

TRABAJO DE INVESTIGACION FINAL

Emociones tatuadas que comunican
un espíritu de la época.

El confinamiento por Covid plasmado en la piel.

Autor/es:

Agostina Rafaniello – LU: 1143840

Alejandra Verne- LU: 1144052

Carrera:

Licenciatura en Ciencias de la Comunicación

Tutor:

Stecconi Natalio

Año: 2022

Resumen

Esta investigación tiene como propósito definir cuáles fueron los sentimientos que prevalecieron en las personas tras el confinamiento estricto por covid 19, y si estos fueron exteriorizados plasmandose en la piel mediante el uso del tatuaje.

Por este motivo se buscará identificar propiedades y características del *zeitgeist*, palabra alemana que traducida al español significa espíritu del tiempo, espíritu del momento o espíritu de la época, y si ese espíritu de época se vió afectado o modificado por la restricción de lo social, vivido en pandemia.

Realizaremos una investigación de tipo descriptiva que nos permita señalar ciertas tendencias dentro de una población.

Palabras Clave: Tatuaje, Cuerpo, tatuaje, piel, comunicación, expresión, zeitgeist, espíritu de la época, Covid-19, confinamiento, cultura, generaciones, diseño, estilo, elección, Millenials, Centennials, Generación X, tendencias, moda, reflexión, angustia, ansiedad.

Índice

1.	Introducción	2
2.	Situación problemática	3
3.	Objetivos	4
4.	Hipótesis	4
5.	Marco Teórico	4
6.	Marco Metodológico	10
7.	Análisis	12
8.	Conclusión	22
9.	Referencias Bibliográficas	23
10.	Anexos	24

«Yo sé que por el cuerpo andan pensamientos. Yo sé que por el cuerpo andan pensamientos descalzos, y no todos suben a la cabeza y se visten de palabras».

Felisberto Hernández

Introducción

Es sabido que el arte de dibujar la piel proviene del hombre antiguo. El tatuaje supo a través de los años ocupar diferentes roles en la sociedad con diversos usos y significados. A lo largo de la historia, el tatuaje fue concebido como un ritual artístico o como una simple decoración pagana. Según el contexto, se lo ha considerado arte prohibido, informativo, popular o erótico.

En la actualidad, esta técnica es meramente comunicacional, más allá de lo estético, en donde las personas deciden utilizar el arte para transmitir sus historias, gustos, sentimientos, pasiones, pertenencias, demostraciones de afecto por medio de la inscripción en el cuerpo, a modo de agenda, algo que permanentemente remite a una vivencia que no desean olvidar, una situación o persona que los ha atravesado.

El tatuaje deja una cicatriz, una marca plasmada en la piel “para siempre”. Pero existen momentos o situaciones que superan las individualidades siguiendo una línea asociada a grupos de pertenencia y a identidades colectivas.

Situación problemática

A principios del año 2020 y con la aparición del coronavirus el mundo entero debió tomar severas medidas para enfrentar una situación epidemiológica impensable, cuyo fin fue controlar la expansión de esta enfermedad sumamente contagiosa. Cada nación o Estado definió regulaciones para reducir al mínimo la circulación de personas proponiendo un aislamiento o confinamiento total de los habitantes para frenar los contagios hasta lograr obtener una vacuna que pudiera devolverles su vida habitual. Este contexto ha revolucionado la vida social y más de la mitad de la población mundial terminó siendo afec-

tada.

En Argentina la vacuna tardó meses en llegar y particularmente en las grandes ciudades como la Ciudad Autónoma de Buenos Aires el aislamiento se prolongó hasta la primavera de 2020, pero luego, con la propagación de las nuevas cepas se extendió durante gran parte del 2021.

Las personas debieron ser sometidas a un confinamiento de muchos meses, en los que los vínculos sociales se vieron sumamente postergados y degradados. El miedo, el dolor, la incertidumbre, la soledad son algunos de los factores sociales que han florecido y han acompañado a la población durante aquel periodo.

En esta tesis reflexionaremos sobre la transculturación que experimentó el tatuaje desde sus orígenes como rituales alejados de occidente, hasta la actualidad en nuestro país, para entender qué relación existe entre la etapa de confinamiento, entendiéndose la misma como como experiencia o vivencia social única e histórica, y este tipo de prácticas.

Nuestra investigación se basa en analizar si los tatuajes reflejan el espíritu del *zeitgeist*. La elección de los diseños de las personas al momento de tatuarse refleja un clima, ambiente o atmósfera intelectual y cultural de una determinada era en el desarrollo de un estilo personal. Desde esta perspectiva es que pretendemos dar luz sobre los aspectos relacionados con ese *zeitgeist* post confinamiento, de qué manera el “espíritu del momento” se plasmó en la piel de los individuos con dibujos, palabras o reflexiones que reflejan un determinado estado emocional en común: miedo, angustia, ansiedad, tristeza, soledad, pérdida, resiliencia, etc.

Objetivos

Conocer si el espíritu de la época post confinamiento estricto que hubo por la pandemia de Covid-19 se reflejó en la elección de los tatuajes de los jóvenes y detectar las emociones que tengan en común.

En cuanto a los objetivos específicos nos proponemos:

- Identificar los sentimientos más relevantes durante el confinamiento y si esto tuvo influencia en el diseño elegido para tatuarse.
- Analizar cómo afectó el encierro a la autopercepción del cuerpo y a su modificación a través del tatuaje.
- Identificar si existen diferencias generacionales en cuanto al uso del tatuaje, la elección del diseño y la forma de llegar a él.

Hipótesis

Las personas tatuadas en época de post confinamiento por COVID 19 eligieron frases o diseños influenciados o atravesados por sentimientos propios del zeitgeist de la época; es decir el encierro, el temor a la muerte o la resiliencia.

Marco Teórico

El arte de marcarse la piel

El tatuaje ha estado presente en culturas muy diversas y alejadas en tiempo y espacio, por lo cual es innegable que su estudio adquiere un valor etnológico importante. Tal como lo es en pintura o en escultura, el tatuaje es el fiel reflejo del arte y como tal, revela un rasgo esencial del ser humano, la necesidad de procesar y significar sus vivencias y experiencias, y de manifestarse en una determinada forma de expresión.

Desde dicha perspectiva etnográfica, los tatuajes tienen diversas interpretaciones y funcionalidades, hasta incluso pudiendo llegar a ser antagónicas, según la cultura o época a la que se adscriben.

