrutura ontológica do mundo humano.

Diante do espelho, a imagem do eu é constituída a partir da relação com o outro/Outro. Para Lacan (1996, p. 98), o curto espaço de tempo em que a criança reconhece a imagem do espelho como ele próprio manifesta a “matriz simbólica em que o *Eu* se precipita numa forma primordial, antes de se objetivar na dialética da identificação com o outro e antes que a linguagem lhe restitua, no universal, sua função de sujeito”. Tal miragem solidifica a identificação da criança enquanto ser, essencialmente, objeto das

pulsões e reservatório da libido. Um terceiro deve apresentar-se e amparar tal reconhecimento, assim introduzindo o recém-nascido no campo simbólico que acaba de descobrir. Mas ao se tomar por tal projeção, a criança encontra apenas a imagem do outro com a qual se identifica. A miragem condensada no olhar exterior aponta para a destinação alienante do Eu. Em outras palavras, o “eu se forma, portanto, inevitavelmente por meio da imagem do outro: é o outro que possui sua imagem, com a qual se revalidará” (MACEDO, 2014, p. 155). A busca pela correspondência da imagem ideal, deslumbrada com júbilo em breve instantes, resultará no intransponível hiato entre esse ideal, sedimentado em construções socialmente desejáveis, e o eu real. Em consonância com as investigações de Freud sobre histerias e outras neuroses, Lacan trilha o caminho para uma análise da experiência corporal intimamente marcada, ou mesmo barrada (LAPLANCHE; PONTALIS, 1994), por uma estrutura simbólica que o precede.

Se a imagem do corpo, contudo, é resultado de introjeções especulares vindas do exterior, o que há de próprio no entendimento do corpo? Lacan afirmará que o Outro, ordem simbólica constituída pela linguagem e elementos formadores do inconsciente, inevitavelmente inscreve-se como marca significante, forjando o corpo enquanto objeto de desejo (GARCIA-ROZA, 1982). A experiência de si próprio, mesmo quando nos submetemos a uma certa unidade e completude identitária, será sempre tangenciada por valorações e esquemas mentais imbricados no seio da vida social. Conclui-se dessas considerações que qualquer que seja o projeto corporal em que se engaje, dificilmente podemos falar de uma responsabilidade reflexivamente assumida por sujeitos autônomos. Nesse sentido, o espaço midiático como Outro torna-se fértil para reflexões sobre a construção de subjetividades, já que se coloca como espaço de suporte e integralidade dos vínculos sociais por excelência (SAFATLE, 2004).

Na modernidade tardia, a comunicação e as práticas de consumo são fundamentais à constituição do sujeito, haja vista a lógica de atribuição de valor e organização sociocultural que delas emergem. Essencialmente, conforme Slater (2002), das mais cotidianas às mais reflexivas afirmações de necessidade, quando dizemos que “precisamos de” determinadas mercadorias, há duas declarações implícitas de caráter profundamente político-sociais. Em primeiro lugar, expressam-se pressupostos de como as pessoas podem, devem ou vão viver em sociedade. Em segundo, trata-se de uma reivindicação no que tange a alocação de recursos sociais. Consumir, portanto, designa um processo através do qual o indivíduo procura articular uma vida significativa. Tal exercício, no entanto, é

intermediado por discursos midiáticos, espaços privilegiados para a circulação de valores e imagens estilizadas de comportamentos socialmente celebrados. Uma vez identificada a imbricação entre estruturas simbólicas e processos de identificação imaginária, é patente que definições acerca das diversas modalidades de comunicação mercadológica que enfoquem aspectos utilitaristas de informar e convencer determinados públicos a agir de uma determinada forma (KUNSCH, 2003) esvaziam o que há de mais relevante nos discursos midiáticos. É por essa razão que pensaremos as diferentes modalidades de publicidade como pensamento mítico, isto é, construções de narrativas de um suposto “bem-viver” e de ordenamentos sociais em torno de mercadorias impessoais e padronizadas (ROCHA, 2010). Por outro viés, a mídia pode ser compreendida também como dispositivo, um operador de poder. Seguindo uma perspectiva foucaultiana, Tânia Hoff (2015) entende que a capacidade de tornar visível corpos/eventos/comportamentos está intimamente relacionada à produção de subjetividades, na medida em que fornece os alicerces para os processos de individuação constituintes do sujeito. As lógicas de produção e divulgação imagética, em última instância, reforçam ou deixam de fora da cena midiática certas ideologias, ideários e formas de socialidade.

