



A tatuagem no Brasil: tendências, identidade e consumo de gerações a partir dos anos 60

UNIVERSIDADE FEDERAL DE JUIZ DE FORA

INSTITUTO DE ARTES E DESIGN

Ana Beatriz Caribé de Alencar Barroso

JUIZ DE FORA- MG

2025

UNIVERSIDADE FEDERAL DE JUIZ DE FORA

INSTITUTO DE ARTES E DESIGN

A tatuagem no Brasil: tendências, identidade e consumo de gerações a partir dos anos 60

Ana Beatriz Caribé de Alencar Barroso

Trabalho de Conclusão de Curso TCC, do curso de Bacharelado em Artes Visuais da Universidade Federal de Juiz de Fora, como requisito para a obtenção do grau de Bacharel.

Orientadora: Profa. Adriana Gomes de Oliveira

JUIZ DE FORA- MG

2025

Agradecimentos

Agradeço primeiramente à minha mãe, sem você e cada sacrifício não teria chegado aqui, por ter me apoiado desde o primeiro dia em cada carreira que ousei experimentar na vida, e sempre disse para seguir meus sonhos e meu coração, cada página é para você.

Agradeço a minha família que mesmo não entendendo até hoje que curso estou fazendo me apoia e ama incondicionalmente, em especial a minha prima e madrinha Alessandra que foi quem me deu de presente o curso de tatuagem que deu início a essa história.

Em especial, expresso minha profunda gratidão à professora Adriana Gomes de Oliveira, pela orientação, paciência, incentivo e disponibilidade ao longo de toda a construção deste TCC, suas recomendações literárias foram essenciais. Sua dedicação foi indispensável para que este trabalho se tornasse realidade.

Agradeço a todos os professores que fizeram parte do meu desenvolvimento acadêmico nessa instituição e mudaram minha forma de enxergar o mundo e a arte, em especial a Anelise, sua aula no primeiro semestre da universidade me marcou em diversas formas e cores.

Por fim, agradeço a todos que contribuíram para a realização deste trabalho. Aos amigos que me ajudaram e inspiraram, a cada recomendação de livro, artigo e pesquisa, cada conversa que tive com alguém sobre e me deu um insight e a cada uma das 133 pessoas que me apoiou respondendo ao forms, sem essas respostas a pesquisa não seria possível.

A cada um, o meu muito obrigado.

Resumo

O presente estudo tem como objetivo analisar e compreender os hábitos de consumo relacionados à tatuagem no Brasil, observando como diferentes gerações consomem, decidem e escolhem desenhos, bem como de que maneira surgem e se consolidam as *trends* nesse contexto. Busca-se estabelecer um paralelo entre as tendências da tatuagem e as da moda, considerando suas aproximações e diferenças enquanto manifestações estéticas e culturais. Para tanto, construiu-se uma base de dados a partir da aplicação de formulários com pessoas tatuadas de diversas regiões do Brasil e com tatuadores atuantes no mercado, a fim de compreender os processos que permeiam a decisão de se tatuar. Essa análise permite identificar não apenas os aspectos artísticos, mas também as dimensões sociais, culturais e econômicas que compõem o cenário da tatuagem contemporânea no país.

Palavras-chave: Tatuagem. Consumo cultural. Gerações. Moda cíclica. Tendências estéticas.

Abstract

The present study aims to analyze and understand consumption habits related to tattoos in Brazil, focusing on how different generations consume, decide, and choose designs, as well as how trends emerge and consolidate in the tattoo context. The research also establishes a parallel between tattoo trends and fashion trends, considering their similarities and differences as aesthetic and cultural manifestations. To achieve this, a database was developed through questionnaires applied to tattooed individuals from different regions of Brazil and to professional tattoo artists, in order to understand the processes behind the decision to get a tattoo. This analysis makes it possible to identify not only artistic aspects but also the social, cultural, and economic dimensions that shape the contemporary tattoo scenario in the country.

Keywords: Tattoo. Cultural consumption. Generations. Cyclical fashion. Aesthetic trends.