“El tatuaje en sus orígenes era un elemento central en los ritos que a su vez estaban asociados al dolor, tal como observa el componente masoquista del tatuaje, ayuda a procesar muchos conflictos internos o estados de tensión” según Silvia Reisfeld en su libro *Tatuajes: una mirada psicoanalítica* (2004).

En sociedades modernas estos dibujos se utilizaron como señal de realeza; símbolo de devoción religiosa, como un medio de identificación personal o una forma de demostrar valor o virilidad, como estímulo de atracción sexual, como talismán para alejar a los malos espíritus, como parte necesaria de los ritos funerarios, para diferenciar a la mujer casada, e incluso como forma de marcar e identificar esclavos, marginados y convictos.

Hilda Catz en su libro *Tatuajes como marca simbolizante* afirma: “Los tatuajes son plasmados en un cuerpo individual que es mediador entre el yo y la sociedad. El acto de tatuarse refiere a una producción inconsciente del sujeto que expande, se libera, de alguna forma recompone lazos de identidad y, en algunos casos, modificaciones corporales como formas de escapar. A diferencia de lo efímero de la moda tienen algo de perpetuidad. Y hacen un trastoque de lo público, de lo privado. Son biografías inscriptas en el cuerpo”.

Estas marcas representan un momento determinado, se convierten en cables de energía permanente, como los tatuajes conmemorativos actúan como un recuerdo de aquellos que ya no están y son una muestra externa de un lazo emocional interior que la persona mantiene con los fallecidos. Los tatuajes son símbolos de que hemos atravesado situaciones, por tanto, trascienden.

Tatuajes: ¿Una cuestión generacional?

Nos interesa conocer la sociología del uso del tatuaje, como se modifica el diseño, cuál es el motivo que impulsa la realización del tatuaje y qué lugar del cuerpo se elige para marcarse dependiendo la 'generación' a la que pertenezcas. Es por eso que primero queremos aclarar los diferentes significados que posee el término, el cuál depende de la disciplina que lo utilice. La palabra, en Ciencias Sociales, significa "todo el grupo de individuos que nacen y viven más o menos al mismo tiempo, la mayoría de los cuales tienen aproximadamente la misma edad y tienen ideas, problemas y actitudes similares". En la sociología, más allá de las diferentes individualidades que proponen los distintos autores, el término se relaciona con la idea de "duración común". Entre tantos autores que debaten el término, nos basaremos en las teorías de Karl Mannheim y en el sociólogo Abrams Philip, ya que ambos coinciden en que el principio de una nueva generación está marcado por importantes discontinuidades del mundo histórico e institucional dominante del momento. No hay un tiempo biológico, una fecha de nacimiento determinada que podamos usar para medir temporalmente el inicio y el fin de una generación con otra nueva sino que ésta puede durar 15, 30 años o siglos.

Puede decirse que los jóvenes que experimentan los mismos problemas históricos concretos forman parte de la misma generación (Mannheim, 1928).

Probablemente habrá personas que no se identificaran con las características que le son asignadas a su generación según su fecha de nacimiento, pero sí podemos reconocer que hubieron grandes cambios tecnológicos, por ejemplo, que diferencian a las personas que vivieron la transición de lo analógico a lo digital de aquellos que nacieron en una era 100% digitalizada.

Los nombres de estas generaciones se lo fueron dando periodistas, editores, expertos en publicidad para poder segmentar a sus diferentes públicos. En esta investigación utilizaremos esa segmentación para determinar el comportamiento respecto al consumo de tatuajes en las diferentes generaciones, si existen elecciones de diseños en común, los lugares en dónde se

los realizan también están sujetos a la aceptación o rechazo en la época, si siguen habiendo restricciones en el campo laboral, etc.

Teniendo en cuenta que aún continúan en vigencia las diferentes posturas y dilemas para intentar organizar de manera lineal y temporal la identidad de los individuos que comparten un mismo periodo histórico y qué es lo que produce un cambio generacional, denominaremos Baby Boomers a la generación nacida entre 1949 - 1968, Generación X a los Nacidos entre 1969 - 1980, Millennials entre 1981 - 1993 y Centennials entre 1994 y 2010. El objetivo es diferenciar la visión estética de cada generación, ya que sabemos que el uso de tatuajes ha ido tomando usos y significados distintos a través del tiempo. En un principio los portadores de tatuajes eran encasillados como criminales, pandilleros, señalados, mal vistos, considerados como rebeldes y que luego de algunos años se iban a arrepentir cuando sean más grandes, creyendo que formaba parte de una moda pasajera. Pero con el tiempo nos dimos cuenta que los tatuajes llegaron para quedarse, que es una actividad instalada que no es exclusiva de un solo tipo de personas sino que diversas edades y clases sociales los exhiben.

¿Qué es el Zeitgeist?

Para definir con mayor precisión a qué nos referimos con el “espíritu del momento” utilizaremos la palabra Zeitgeist la cuál, según el Diccionario Web Significados, se refiere a: “las características propias que abarca a una o varias generaciones, que a pesar de los individuos poseer diferentes edades, ubicarse en entornos socio-económicos diferentes, existe una misma visión global en cuanto a la progresión socio-cultural. El término Zeitgeist es “un conjunto de cultura y clima intelectual, en referencia a una determinada época, o las características genéricas de un período de tiempo” en palabras de David Riesman. En el transcurso de la investigación nos vamos a centrar en este concepto para analizar cómo se modifican las conductas y personalidades de los individuos en un determinado periodo.

Dicho autor, hace referencia a que el individuo de la sociedad tradicional está orientado a la tradición, a repetir conductas, a obedecer las reglas establecidas hace mucho tiempo como ir a la iglesia o construir una determinada estructura familiar. Posteriormente aparecerá un individuo dedicado a la producción, quienes poseen una especie de giroscopio o mecanismo que les permite mantener el equilibrio independientemente de lo que sucede en su entorno. Será entonces el individuo que aparezca luego, a partir de 1945 en la llamada sociedad de la abundancia, quien se aleje de la tradición y oriente su personalidad en función de las señales

que detecta de su entorno. Imita a su entorno y por lo tanto es influenciado por él. El autor dirá que en el futuro va a existir un nuevo ser capaz de despegarse por completo de la mirada ajena, lo llamara “autonomía”. (Riesman, David. 1950).