A experiência do corpo está ancorada às práticas hodiernas de comunicação e consumo. Em particular, o que há de característico sobre o modo como o corpo entra na contemporaneidade é a possibilidade de reconfiguração com que é retratado, no que fica latente a responsabilização do sujeito em empregar a própria corporeidade como lugar de subjetivação e expressão social. Vende-se, essencialmente, a possibilidade de permanecer vivo e belo, ou melhor, o corpo consome principalmente a si próprio (VAZ, 2008). Isto se manifesta em numerosos exemplos. A publicidade insiste em divulgar cosméticos como a solução às falhas e marcas temporais da epiderme. Academias e operações plásticas nos ensinam a domar silhuetas e formas indesejadas. Pílulas ansiolíticas e outros antidepressivos remedeiam a exaustão e ansiedade do corpo. Até mesmo a performance sexual aparece como algo a ser aprimorado, balizado por um saber cientificista que explora infatigavelmente as mais diversas sensações e o desempenho “ótimo” a ser alcançado (BOARINI; MAZZILI, 2016)<sup>4</sup>. Nesse contexto, defendem Hoff e Rocha (2011) que o

---

<sup>4</sup> Há, ainda, outros modos de se jogar luz sobre o fenômeno acima mencionado. A normatização e regulamentação das práticas cirúrgicas é também edificada sobre a expansão do número de clínicas, formações profissionais, assim como em taxonomias médicas que desvelam metas traçadas e movimentos de superação. Hoff (2008) identifica nesse conhecimento e na expansão do discurso técnico-científico os novos funcionamentos de biopoder, cujas operações manifestam-se de maneira introjetada e subliminar.

corpo é concebido como “flexível, mutável e passível de modificação, de tal modo que os cuidados com o corpo enfatizam a ‘imagem’, ou seja, a visualidade, numa flagrante revelação das suas possibilidades de modificação e dos regimes de visibilidade de nossa época”. Sendo assim, prosseguem as autoras, a experiência do corpo confunde-se com a do consumo, na medida em que ambos são referências sensoriais fundamentais na dimensão sógnica e virtual que a mídia promove.

De fato, argumenta Freud (2010) que ao lado do convívio social e dos eventos mundanos, a própria matéria somática que nos constitui é fonte primordial de angústias e sofrimento, em razão de enfados, declínio e incontornável dissolução. Não é privilégio de nosso tempo a tentativa de disciplinar o corpo, mas sim, o modo como nos relacionamos com as performances e fragilidades envolvidas, assim como a predileção no discurso social. Emancipado de sua condição carnal, o corpo emerge como maleável operador social (FERREIRA, 2007), ao ponto que sua descoberta pelo mercado o define como critério último de salvação. Assim descreve Baudrillard (2007), para quem a pele veste-se em prestígio, como objeto de libertação, para só assim ser administrada como patrimônio rentável. Vale reforçar a ressalva que, uma vez apresentados valores propagados pela mídia acerca da relação corpo-sujeito, não significa que, necessariamente, indivíduos reproduzam indiscriminadamente a lógica de auto-aperfeiçoamento (FEATHERSTONE, 2008). Em todo caso, se antes apontamos a impossibilidade de se assumir um projeto autônomo corporal, conclui-se também, seguindo Safatle (2004), que a possibilidade de reconfiguração plástica do corpo não significa a realização de ideais especulares reflexivos:

Na verdade, o diagnóstico contemporâneo da dissolução do eu é forte se pensarmos no eu como unidade sintética, mas é fraco se pensarmos no eu como objeto do fantasma, como lugar no qual o sujeito se coloca para tornar-se objeto do desejo do Outro. De fato, podemos mudar de corpo, modelá-lo cirurgicamente, assim como termos experiências sensoriais no espaço virtual que interferem radicalmente na nossa relação corporal. Isso afeta a maneira como compreendemos a unidade imaginária do eu. Mas um ponto permanece, e ainda com mais força: a dependência fantasmática do eu ao olhar desejante do Outro (SAFATLE, 2004, p. 42-43).