Lista de figuras

Figura 1: Antes e depois da tatuagem que minha mãe fez inspirada num desenho meu.....	11
Figura 2: Colagem de algumas das tatuagens que já realizei durante a minha carreira.....	13
Figura 3: Colagem de algumas das tatuagens que já realizei durante a minha carreira.....	15
Figura 4: Captura de tela do site Pinterest a partir da busca “tattoo girl cloud head”.....	16
Figura 5: Captura de tela do site Pinterest a partir da busca “tomie tattoo”.....	25
Figura 6: Captura de tela do site Pinterest a partir da busca “tauagens de estrela”.....	25
Figura 7: Captura de tela do site Pinterest a partir da busca “tattoo leão”.....	26
Figura 8: Captura de tela do site Pinterest a partir da busca “tattoo tramp stamp”.....	26
Figura 9: Captura de tela do site Pinterest a partir da busca “tattoo cyber tribal”.....	27
Figura 10: Captura de tela do site Pinterest a partir da busca “tatuagem de fé”.....	28
Figura 11: Captura de tela do site Pinterest a partir da busca “tattoo femininas borboleta”...	28
Figura 12: Desenho autoral de uma borboleta estilizada.....	29
Figura 13: Moodboard de tatuagens da Geração Z.....	39
Figura 14: Moodboard de tatuagens da Geração Y.....	42
Figura 15: Moodboard de tatuagens da Geração X.....	44
Figura 16: Moodboard de tatuagens da Geração Baby Boomers	46

Sumário

Agradecimentos.....	3
Resumo.....	4
Abstract.....	5
Lista de figuras.....	6
Sumário.....	7
Introdução.....	8
Metodologia aplicada.....	10
1. Trajetória pessoal e prática artística na tatuagem.....	11
2. Tatuagem na História e na Cultura.....	18
3. Tendências e Imagens Repetidas: a estética da viralização.....	22
4. Análise de Dados: O que dizem tatuadores e tatuados.....	31
5. Geração internet/ mudança no consumo e economia.....	38
Considerações finais.....	49
Referências bibliográficas.....	51

Introdução

A tatuagem, ao longo da história, foi marginalizada em diversas culturas e, por esse motivo, permanece como um campo ainda pouco explorado no âmbito acadêmico. A escassez de produções teóricas dedicadas ao tema contribui para sua defasagem e para o abandono da tatuagem como objeto legítimo de investigação científica e artística. Enquanto áreas como moda, publicidade e design concentram vasto repertório de estudos sobre consumo, comportamento e tendências, a tatuagem segue, em grande medida, à margem dessas análises sistematizadas.

Minha relação com a tatuagem iniciou-se ainda na adolescência: realizei minha primeira tatuagem aos 15 anos, momento em que passei a integrar o grupo social de pessoas tatuadas. Em 2018, aos 17 anos, logo após a conclusão do ensino médio, iniciei minha trajetória profissional como tatuadora. Atualmente, em 2025, com 24 anos e pertencente à Geração Z, possuo mais de 30 tatuagens distribuídas pelo corpo. Essa vivência pessoal e profissional possibilita que esta pesquisa seja atravessada por um olhar singular, que articula a prática cotidiana de estúdio com uma análise crítica das transformações socioculturais relacionadas à tatuagem em diferentes contextos geracionais.

Para mim, a tatuagem sempre funcionou como uma forma de registro da experiência vivida. Ainda que nem toda tatuagem carregue um significado narrativo explícito, todas envolvem intenção, escolha e desejo. Ao longo dos anos, tatuando dezenas de pessoas, foi possível observar tanto narrativas subjetivas e afetivas quanto padrões recorrentes de imagens, símbolos e estilos. Essas repetições despertaram o interesse em compreender os fatores sociológicos, psicológicos e culturais que orientam tais escolhas.

Ao iniciar uma investigação mais aprofundada sobre o ofício da tatuagem, tornou-se evidente a carência de materiais formais e sistematizados, bem como a presença de práticas técnicas divergentes entre profissionais, consequência direta dessa lacuna teórica. Minha formação inicial ocorreu em Volta Redonda (RJ), por meio de um curso presencial com duração aproximada de cinco meses, no qual foram abordados fundamentos como biossegurança, técnicas de traço e pintura, processos de cicatrização e práticas essenciais do estúdio. Essa experiência reforçou o interesse em investigar as bases históricas, culturais e técnicas que sustentam a tatuagem enquanto campo artístico e profissional.

O primeiro capítulo desta pesquisa dedica-se à história da tatuagem, abordando o surgimento do termo, seus usos em diferentes civilizações, os contextos de estigmatização e os fatores históricos e culturais que sustentam preconceitos ainda presentes. No segundo capítulo, a tatuagem é analisada a partir de sua relação com a moda, o consumo e as tendências, estabelecendo paralelos com campos que já dispõem de observatórios, institutos e metodologias consolidadas para o estudo de ciclos estéticos. Como aponta Lipovetsky (2009), a moda moderna opera sob a lógica da novidade constante e da rápida obsolescência, enquanto Bourdieu (2007) compreende as escolhas estéticas como marcadores sociais de distinção, perspectiva que contribui para a compreensão da tatuagem como prática cultural situada historicamente.