Bajo este marco teórico analizaremos la estructura social actual y si la misma influye en las decisiones al momento de usar el cuerpo para comunicarse. Nos gustaría conocer si la sociedad de la abundancia llegó y si los jóvenes consiguieron despegarse de esa mirada ajena convirtiéndose en autónomos como denomina el autor o si otros cambios como el avance tecnológico, uso de las redes sociales llevan a los jóvenes a mostrarse más, estar contrariamente pendiente a la mirada del otro, comunicando constantemente sin el uso la palabra a través de un mensaje escrito en su piel.

La nueva normalidad

Hacia finales de 2019 una nueva y desconocida enfermedad epidémica iniciada en China logró extenderse por muchos países europeos, en primera instancia, y muy velozmente se diseminó por todo el territorio mundial, dándole oficialmente el grado de pandemia, según la Organización Mundial de la Salud (OMS).

El SARS Cov-2 o comúnmente conocido como COVID 19 es un virus de la gran familia de los coronavirus. Se trata de una enfermedad respiratoria altamente contagiosa en la que la mayoría de las personas infectadas han tenido síntomas leves, nulos o moderados y se recuperaron sin requerir un tratamiento especial. Sin embargo en personas mayores o quienes padecen enfermedades subyacentes, como problemas cardiovasculares, diabetes, enfermedades respiratorias crónicas o cáncer, este virus ha resultado mucho más grave, complicando los cuadros de base. Cualquier persona, de cualquier edad, podía contraer dicho virus y enfermar gravemente o incluso morir.

A partir de esta situación cada país o estado puso en marcha medidas para prevenir la expansión de la enfermedad desde los denominados toques de queda hasta cuarentenas y confinamientos estrictos para la población, incluyendo el uso obligatorio de mascarillas y el distanciamiento social.

Empezó así la denominada “nueva normalidad” que cambió la vida de todos: la del personal de salud que luchó contra un virus desconocido, la de quienes perdieron a un ser querido y no pudieron siquiera despedirse. La de aquellos que rápidamente debieron adaptarse a un rotundo y contundente cambio de vida y que entendieron que la única obligación era cuidar

plenamente de ella. La de los que postergaron proyectos, sueños y aquellos que entre tanto caos tuvieron lecciones positivas y aprendizaje.

Las emociones en época de pandemia

Sheila Estévez Vallejo, psicóloga especialista en conflictos emocionales, explica que uno de los grandes incentivos a la hora de resolver marcar el cuerpo es la necesidad de adquirir un rasgo único, diferente, se busca contarle al otro algo. “Muchas veces se da como respuesta a un daño emocional vivido, el tatuaje es parte de aceptación de ese daño y resultado del proceso de resiliencia o de superación”, apunta.

En su tesis afirma que se ha comprobado que un tatuaje puede ser una reafirmación tras superar un periodo difícil. “En ciertas ocasiones las motivaciones para realizar un tatuaje son símbolo de haber superado algo, de haber pasado por un cambio significativo en la vida o como reafirmación de valores personales”, afirma.

Un reciente sondeo realizado por UNICEF a través de U-Report, una plataforma digital que promueve la participación de adolescentes y jóvenes en temas que les afectan, en el cual participaron 8.444 adolescentes y jóvenes de 13 a 29 años de nueve países, muestra el impacto del COVID-19 en la salud mental de adolescentes y jóvenes de Latinoamérica. El reporte da cuenta de los sentimientos que enfrentaron en los primeros meses de respuesta a la pandemia y la situación en el mes de septiembre. Entre las y los participantes, 27% reportó sentir ansiedad y 15% depresión en los últimos siete días. Para el 30%, la principal razón que influye en sus emociones actuales es la situación económica. Una situación que genera elevada preocupación y es un llamado a las autoridades de salud nacionales, es que el 73% ha sentido la necesidad de pedir ayuda en relación con su bienestar físico y mental. Pese a lo anterior, el 40% no pidió ayuda. Si bien la muestra no es representativa de toda la juventud en la región, los resultados permiten tener un vistazo de los desafíos que enfrentan, el acceso a mecanismos de asistencia, y la forma en que están manejando sus emociones.

En un artículo presentado del Centro de Investigaciones y Estudios sobre Cultura y Sociedad de Universidad Nacional de Córdoba denominado “Emociones, preocupaciones y reflexiones frente a la pandemia del COVID-19 en Argentina” revela los diversos sentimientos generados por la pandemia, donde destacan principalmente la incertidumbre, el miedo y la angustia. La incertidumbre respecto al futuro, vinculada a las consecuencias sociales y económicas que supone la medida del aislamiento para la vida cotidiana, social y laboral. La impotencia por

tanta gente enferma y miedo por todos y no saber cuándo va a terminar. Cabe destacar que los sentimientos de incertidumbre, miedo, responsabilidad y angustia, que constituyen las expresiones más relevantes entre las personas participantes, se manifestaron con mayor preeminencia entre las mujeres. El sentimiento de responsabilidad incluye la importancia de los cuidados y la responsabilidad individual y colectiva para prevenir el COVID-19.

Entre las consecuencias positivas para la sociedad la más destacadas por las personas participantes es la valorización de la interdependencia, además se destacan los valores de solidaridad, empatía, unión y conciencia social para sostener las medidas sanitarias. Entender que nadie se salva solo. Crecimiento de la autoconciencia e introspección. Crecimiento mediante las valoraciones reflexivas: conocimiento personal, orden de prioridades para la vida diaria. Conciencia medioambiental, cuidado a los animales y del ecosistema. Reconocimiento del trabajo médico. Poner en valor el Estado y la salud pública. Valorización de los afectos es otra consecuencia identificada, principalmente entre mujeres, que supone una puesta en valor de aquellos lazos cercanos: la familia y amigos, unión entre personas, acercamiento a los seres queridos, entre otros.

Esta investigación intenta dilucidar si después de este periodo de confinamiento por pandemia, que sin dudas nos afloró muchos sentimientos y diferentes emociones, sirvió como motivación para tatuarse alguna reflexión, marcas de duelos, frases o palabras que tengan que ver con el periodo vivido y que reflejen el espíritu de la época en donde se pueden destacar la incertidumbre, miedo, responsabilidad y angustia.

Marco Metodológico

Esta investigación es de origen descriptivo según los criterios expuestos por Roberto Hernandez Sampieri ya que se buscará identificar las propiedades y características del fenómeno observado, señalando tendencias en la población y cuya finalidad es explicar los hechos sin alterarlos. (Hernandez Sampieri, 1998).