O paradigma de autocontrole encontra nestas duas teses uma importante barreira: de um lado, a presença perene do Outro na própria compreensão; do outro, a fragilidade com que se estima a autonomia individual. Ao refletir com maior profundidade sobre as características implicadas neste cenário, encontram-se também novos princípios de condenação moral. Como analisa Paula Sibilia (2006), o enaltecimento do corpo,

subterfúgio fundamental da subjetividade, incorre na submissão do mesmo a uma negação inédita. Na tentativa de atingir a virtualização imagética, descarnamo-nos de toda propriedade orgânica e biológica, alvo de uma rejeição ativa nas sociedades ocidentais do início do século XXI. Em outras palavras, as exigências e recalcitrâncias do corpo são “ocasião privilegiada da experiência do ‘apesar de nós’: sofremos quando não queremos, buscamos certos prazeres mesmo sabendo que não devíamos, esforçamo-nos para que nossos corpos façam algo e angustiamo-nos com sua recusa” (VAZ, 2008). Em certa medida, voltamos aqui ao enunciado cartesiano cuja prerrogativa seria a possibilidade de isolamento da subjetividade do sujeito (FERREIRA, 2006); mas agora, o indivíduo estaria cada vez mais liberto de constrangimentos físicos, cada vez mais brindado com um corpo a ser consumido e mediatizado para autoexpressão e construção do Eu.

Podemos seguir a uma segunda qualidade dos discursos midiáticos prevaletentes. Referimo-nos aqui aos jogos de sentido com que se transformam os signos de “felicidade”. João Freire Filho (2010) é enfático nesse aspecto ao sugerir que, com o devido respaldo de artefatos e conhecimentos científicos, ser feliz sobressai-se como bússola moral a partir da qual sujeitos e relações interpessoais são julgados. Somos instados a externalizar um núcleo de um suposto “verdadeiro eu” – projeção de aptidões, necessidades e sentimentos que manifestam autenticidade, autonomia e autoestima – como axioma às ações cotidianas. No íntimo, por sua vez, aclama-se uma versão subjetivada da procura da felicidade, baseada em larga medida no consumo, na medida em que recompensas individuais são expressas. Atos filantrópicos são ressignificados como promotores de bem-estar próprio. Empresas são ranqueadas conforme índices de satisfação dos trabalhadores e, em paralelo, tal condição psíquica é definida como condição de produtividade. Práticas orientais de redução de stress são motivadas no próprio ambiente corporativo, indicando uma curiosa relação de causa, consequência e remediação<sup>5</sup>. É com base neste quadro que Zigmunt Bauman (1998) entende que o caminho para a vida feliz tende a ser pavimentado por promessas de apaziguamento mental e por uma desejável felicidade como bem empacotado para consumo.

---

<sup>5</sup> Sobre a relação entre relações de trabalho, modo de produção e consumo, ver *O que você faz da vida?* de Marcelo Spina Jr. In: <https://medium.com/@marcelospinajr/o-que-voc%C3%AA-faz-da-vida-e323c7e973e>. Acesso em 25/11/2017.

Seguindo o caminho inverso, a noção de “culpa” aparece com grande relevância. Freud (2010) articulou tal sentimento à necessidade de reconhecimento como consciência<sup>6</sup> e objeto de amor em detrimento da renúncia instintual, de modo que se internaliza uma certa instância moral que se manifesta enquanto necessidade de punição. Como a culpa é mobilizada, contudo, permanece uma questão a ser respondida conforme o contexto histórico em que se insere. Max Weber (2004), analisando o alvorecer das sociedades modernas europeias, relacionou o desenvolvimento racionalidade econômica capitalista à ética protestante, cujos pilares seriam a acumulação de capital e a valorização ascética do trabalho com o mais excelso conteúdo de realização pessoal. Se a sociedade moderna condenava o desvio à normalidade na figura das perversões sexuais; hoje, a negligência em se autogerir assume posição central nas dinâmicas disciplinares (SIBILIA, 2006). Em uma sociedade marcada pelas relações de consumo, o direito ao gozo é fundamental. Mas disso não segue que haveria um suposto advento de uma sociedade hedonista. A repressão às monções pulsionais cede lugar à obrigação da “assunção dos fantasmas”, e portanto, o sentimento de culpa assola àquele que não é capaz de gozar (SAFATLE, 2004, p. 48). Consumir assume uma posição privilegiada para conciliar, a um só tempo, o dever-ser feliz à capacidade de ser sábio e comensurado no consumo. Pecado e culpa são predicados não mais na desobediência religiosa ou na compulsão pulsional, mas mantém a submissão divina sob a égide da saúde, bem-estar e estética. Para as próximas páginas, propomos analisar uma prática específica de intervenção corporal à luz das reflexões teóricas aqui trazidas.