O terceiro capítulo apresenta a pesquisa de campo realizada com tatuadores e pessoas tatuadas, buscando compreender hábitos de consumo, significados atribuídos às tatuagens e padrões estéticos recorrentes. Apesar de movimentar uma indústria global de grande impacto econômico e de atuar como marcador identitário, a tatuagem ainda não conta com análises sistemáticas produzidas por institutos especializados em tendências, como ocorre no campo da moda, evidenciando uma lacuna acadêmica e mercadológica (Oliveira; Ayrosa, 2016).

O quarto capítulo investiga as relações entre tatuagem e gerações, considerando experiências históricas, contextos políticos e realidades socioeconômicas distintas. São analisados os repertórios estéticos associados aos Baby Boomers, à Geração X, aos Millennials, à Geração Z e à Geração Alpha, buscando compreender como cada grupo se relaciona de maneira específica com o corpo, o consumo e a imagem. Minha experiência profissional tatuando em diferentes regiões do Brasil, Volta Redonda (RJ) e Juiz de Fora (MG), aliada à minha formação e origem em Fortaleza (CE) possibilitou observar contrastes geográficos, repetições simbólicas e transformações sociais que contribuíram para a formulação desta pesquisa.

Este trabalho objetivou estudar a história da tatuagem e seus desdobramentos geracionais, articulando a construção de um banco de dados capaz de mapear hábitos, opiniões, diferenças e percepções sobre o mercado da tatuagem no Brasil. Diante da escassez de obras acadêmicas sobre o tema, busca-se integrar campos como moda, economia, cultura, arte, psicologia e estudos sobre modificação corporal, ampliando a compreensão da tatuagem como fenômeno estético, econômico, social e cultural.

Metodologia aplicada

Esta pesquisa adotou uma abordagem qualitativo-quantitativa, de natureza exploratória e descritiva, com o objetivo de compreender as motivações e percepções de diferentes gerações, correlacionando o consumo de tatuagens e as *trends* no contexto contemporâneo.

Para alcançar esse objetivo, foram utilizados dois procedimentos metodológicos principais:

2.1. Pesquisa bibliográfica, fundamentada em livros, artigos científicos e estudos acadêmicos sobre tatuagem, consumo, economia, moda e identidade;

2.2. Pesquisa de campo, realizada por meio de questionários estruturados online, elaborados com o auxílio da plataforma Google Forms, além de entrevistas presenciais com tatuadores.

Os formulários permaneceram disponíveis por aproximadamente 10 meses entre 2022 e 2023, recebendo um total de 121 respostas válidas, coletadas de forma não probabilística, por conveniência. Foram aplicados dois instrumentos distintos, diferenciando o público: um direcionado a tatuadores e outro à população tatuada. Essa divisão possibilitou a formulação de questões específicas a cada grupo e o cruzamento dos resultados. O questionário contou com perguntas fechadas, de múltipla escolha, e abertas, que permitiram respostas discursivas, viabilizando a obtenção de dados tanto estatísticos quanto interpretativos.

A análise quantitativa foi conduzida por meio da tabulação das respostas fechadas, enquanto as respostas abertas foram tratadas segundo a técnica de análise de conteúdo proposta por Bardin (2011). Essa combinação metodológica possibilitou uma visão mais ampla e aprofundada sobre as diferenças geracionais no consumo de tatuagens, os significados atribuídos à prática e os fatores socioculturais e econômicos envolvidos.

Além disso, ainda no ano de 2022, durante a elaboração inicial do projeto, foram realizadas entrevistas exploratórias e conversas informais com tatuadores e pessoas tatuadas. Essas interações preliminares tiveram caráter qualitativo e auxiliaram na construção do questionário final, uma vez que permitiram identificar as questões mais relevantes a serem abordadas nos formulários online e nas entrevistas presenciais gravadas.