Para realizar este trabajo se utilizaron metodologías con enfoque mixto ya que combinan técnicas de recolección de datos cuantitativos y cualitativos. Dentro de este análisis se elaboraron encuestas de opinión a un cierto grupo de individuos, de diversas edades comprendidas en un determinado rango etario o generacional. Además para desarrollar con amplitud los motivos que llevaron a estos individuos a marcar su piel y analizando la

naturaleza de los mismos, consideramos fundamental llevar adelante una serie de entrevistas en profundidad, como elemento metodológico cualitativo.

Con ambas herramientas podremos realizar un estudio abarcativo del tema teniendo en cuenta no solamente a quienes se hayan realizado tatuajes en ese periodo sino también comprender que los llevó a realizarlo, si esto tuvo que ver con el espíritu del momento, post confinamiento por COVID 19.

En cuanto al tipo de muestreo, hemos determinado que se trata de una muestra de tipo no probabilístico, ya que los criterios que se han utilizado para su evaluación tienen que ver con diversos parámetros establecidos, como el momento de realización del tatuaje (mes y año).

A su vez se ha determinado que la muestra no es representativa, ya que los resultados obtenidos sólo serán considerados para este universo y no pueden extrapolarse al total de la población.

Persiguiendo los objetivos propuestos para esta investigación realizamos una encuesta, la cuál fue compartida por redes sociales (Facebook, Instagram y Whatsapp). Además utilizamos cartelera en diferentes lugares estratégicos con un código QR por el cuál se accedía al link del formulario. Muchos de los participantes compartieron el enlace otorgándole la característica de bola de nieve.

Participantes de la muestra

La muestra estuvo conformada por 132 personas. Para mayor fidelidad en los resultados se rastrearon personas tatuadas entre 2020 y 2021 en el contexto de confinamiento por covid-19. Se ajustaron las fechas concretamente desde abril de 2020 a abril de 2022 para intentar reflejar el espíritu de la época al que hacemos referencia filtrando aquellas respuestas que no se amoldaban a nuestra consigna.

La edad promedio de respuestas es de 28 años, el 57% pertenece a la generación Centennial nacidos entre 1994 y 2010, el 34% son Millennials, nacidos entre 1981 y 1993, el 9% restante son de la Generación X, nacidos entre 1969 y 1980.

El 66% de las personas encuestadas son del AMBA, el 29% viven en la Provincia de Mendoza y el porcentaje restante está distribuido en otras provincias de Argentina.

A su vez, hemos realizado una serie de entrevistas en profundidad a diversos tatuadores de estudios de Caba y GBA, a fin de poder complementar la información recolectada, analizando los datos desde varias perspectivas, para poder integrarlos, contrastarlos y analizarlos de manera holística dando lugar a que los resultados obtenidos confirmen o refuten la presente investigación.

Análisis

El confinamiento como experiencia social

El 2020, como todo año que da inicio a una nueva década y en particular por tratarse de un número cuyo simbolismo está fuertemente relacionado con lo positivo y las oportunidades, fue un año por demás esperado y muy festejado. Contra todo pronóstico se trató de un año particularmente complejo que será históricamente recordado por todos los habitantes del mundo.

En el marco de una inminente crisis, Argentina amplió a un año la emergencia pública sanitaria bajo el decreto N° 260/2020, a fin de mitigar la propagación del virus y su impacto en el sistema sanitario.

El anuncio por parte del presidente Alberto Fernandez con la instrucción de que todos sus habitantes debían permanecer en situación de confinamiento estricto comenzó a regir desde las 00 del viernes 20 de marzo del 2020. El objetivo de semejante hazaña era apaciguar el inminente contagio del recientemente importado “coronavirus”.

El Aislamiento Social, Preventivo y Obligatorio (ASPO) que inicialmente debía durar 14 días terminó extendiéndose durante 100 días a nivel país y en el caso de ciudades con mayor concentración llegó hasta los 18 meses, con pequeñas ventanas de aperturas.



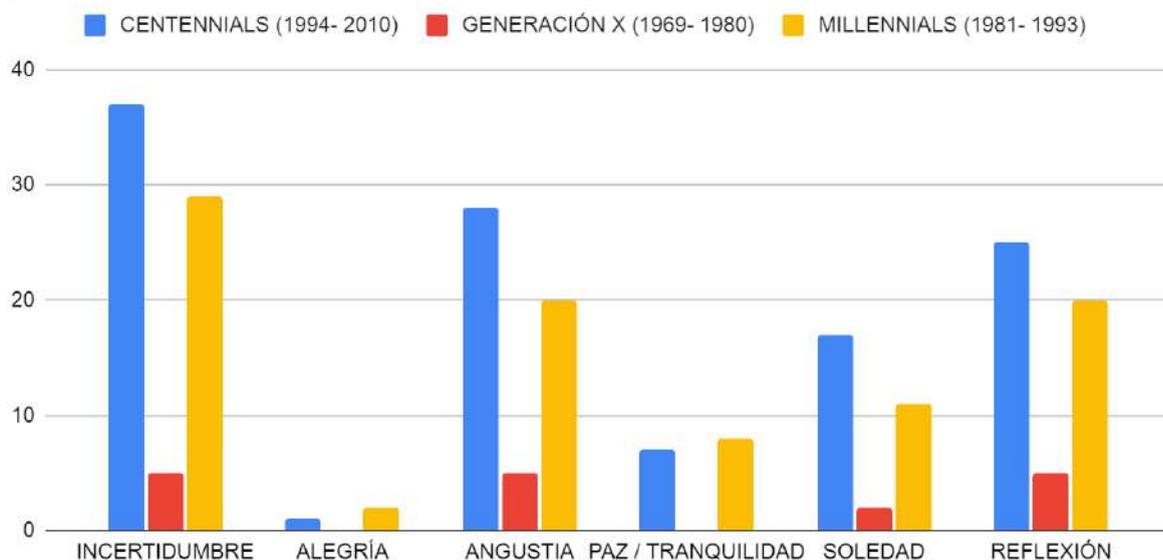
Por esos días era habitual observar las ciudades vacías, calles desiertas y un completo silencio. En aquel momento se permitía la circulación únicamente de las personas consideradas “esenciales” como los médicos, choferes de transporte público que solo llevaban a los autorizados, personal de seguridad, trabajadores de la industria alimenticia, agentes de

tránsito controlando a quienes tenían el permiso correspondiente para salir a trabajar llamados “exceptuados” que incluían solo 24 actividades.