## NOVOS CORPOS, NOVAS HISTÓRIAS

A responsabilização e possibilidade de projetos corporais reconfiguráveis permite múltiplas interpretações. Uma vez colocadas as possibilidades, ou mesmo imperativos, de modificações do corpo, o modo como nos apropriamos desta materialidade ainda permanece uma incógnita. Neste segundo momento do artigo, abordaremos as tatuagens como fenômenos de reconfiguração de regimes de visibilidade. Em particular, discutiremos

---

<sup>6</sup> Como traduzido no livro, “*Gewissen*”, no original. Recordemos que a palavra portuguesa pode significar duas coisas: a percepção que o indivíduo tem de seus atos e sentimentos e a capacidade de fazer distinções morais; em alemão se usa *Bewußtsein* no primeiro caso e *Gewissen* no segundo. É possível recorrer a uma paráfrase (“consciência moral”) para verter *Gewissen*” (FREUD, 2010, p. 88).

o programa *A Tattoo To Change Your Life*, do canal BBC Three<sup>7</sup>. Conforme Fernanda Bruno (2013), a noção de regime de visibilidade designa os tipos de discurso, mecanismos e instâncias que permitem sancionar certos enunciados como verdadeiros ou falsos, a maneira pela qual condiciona-se a possibilidade de verdade. Sob quais condições ordena-se o ser visto? O que se permite tornar visível? E talvez mais importante, o que não se permite? Tal noção implica, por conseguinte, a produção de subjetividades como entrelaçadas às formações de saber. No programa da BBC Three, a história narrada trata de Ria, uma mulher da cidade de Norwich, Reino Unido, que decide fazer sobre suas cicatrizes no braço uma nova expressão estética.

*A Tattoo To Change Your Life*, como diz o nome, relata a experiência de se imprimir uma nova construção de subjetividade à pele através da tatuagem. De fato, a tatuagem pode ser entendida como um modo de conferir visibilidade, inscrevendo histórias e valores na própria pele. Haja vista a qualidade reconfigurável do corpo presente nos discursos midiáticos, a tatuagem enquadra-se como mudança permanente, isto é, uma modalidade de intervenção que reforça a necessidade de externalização e auto-realização de subjetividades (HOFF, 2008). Trata-se de um gênero discursivo que, para ser analisado, deve levar em conta um plano enunciativo geral, isto é, símbolos mobilizados, o lugar de marcação, as técnicas empregadas, entre outros aspectos. Arquitetando o corpo como plataforma de publicização do eu, o sujeito projeta na tatuagem a divulgação de aspectos constitutivos da sua existência (FELERICO; HOFF, 2014). Se retomarmos as reflexões anteriormente propostas, percebe-se também que tais intervenções no corpo envolvem complexos processos de investimento na aproximação Eu-projeção imagética. Como defendem Moreira, Teixeira e Nicolau (2010), a tatuagem reflete a tentativa de fazer face ao desamparo do sujeito por sempre buscar o olhar do Outro, de tentar representar esta falta primordial e dar-lhe sentido. Mais do que uma estratégia defensiva, os autores afirmam a tatuagem como possibilidade de marcar e ordenar o lugar no campo da relação entre cada um e todos os outros. Desenha-se o lugar do limite concreto do corpo, possibilitando, a um só tempo, a filiação ao social e o esquecimento da condição finita do ser.