1. Trajetória pessoal e prática artística na tatuagem

Minha primeira conexão com a tatuagem surgiu dentro de casa, a partir da minha mãe. Ela não é uma pessoa extensivamente tatuada, possui cerca de sete tatuagens, de pequeno a médio porte, mas sempre se relacionou com a tatuagem de maneira afetiva e simbólica. Uma de suas tatuagens é, inclusive, um desenho que fiz ainda na infância, e que anos depois tive o privilégio de refazer profissionalmente. Esse gesto, para mim, sintetiza muito do que a tatuagem representa: memória, vínculo e permanência. Como aponta Le Breton (2011), o corpo pode ser compreendido como um suporte de inscrições simbólicas, no qual experiências e afetos se tornam visíveis.

Figura 1: Antes e depois da tatuagem que minha mãe fez inspirada num desenho meu de infância e eu retoquei.



Fonte: Elaborado pela autora (2025).

Minha primeira tatuagem aconteceu aos quinze anos, ao lado da minha mãe. Fizemos o mesmo desenho: um sol em aquarela na costela. A ideia inicial era que alguém fizesse a lua, mas como ninguém se dispôs, acabamos optando por tatuagens iguais. Hoje consigo olhar para esse trabalho com senso crítico e ficou ruim, mas ele carrega um valor simbólico enorme, pois marcou o início de uma relação profunda com a tatuagem. A partir dessa experiência, nunca mais parei de me tatuar.

Aos dezesseis anos fiz flores; aos dezessete, uma frase; e, ao completar dezoito anos, fiz cinco tatuagens no dia do meu aniversário e mais duas no mesmo mês. Esse período foi intenso e revelador: o corpo passou a ser, para mim, espaço de experimentação, registro e construção de identidade. Hoje possuo mais de 30 tatuagens e as costas fechadas. Ao longo da adolescência, meu corpo passou a funcionar como um espaço de experimentação estética e subjetiva, onde cada tatuagem marcava uma fase específica da minha vida. Nesse sentido, a tatuagem atua como um dispositivo de construção identitária, pois, conforme Le Breton (2011), o corpo é simultaneamente lugar de expressão individual e produto das relações sociais.

Foi também aos dezessete anos que comecei a tatuar profissionalmente. Cerca de três meses antes de completar dezoito anos, iniciei um curso presencial de tatuagem, com duração aproximada de seis meses. Nesse curso tive contato com os fundamentos da profissão: biossegurança, desenho, decalque, limpeza do estúdio, organização de materiais, orçamento e atendimento ao cliente. Recebi uma apostila de apoio teórico que estudei diversas vezes em casa, entendendo que, apesar da prática ser central, o conhecimento técnico e ético era indispensável. Ainda durante o curso, tatuei cerca de dez pessoas que se disponibilizaram como modelos, experiência que foi fundamental para compreender a responsabilidade de trabalhar diretamente sobre o corpo do outro.

Ao concluir essa formação inicial, comecei a atender amigos e conhecidos. Meu primeiro ano como tatuadora foi marcado por muito trabalho, estudo e dedicação. Além do aprendizado prático, busquei conhecimento de forma autodidata, especialmente por meio de vídeos e conteúdos online, que se tornaram ferramentas importantes na construção do meu repertório técnico.

Em julho de 2019, ingressei na Universidade Federal de Juiz de Fora (UFJF) e me mudei para Juiz de Fora – MG. A partir desse momento, passei a dividir minha atuação profissional entre duas cidades: Volta Redonda – RJ, onde montei um estúdio em casa, com todos os cuidados necessários, e Juiz de Fora, onde comecei a tatuar como *guest* em estúdios da região. O trabalho como *guest*: quando o tatuador atua como convidado em um estúdio que não é seu, me permitiu circular por diferentes espaços, conhecer outros artistas e compreender distintas formas de organização do trabalho.

Figura 2: Colagem de algumas das tatuagens que já realizei durante a minha carreira.



Fonte: Elaborado pela autora (2025).

Entre 2019 e 2025, atuei como *guest* em aproximadamente cinco estúdios, além de ter participado, por um período inferior a um ano, de um estúdio colaborativo. Trabalhar nesses diferentes formatos me ajudou a entender as vantagens e limitações de cada modelo, bem como os hábitos, técnicas e visões de mundo de artistas muito distintos entre si. Hoje, optei por trabalhar majoritariamente como *guest* essa escolha que dialoga com o momento atual da minha vida, no qual a tatuagem convive com a trajetória acadêmica e com outras práticas artísticas.