Todos los habitantes debieron recluirse en sus domicilios, solo se les permitía salir a comprar alimentos y a pasear a sus mascotas. Esta metodología extendida a lo largo del tiempo ha trastocado la cotidianeidad prácticamente de la mayoría de las personas, los hábitos, las relaciones familiares, las amistades, los vínculos laborales y grupales han sido fuertemente afectados.

Siguiendo los objetivos planteados en esta investigación, nos parece sumamente interesante conocer cuáles son los sentimientos que las personas experimentaron durante el confinamiento del covid. Los resultados muestran que durante esta etapa la sensación más relevante fue de incertidumbre con el 57%, seguido de la ansiedad con el 49%, seguida por el aburrimiento con el 44%, la angustia con 40% y por último la reflexión con un 39%.

¿Cuáles son los sentimientos más relevantes del confinamiento?



El temor a enfermarse o a que se enfermen las personas cercanas, el desconocimiento respecto del virus en sí y el no saber cómo atravesar dichas circunstancias, hicieron de este momento un periodo de oscuridad social y de mucha angustia individual.

El distanciamiento ha alterado el contacto social tanto en cantidad como en calidad, afectando la intimidad y la confianza entre los individuos. Sentimientos de angustia, soledad, incertidumbre y mucho temor a una enfermedad desconocida, se apoderaron de las personas.

El tatuaje en sociedad

Se sabe que el arte de dibujar la piel es histórico como el hombre mismo. El tatuaje se caracteriza por ser una práctica cultural antiquísima. Algunos de los huesos hallados en las cuevas prehistóricas y en sepulcros del antiguo Egipto, demuestran que este procedimiento acompaña al género humano desde sus orígenes.

Estas decoraciones corporales eran parte de ciertos ritos, o podrían significar el abandono de la niñez y señal de madurez o mayoría de edad, o bien se utilizaban para demostrar un cierto estatus social, también como señal de prestigio por victorias en batallas u otros honores, e incluso demostrar linaje o afiliación a algún colectivo o etnia.

El avance del cristianismo en el mundo occidental y del islam en oriente fue derogando estas prácticas a medida que estas religiones ampliaban su dominio sobre las sociedades. La célebre y tan discutida “imagen y semejanza” del ser humano al Dios celestial, todopoderoso y ejemplar no concibe la modificación del cuerpo, en ningún sentido.

No por casualidad, en las sociedades más modernas el tatuaje vuelve a aparecer de la mano de los presidiarios y los criminales, quienes eran reclusos, apartados y habiendo perdido todo tipo de vínculo social. Sus cuerpos estaban repletos de imágenes que rendían tributo a lo perverso, al odio, la venganza o las conductas obscenas.

También fueron vinculados a los marineros: aquellos hombres que tenían un sin fin de personalidades y quienes vivían varias vidas según el lugar donde decidieron anclar.

De esta manera el tatuaje logró diseminarse por todo el mundo pero siendo particularmente vinculado a lo negativo. Posteriormente se incorporaron los rockeros y moto aficionados, aquí se caracterizó por un repertorio de motivos e inscripciones variables, siguiendo determinados prototipos que, por lo general, evidenciaban la pertenencia a un grupo o a determinados gustos. “La elección de los motivos permiten comprender hasta qué punto el tatuaje se inscribe en la vida social y también la determina. El tatuaje sitúa al tatuado en su comunidad,

explica las condiciones de su nacimiento, su posición social, su trayectoria y sus acciones.” (Krutak, 2007).

La práctica de estos tatuajes carcelarios se realizaba con medios caseros y muy rudimentarios y sus resultados eran acordes a las condiciones elementales de su ejecución, pero esto comenzó a modificarse a partir de la creación de la máquina eléctrica de tatuar. Mejores resultados, menos dolor y la progresiva profesionalización de la actividad de tatuador fueron algunas de las causas evidentes para que esta práctica fuese trasladándose a toda la sociedad.

[...] Muchas veces el tatuaje es el camino donde apaciguar el colapso psíquico y resistir una realidad que no puede ser puesta en palabras. Son cicatrices de un duelo vital, y/o accidental, como una historia grabada en el cuerpo, donde yace simbólicamente una pérdida. (Silvia Reisfeld, 2004).

Haciendo una analogía en la que dejaremos de lado el grado de culpabilidad de los reclusos -incluso cuando fuese inexistente - resulta imperioso comprender el vínculo que existe entre el encierro y la necesidad de expresión. El individuo, alejando del ámbito social, encuentra en su cuerpo el lienzo ideal en el que expresar sus sentimientos, el recordatorio de lo que le ha sucedido, aquello que decididamente no quiere olvidar.

El tatuaje funciona como un antídoto contra el olvido, especialmente cuando su ejecución es posterior a la superación de un momento personal de transformación producido por un hecho que ha generado dolor.

Nos encontramos con que dicha modificación de la piel podría ser directamente proporcional a la profundidad de las heridas psíquicas, que en el caso de los tatuajes evidencia y da testimonio de una herida que sigue siempre activa. Por lo que el tatuaje descifra y/o inscribe una pertenencia, la inscripción del sujeto en una historia personal (Hilda Catz, 2019).

Lara Posee, una aficionada al tattoo desde hace más de diez años, considera que: “los tatuajes también son buenos para la salud mental de las personas. Hacerse un tatuaje después de una carencia se siente bien, como un sople de aire fresco”.

Cuatro de los cinco profesionales del arte del Tattoo a quienes hemos entrevistado para esta investigación han sentenciado que no han observado diferencias entre los diseños elegidos por sus clientes antes del confinamiento de los que se han elegido después.

Andy, tatuador de Plaga Tattoo, asegura que: “quizás sí aparecieron más pedidos de tatoo con fotos analogicas, imagino que por el tiempo que estuvimos encerrados y pudimos revolver los cajones de recuerdos”

Respecto a los diseños, casi la mitad de los encuestados tiene un tatuaje relacionado a la naturaleza, siendo en su mayoría constelaciones (45%), un 28% animales, 20% frases, 8% nombres e iniciales, 5% dibujos como tribales y números, entre otros diseños.



Foto enviada por Lara Posse

“Las mariposas son seres de transformación, la llevo en la piel porque he tenido que transformar mi vida por completo, arrancar de cero y eso me recuerda que los cambios son necesarios y que lo mejor está por venir”, afirmó Lara.