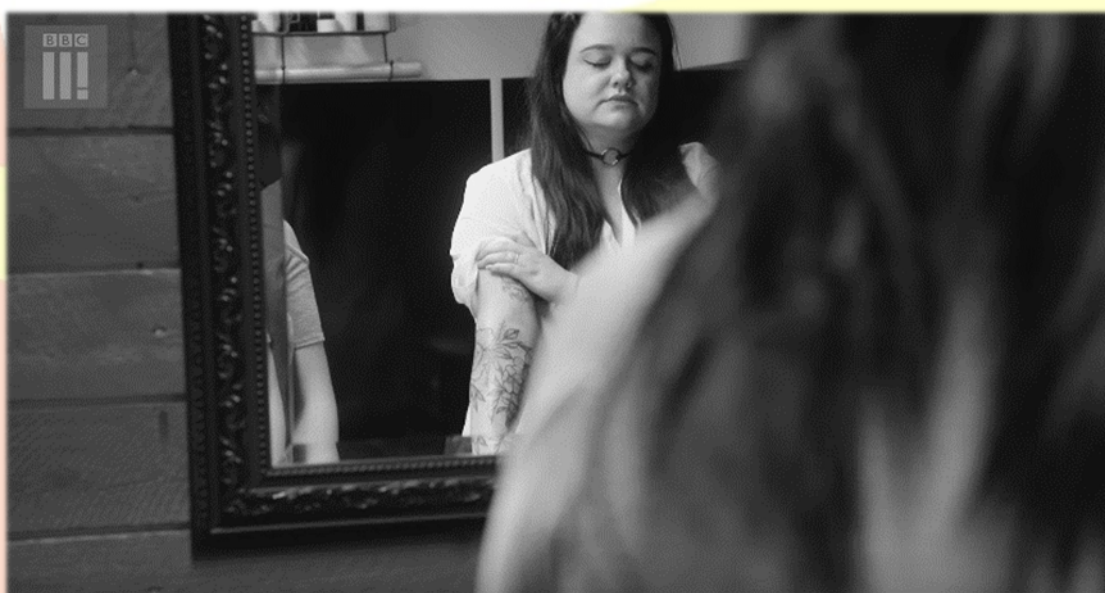
“Cada cicatriz”, diz a abertura do programa, “conta uma história”. Narrativas que, como veremos, são passíveis de reinterpretações, ou mesmo apagamentos simbólicos.

---

7 Tradução livre, *Uma tatuagem para mudar sua vida*, BBC Three, publicado em 14 de julho de 2017. In: <https://www.youtube.com/watch?v=j780be5nngs>. Acesso em: 25 Nov. 2017.



Percebe-se então a intrínseca imbricação entre corpo e construção subjetiva, o que, nas palavras da tatuadora Poppy, “para muitas pessoas que eu tatuei, especialmente sobre cicatrizes de autoflagelação, elas de fato ganham uma nova visibilidade, por que tem essa parte que elas podem superar. Elas podem esquecer”<sup>8</sup>. O caso de Ria ilustra esse processo, em um relato emocionante sobre como transformou sua relação com seu corpo ao longo dos anos. Ela conta que trabalhava sem perspectivas de melhora no emprego, mas vivia bem com os amigos, praticando exercícios físicos, ao ponto de mostrar com entusiasmo fotos sobre sua forma corporal em maratonas de corrida. “Então, sem razão alguma, eu passei a ouvir vozes: ‘você precisa se cortar, você precisa se cortar’. E assim o fiz...”. O corte materializava uma indiferença para com os outros e, inversamente, um esvaziamento em relação a própria projeção futura. Em última instância, “eu não pensava que viveria o suficiente para ter que conviver com as cicatrizes”.



**Figura 1.** Ria logo antes de ver sua tatuagem pela primeira vez. Fonte: *A Tattoo To Change Your Life*, em <https://youtu.be/j780be5nngs>.

Ria, ao lembrar-se do passado, faz evidente o que Fernanda Bruno (2013) definiu como regime de visibilidade. Em um cenário em que se faz tácito o comportamento verdadeiro e esperado, Ria revela o desconforto de seus pares quando deparavam-se com

---

<sup>8</sup> Tradução livre. No original: “For a lot of people that I have tattooed, especially over scarring from them self-harming, they do have a whole new outlook because there’s a part that they can just put to bed now. They can let it go”.

os cortes. Comentar ou não, perguntar ou não. “Você pode perceber eles olhando para as cicatrizes, mas não querendo ver o que estava ali”. A pele torna visível uma espécie de estigma, no sentido explorado por Goffman (1982), por servir como símbolo de demarcação e organização para a cena social. A partir destes atributos, julga-se não o que se é, mas a partir da expectativa não preenchida do que ele deveria ser. Nesse sentido, a busca por uma resposta consistente dos amigos de Ria mostra-se mais desafiadora na medida em que tal hiato – entre o esperado e aquilo apresentado na cena social – for mais significativo. Foi Frankie, hoje esposa de Ria, que ajudou a mudar esse quadro e, de forma mais significativa, dar uma perspectiva de futuro que valeria a pena ser vivida. E para esse futuro ser objeto de confiança, as cicatrizes deveriam ser enterradas sob novas expressões de ser.