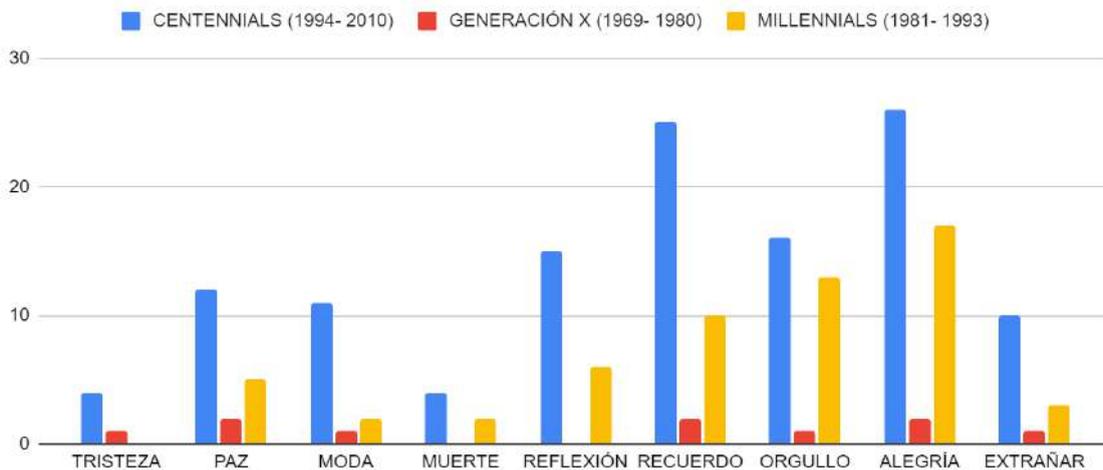
La influencia del Zeitgeist en el tatuaje

Aunque pareciera que las personas se independizan cada vez más de su entorno y se van convirtiendo en individuos a los que la mirada ajena no les pesa o cada día les influye menos, eso aún no es posible de afirmar. La mayoría de nuestros encuestados afirman que estamos condicionados al entorno y que el hombre “autónomo” que propone Riesman como hombre del futuro jamás llegará o que falta mucho para eso. Incluso en el ámbito laboral creen que sigue perjudicando en algunas ocasiones el hecho de estar tatuado y los lugares elegidos para realizarse el tatuaje suelen estar algo escondido o disimulado entre sus ropas. Aunque pareciera lo contrario, los resultados de la encuesta arrojan que sólo una minoría cree que el tatuaje no influye de manera negativa en el ámbito laboral, ya que el 9% respondió que sí y el 55% considera que depende de la profesión.

Uno de nuestros encuestados propone la siguiente afirmación: “El entorno genera sentimientos y el tatuaje es una expresión gráfica de esos sentimientos”. Luego de haber conocido cuáles fueron los sentimientos más relevantes durante la etapa de confinamiento y que el espíritu de esa época estuvo fuertemente vinculado a emociones negativas, de miedos e incertidumbre, nos interesó conocer cuáles fueron las sensaciones que dichos tatuajes generaron. En contraposición con la etapa de confinamiento, nuestros entrevistados

identificaron sus tatuajes con: alegría 41%, recuerdo 35%, orgullo 27% y reflexión 19%. Esos resultados analizados generacionalmente se replican, son los mismos sentimientos dejando de lado la edad de las personas.

¿Cuáles son los sentimientos con los que más se identifica tu tatuaje?



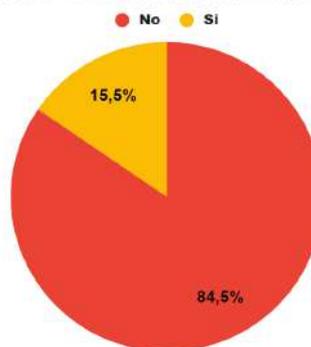
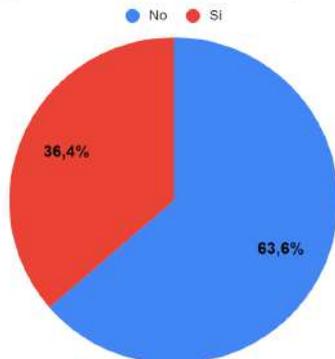
“No hubo mucha gente que específicamente eligiera un diseño relacionado con el COVID pero sí creo que la gente esperó a que finalizara esa etapa para animarse” expresó Ana de Plaga Tattoo en la entrevista que le realizamos. En concordancia, Paula Slevin, tatuadora de Vilo Tattoo, dijo que muchas personas decidieron realizarse un primer tatuaje en este periodo, ya que la pandemia les dejó la reflexión de que los gustos se dan en vida, ya que no se sabe en qué momento puede aparecer otra pandemia y volver a quedar “encerrados” sin poder llevar a cabo sus deseos (salir, juntarse con amigos, viajar, tatuarse, etc.) Es decir, aprender a vivir el día a día.



Por otro lado, Paula Slevin de Vilo Tattoo notó que “muchas personas comenzaron a hacerse frases de superación o manifestando que vendrán tiempos mejores, básicamente demostrando que no están bien.”

Sin embargo, el 64% de los encuestados niegan que el entorno influya en los tatuajes. Sólo el 15% afirma que la decisión de realizarse el tatuaje haya tenido relación directa o indirectamente con el confinamiento y se hicieron un diseño que se relaciona de alguna manera con el Covid. Esos pocos diseños refieren a sentimientos de reflexión y de recuerdo.

¿Crees que el entorno influye en lo que te tatuas? ¿Consideras que la decisión de tatuarte tuvo relación directa o indirectamente con el confinamiento por Covid-19?



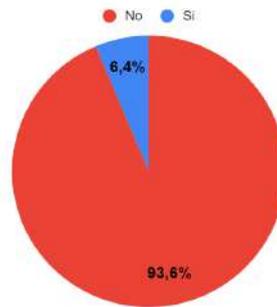
Los tatuadores indican que luego del confinamiento cuando fueron retomando su actividad y volviendo a sus estudios, realizaron varios tatuajes a hijos y nietos de víctimas fallecidas por Covid. Recordemos que durante la pandemia hubo más de 9.7 millones de casos en Argentina, de los cuales 130 mil personas perdieron la vida.



Las encuestas nos indican que casi el 90%, las motivaciones para realizar un tatuaje son símbolo de haber pasado por un cambio significativo en la vida o como reafirmación de valores personales como plantea la psicóloga Sheila Estévez. Es por eso que un entorno con tantas muertes genera un aumento de tatuajes conmemorativos por la pérdida de un ser querido. En lo que no coinciden con la autora, es que esta marca corporal sea signo de haber superado ese daño emocional vivido.

El 94% de los encuestados afirman que su diseño nada tiene que ver con el Covid, y en las entrevistas con tatuadores la mayoría indica que son muchas más las personas que se realizan otro tipo de tatuajes que tienen que ver más con moda o gustos estéticos, sin significados específicos y que algo como la pandemia y el covid no es algo que las personas quieran recordar.

¿El diseño elegido para tatuarte está relacionado de alguna manera con el Covid?



En tiempos líquidos, marcas permanentes

“Será muy divertido mostrarles los tatuajes a nuestros nietos. Generarán muchas historias, tanto alegres como tristes” expresó en comentarios uno de nuestros encuestados.

Si bien la expansión de los tatuajes comenzó mucho antes del nacimiento de los Millennials, con ellos surge una libertad que las generaciones anteriores no tuvieron, en donde los prejuicios empezaron a estar menos arraigados al igual que la mirada crítica hacia el tatuaje que, a medida que pasó el tiempo, fue incorporado por la sociedad y los argumentos en contra de los tatuajes se fueron difuminando. Según nuestra encuesta el 75% comparte la creencia de que las redes sociales fomentan el uso del tatuaje y lo hacen socialmente más aceptable. Sólo el 12% se tuvo que tapar ocasionalmente el tatuaje por alguna cuestión social. Mayormente creen que su uso está asociado a una necesidad de adquirir un rasgo único, diferente, que busca contarle algo al otro. Tatuarse para esta generación es una manera de reforzar su identidad, quizás no tanto para el mundo como para sí mismos.

Para una de las tatuadoras entrevistadas, Anna Tkachenko, del Estudio The Magic Door; “los tatuajes en los jóvenes están más relacionados a grupos de pertenencia y a modas de la época que posiblemente haga que se arrepientan en el futuro del diseño que eligieron”. Tal como sucede con algunas personas de generaciones anteriores que actualmente se están tapando o modificando tatuajes realizados en su juventud y hoy eligen diseños más relacionados a sus experiencias personales, las cosas que han visto y les han impactado, desde obras de arte hasta conceptos filosóficos.

Cabe destacar que como toda práctica que se prolonga en el tiempo, su técnica ha ido mejorando, al igual que la calidad y la tecnología de los insumos utilizados, persiguiendo la idea de mejorar los resultados, obtener mayor duración y apaciguar el dolor. Además de la

aparición del láser que permite, en algunos casos, borrar el tatuaje. Es por eso que quien hoy decide tatuarse sabe que cuenta con una opción de eliminarlo y que no es algo para toda la vida como se suponía tiempo atrás. Motivo por el cuál las personas tienen mucho más fácil la decisión de hacerlo y qué diseño elegir.

La autora Silvia Ons en su libro “El cuerpo pornográfico. Marcas y adicciones” plantea que “en tiempos donde nada parece perdurar y gobierna la demanda de reinventarse cada día dejando atrás antiguas marcas, en tiempos caracterizados como ávidos de novedades, el tatuaje apunta a algo no perecedero. Tanto aquellos sujetos fluctuantes en su vida amorosa, o los que por una razón o por otra parecen mutar a lo largo de la vida, como los que padecen en el mundo las consecuencias de un andar sin brújula, son los que más apelan al tatuaje para que algo se fije y no se borre. La cultura del tatuaje nos muestra la necesidad de anclaje de los sujetos que están más adaptados al mundo líquido”.

En una modernidad en la que los jóvenes de la generación Millennials tienden a no aferrarse a nada y buscan nuevas experiencias más allá de la posesión de cosas materiales, la falta de seguridad en el futuro, ha hecho que el pensamiento sea más encaminado a buscar vivir el momento, tomar decisiones más inmediatas a diferencia de los X que tienden a ser más reflexivos también se expande al uso del tatuaje.

Según los datos de los encuestados, los Millennials tienden más al uso de la tecnología para elegir sus diseños, es por eso que más de la mitad de las personas utilizaron la aplicación Pinterest (57%) como inspiración para elegir el diseño de su tatuaje a diferencia de los X que utilizan Google, experiencias personales o diseño propio del artista tatuador/a.

El tatuaje como representación de lucha

En contraposición con los otros tatuadores, el caso de Marcos De Fiore, tatuador de Reina Victoria Tattoo, es totalmente opuesto al del resto de los entrevistados. Impulsado por la muerte de su padre en manos del coronavirus, puso en marcha una campaña para realizar personalmente y de manera gratuita 500 tatuajes a familiares de víctimas del COVID.

En su local de Lomas de Zamora pensó un diseño que representara a su padre y a todos los fallecidos, lo plasmó en papel y luego se encargó de difundirlo. En septiembre de 2020, momento en que Raúl, el papá de Marcos falleció, las muertes por el virus se incrementaron de manera constante, las cifras de internados y fallecidos figuraban en todos los medios de comunicación, de manera diaria.

“Quise que la gente entienda que esos números eran vidas, con nombre y apellido, con familia. Busqué representar y que se sepa la lucha que dieron”, explicó.

El tatuaje fue pensado con la finalidad de acompañar a los familiares. Lo define como un “proceso de cierre”, una despedida de esas que muchos no pudieron hacer.

Realizó una fuerte campaña por redes sociales, incluso tuvo una entrevista con Veronica Lozano donde su proyecto logró mayor repercusión. La gente se lo agradeció mucho porque buscaban un tatuaje como símbolo de lucha.

El encuentro con los familiares lo emocionaba un poco. “He llegado a tatuar con lágrimas en los ojos”, recuerda.

Por su proyecto ad honorem y lo que significó ese momento tan particular, el municipio de Lanús le otorgó un diploma como reconocimiento a su labor, y desde entonces una sala del hospital Evita de dicha localidad lleva su logo.



“Hubo un cambio en la sociedad. Quizás lo entiendo así porque fui yo quien impulsó la campaña y tuve contacto con mucha más gente” expresó el artista.

En Marcos encontramos quien supo concentrar a los allegados de las víctimas del coronavirus y por eso su lectura del espíritu de época es diferente. Por este motivo entendemos que es fundamental su testimonio en esta investigación.

Conclusión

Desde el comienzo de la investigación teníamos como objetivo principal conocer cuál era el zeitgeist post confinamiento, es decir, conocer cuál era el espíritu de la época luego de pasar varios meses

encerrados con una multiplicidad de sentimientos. Las personas manifestaron sentir mucha incertidumbre, padecer ansiedad y angustia pero también hubo grandes reflexiones en la vida de cada uno.