Neste projeto, as flores tatuadas possuem uma significação de destaque. Ria procurou no ambiente digital referências de tatuagens com finalidade similar – encobrir cicatrizes – para então encontrar um desenho que lhe fosse único. Não apenas único, mas uma marca que enraíza semioticamente a vivacidade aspirada. Nesta interculturalidade, “diálogo entre culturas e a produção de estéticas globais” (FELERICO; HOFF, 2014, p. 10), articulam-se planos gerais – produções estéticas comuns, símbolos de grande presença nas mídias – e planos locais, aqui condensados na experiência relatada de superação subjetiva. Interpelam-se gramáticas próprias do discurso publicitário – como a concisão, leitura rápida e força significativa dos signos empregados na mensagem –, conjuntos de valores profundamente sociais, assim como ressignificações de natureza íntima, por vezes nem mesmo conscientemente manifestas. Esse emaranhado de significados permite, por fim, virar a página para uma nova história, escrita com maior autoestima e segurança. Como descrito por Ria, “é importante para mim fazer a tatuagem antes do casamento. Para poder me sentir confiante”.

A história de Ria mostra como o ser visto é objeto de disputas, particularmente por projetos identitários do próprio sujeito. Regimes de visibilidade implicam embates “em que concorrem modelos mais dominantes e uma série de práticas e culturas menores” (BRUNO, 2010, p. 8). A tatuagem, como vitória de uma nova subjetividade, promove a publicização de aspectos individuais que se reportam a vida social. Ela traz narrativas exemplares, as quais dialogam com o imperativo de identidades flexíveis e cambiantes do processo de individuação que caracteriza a nossa época (FELERICO; HOFF, 2014). Para uma nova identidade, constrói-se um novo regime com base em estéticas renovadas. Nesse

esforço de fazer tangível o projeto especular de ser, a pele é lugar de registros cujos sentidos transformam-se ao longo do tempo. Registros não apenas de um passado a ser eternizado, mas também da concretização do futuro.

## CONSIDERAÇÕES FINAIS

Tatuagens interseccionam projetos de construção do Eu, condições culturais e regimes de visibilidade. Neste artigo, procuramos traçar paralelos entre a experiência do corpo na contemporaneidade e certas práticas de comunicação e consumo, com destaque para o modo como nos apresentamos e somos influenciados pelo social que nos circunda. O programa *A Tattoo To Change Your Life* ofereceu um relato fértil para essa discussão, carregado de experiências profundamente emotivas e, por essa razão, convidativas para se pensar a relação que temos com nossos corpos. Por outro lado, entendemos que as reflexões aqui apresentadas não esgotam o tema. Nem sobre intervenções estéticas sobre cicatrizes, nem muito menos sobre os significados e motivações que se envolvem às tatuagens. Assim como cada inscrição corporal deve ser analisada em seu conjunto, espaço e momento, os breves apontamentos deste artigo procuraram destacar apenas alguns elementos que julgamos importantes na compreensão do programa estudado.

## REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

BAUDRILLARD, Jean. **A sociedade de consumo**. Trad. Artur Morão. Lisboa: Edições 70, 2007.

BAUMAN, Zygmunt. **O mal-estar da pós-modernidade**. Tradução: Mauro Gama e Cláudia Martinelli Gama. Rio de Janeiro: Jorge Zahar Editor, 1998.

BRUNO, Fernanda. **Máquinas de ver, modos de ser: vigilância, tecnologia e subjetividade**. Porto Alegre: Sulina, 2013.

BOARINI, Camila; MAZZILLI, Paola. “‘A Faculdade do Sexo’: o culto à performance sexual na Erótika Fair 2016”. In: **Congresso Internacional Comunicação e Consumo**, São Paulo, 2016.

FEATHERSTONE, Mike. “Imagem corporal/corpo sem imagem”. **IARA-Revista de Moda Cultura e Arte**, v. 2, n. 1, 2008.