Sin embargo, a la hora de elegir los diseños para sus tatuajes, la mayoría de las personas prefieren plasmar en su piel algo alegre, que les traiga buenos sentimientos y recuerdos, sentimientos mucho más positivos que los vividos en la pandemia.

En el encierro la autopercepción del cuerpo, al verse amenazado por un virus desconocido, cambió. Los ciudadanos reflexionaron acerca de lo efímera que es la vida y cuando volvieron a las calles y a la denominada “nueva normalidad” decidieron empezar a hacer cosas que antes no se animaban, a vivir más el momento y disfrutar de sus seres queridos de los que pasaron mucho tiempo separados. Los estudios de tatuaje recibieron muchos nuevos clientes con el deseo de su primer tatuaje.

Dependiendo de las generaciones se observaron cambios significativos en las decisiones estéticas e incluso también en las formas de ver el mundo y vincularse con uno mismo y con otros. Los diseños elegidos para tatuarse y los motivos varían entre dichas generaciones.

A raíz de esta investigación observamos que existe absoluta independencia entre el significado del tatuaje o lo que este quiere transmitir comunicacionalmente, y la manera de plasmarlo, es decir, a través de qué diseños. Hay técnicas más modernas y los diseños están muy orientados a la naturaleza (plantas, flores, árboles, animales). Recordemos que la edad promedio de nuestros encuestados es de 28 años, jóvenes Millennials muchos de ellos embanderados bajo el cuidado ambiental y animal, y ese espíritu sí se vió reflejado. Los tatuajes han tomado significados muy distintos y las tendencias se han modificado de manera paulatina a los cambios que los jóvenes fueron impulsando en las distintas décadas, es por eso que está muy de moda reinventar un tatuaje antiguo y darle nueva vida o resignificarlo en la actualidad.

En cuanto a nuestra hipótesis planteada de que las personas tatuadas en época de post confinamiento por COVID 19 eligieron frases o diseños influenciados o atravesados por sentimientos propios del espíritu de la época; es decir el encierro, el temor a la muerte o la resiliencia, podemos decir que en nuestra muestra estudiada eso no se cumplió. Los motivos para hacerse un tatuaje son muy diversos y están sujetos a muchas otras variables que no tienen que ver únicamente con el zeitgeist. Podemos afirmar que efectivamente hay casos de personas que plasmaron en su piel reflexiones de vida que vivieron durante la pandemia pero que no es un grupo significativo de personas.

Concluimos entonces que, en muchos casos, la decisión de tatuarse proviene de cambios significativos en la vida como por ejemplo la muerte de un familiar, por lo que en una época de tantas muertes, sí aumentaron esos tatuajes conmemorativos. Inclusive hubieron movimientos por parte de tatuadores que al verse muy atravesados por la situación, impulsaron un diseño para hacer de manera gratuita a familiares de víctimas.

La práctica del tatuaje no es una moda, ya está instalado socialmente, y es un procedimiento que constantemente se actualiza a las nuevas generaciones y las nuevas tendencias, como sucede en el rubro de indumentaria por ejemplo. Acompaña el estilo de cada uno la elección de los diseños y los mensajes que cada persona quiera comunicar. Los tatuajes son el fiel reflejo de los individuos, independientes, que viven en sociedad.

Referencias Bibliográficas

- ❖ Abrams, Philip (1982) *Historical Sociology*. Shepton Mallet: Open Books.
- ❖ Aldaz Luisina L, Fuentes Cuiñas A, Vailati P, Boris A. Arko. (2019) *Percepciones del tatuaje como expresión cultural en AMBA*. Centro Interamericano de Investigaciones Psicológicas y Ciencias Afines. Recuperado de <https://www.redalyc.org>
- ❖ Catz Hilda, (2019) *Tatuajes como marca simbolizante*, Buenos Aires. Mariscal.
- ❖ Chiesa, Luis (2020) *Tatuajes de estigma a seña de identidad*. Paper de estudio Casa de España. Recuperado de <https://losamigosdecervantes.files.wordpress.com>
- ❖ Estévez Vallejo, Sheila. Nota extraída de: <https://www.blacktatuajes.cl/hello-world/>
- ❖ García Antequera, Teresa (2021) *Modificación corporal y sociedad a través del tatuaje*. Trabajo Universidad de Sevilla Grado en Bellas Artes. Recuperado de [idUS -
Modificación corporal y sociedad a través del tatuaje](https://idUS-Modificación%20corporal%20y%20sociedad%20a%20través%20del%20tatuaje)
- ❖ Hernández Felisberto (1965) *Tierras de la memoria*
- ❖ Hernández Sampieri (2010) *Metodología de la investigación*
- ❖ Krutak, Lars, (2010) *Tatuaje Kalinga: Expresiones antiguas y modernas de lo tribal*
- ❖ Lema Guano, Angélica Estefanía (2017) *El tatuaje y la construcción identitaria en los jóvenes quiteños :¿Resistencia o moda?.* Universidad Politécnica Salesiana. Recuperado de <https://dspace.ups.edu.ec/>

- ❖ Mannheim, Karl (1928). *El problema de las generaciones*. Revista Española de Investigaciones Sociológicas, 62 (1993).
- ❖ Miranda, Ana (2016). *Transiciones juveniles, generaciones sociales y procesos de inclusión social en Argentina post-neoliberal*. Linhas Críticas, 22(47),130-149. Recuperado de <https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=193549427008>
- ❖ Ons, Silvia (2018) *El cuerpo pornográfico: Marcas y adicciones*. Argentina. Paidós
- ❖ Organización Mundial de la Salud (2022). *Coronavirus*. Recuperado de <https://www.who.int/>
- ❖ Reinfeld, Silvia (2004) *Tatuajes. Una mirada psicoanalítica*. Argentina. Paidós
- ❖ Riesman David (1950) *La muchedumbre solitaria*. Buenos Aires. Paidós
- ❖ Significados: <https://www.significados.com/zeitgeist/>
- ❖ UNICEF (2020) *El impacto del COVID-19 en la salud mental de adolescentes y jóvenes*. Disponible en: <https://www.unicef.org>

Anexos

- ★  Entrevista para tatuadores
- ★  Respuestas Encuesta
- ★ [Emociones tatuadas que comunican un espíritu de la época \(File responses\)](#)
SUBI FOTOS DE TUS TATUAJES (Fotos recibidas por encuestados)