FELERICO, Selma; HOFF, Tânia. “Publicização do eu: tatuagem e regimes de visibilidade do corpo”. In: XXXVII Congresso de Ciências da Comunicação. **Anais do XXXVII Congresso de Ciências da Comunicação**, Foz do Iguaçu, 2014.

FERREIRA, Vítor Sérgio. “Política do corpo e política de vida: a tatuagem e o body piercing como expressão corporal de uma ética da dissidência”. **Etnográfica. Revista do Centro em Rede de Investigação em Antropologia**, v. 11, n. 2, p. 291-326, 2007.

\_\_\_\_\_. **Marcas que demarcam: corpo, tatuagem e body piercing em contextos juvenis**. Tese (Doutorado). Instituto Superior de Ciências do Trabalho e da Empresa, Lisboa, 2006.

FREIRE FILHO, João. “Fazendo pessoas felizes: o poder moral dos relatos midiáticos”. In: **XIX Encontro da COMPÓS**, 2010.

FREUD, Sigmund. **O mal-estar na civilização, novas conferências introdutórias à psicanálise e outros textos**. Tradução Paulo César de Souza. Companhia das Letras, volume 18, 2010.

GARCIA-ROZA, Luiz Alfredo. **Freud e o inconsciente**. Rio de Janeiro: Jorge Zahar, 1982.

GOFFMAN, Erving. **Estigma: Notas sobre a Manipulação da Identidade Deteriorada**. Rio de Janeiro: Zahar, 1982.

HOFF, Tânia. Biossociabilidades do consumo: regimes de visibilidade da diferença no discurso publicitário. In: ROCHA, R.; PERES-NETO, L. (Orgs.). **Memória, comunicação e consumo: vestígios e prospecções**. Porto Alegre: Sulina, 2015.

\_\_\_\_\_. Publicidade: o corpo modificado. **Comunicação, Mídia e Consumo**, v. 1, n. 1, p. 52-62, 2008.

HOFF, Tânia; ROCHA, Rose de Melo. “Corpo mídia e cidade mídia como instâncias comunicacionais: consumo, imagens e identidade”. **Revista Latinoamericana de Ciencias de la Comunicación**, v. 10, n. 18, 2013.

KUNSCH, Margarida Maria Krohling. **Planejamento de Relações Públicas**. São Paulo, Summus, 2003.

LACAN, Jacques. “O estádio do espelho como formador da função do Eu”. In: ŽIŽEK, S. (Org.) **Um mapa da ideologia**. Tradução Vera Ribeiro. Rio de Janeiro, Contraponto, 1996.

LAPLANCHE, Jean; PONTALIS Jean-Bertrand. **Vocabulário da psicanálise**. São Paulo; Martins Fontes, 1994.

MACEDO, Sybele; PARAVIDINI, João Luiz Leitão; PRÓCHNO, Caio César Souza Camargo. “Corpo e marca: tatuagem como forma de subjetivação”. **Revista Subjetividades**, v. 14, n. 1, p. 152-161, 2014.

MOREIRA, Jacqueline de Oliveira; TEIXEIRA, Leônia Cavalcante; NICOLAU, Roseane de Freitas. “Inscrições corporais: tatuagens, piercings e escarificações à luz da psicanálise”. **Rev. Latinoam. Psicopat. Fund.**, São Paulo, v. 13, n. 4, p. 585-598, 2010.

ROCHA, Everardo. **Magia e Capitalismo; um estudo antropológico da publicidade**. Editora Brasiliense, São Paulo, 2011.

SAFATLE, Vladimir. “Destruição e reconfiguração do corpo na publicidade mundial dos anos 90”. **Comunicação Mídia e Consumo**, v.1, n.1, pp.33-51, 2004.

SIBILIA, Paula. “O pavor da carne: riscos da pureza e do sacrifício no corpo-imagem contemporâneo”. **Revista FAMECOS: mídia, cultura e tecnologia**, v. 1, n. 25, 2006.

VAZ, Paulo. “Consumo e risco: mídia e experiência do corpo na atualidade”. **Comunicação Mídia e Consumo**, v. 3, n. 6, p. 37-61, 2008.

WEBER, Max. **A ética protestante e o espírito do capitalismo**. Tradução de José Marcos Mariani de Macedo. Edição de Antônio Flávio Pierucci. São Paulo, Companhia das Letras, 2004.