Por ter atuado profissionalmente em duas cidades de estados distintos e ter nascido e vivido no Ceará, ampliei minha percepção sobre as similaridades e diferenças que compõem a diversidade cultural brasileira. Ao longo da vida, conheci mais de 25 cidades em 15 estados do país, o que contribuiu para um olhar menos regionalizado sobre a prática da tatuagem. Além disso, a aplicação do formulário em formato online possibilitou alcançar respondentes de diferentes regiões, reunindo contribuições que vão do Piauí ao Amazonas. Esse alcance foi fundamental para romper a limitação geográfica de Juiz de Fora, onde atualmente resido, permitindo a construção de um panorama mais plural e representativo.

Figura 3: Colagem de algumas das tatuagens que já realizei durante a minha carreira.

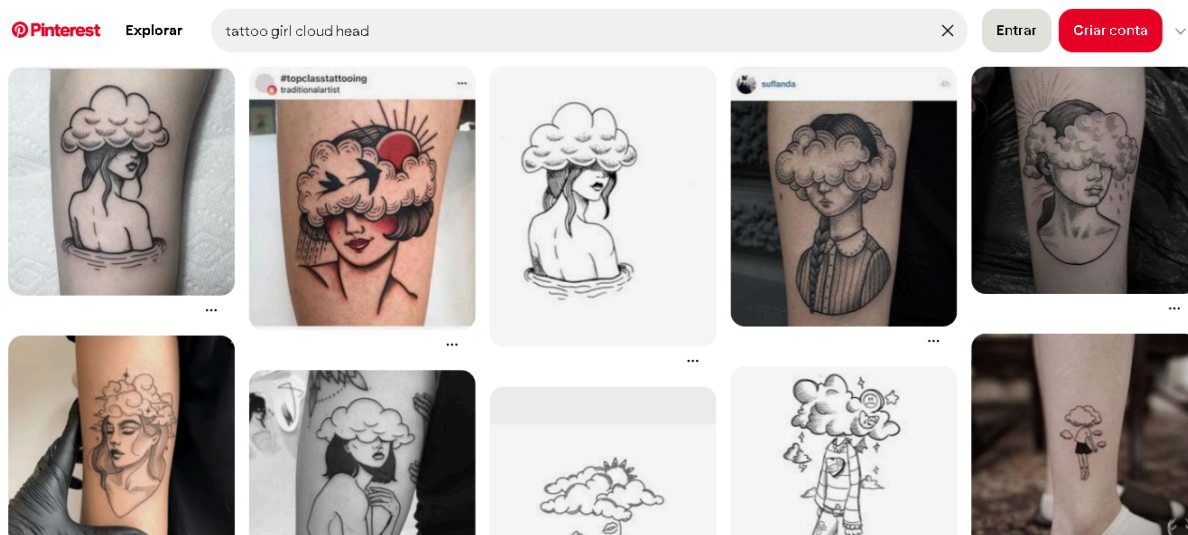


Fonte: Elaborado pela autora (2025).

Ao longo desses seis anos, realizei cursos, workshops, especializações e mentorias, tanto presenciais quanto online, sempre buscando aprimorar minha técnica e expandir meu repertório visual. Paralelamente a esse percurso profissional, fui percebendo, de forma quase intuitiva, a repetição constante de determinadas imagens. Lembro-me claramente de uma tatuagem específica, a figura de uma garota com a cabeça nas nuvens, que vi repetidas vezes

nas ruas, mais de dez vezes em aproximadamente um ano. Essa repetição me marcou profundamente e aconteceu antes mesmo da definição do tema deste trabalho. Foi a partir desse incômodo que comecei a observar a tatuagem com outro olhar, relacionando essas repetições aos ciclos da moda, ao comportamento de consumo e à psicologia social, relações que serão aprofundadas ao longo desta pesquisa.

Figura 4 – Captura de tela do site Pinterest a partir da busca pelo termo “tattoo girl cloud head”, evidenciando a recorrência e a similaridade de designs de tatuagens.



Fonte: Captura de tela realizada no site Pinterest, 2025. Disponível em:

<https://br.pinterest.com/search/pins/?q=tattoo%20girl%20cloud%20head>. Acesso em: 17 ago. 2025.

Tal fenômeno pode ser relacionado ao funcionamento das tendências e à lógica da reprodução em massa, características da cultura contemporânea. Segundo Lipovetsky (2009), a moda opera por ciclos rápidos de adesão e saturação, nos quais o desejo pelo novo convive com a repetição excessiva de signos visuais.

Meu estilo artístico sempre esteve muito ligado a elementos como estrelas, olhos e corações. Existe nele algo que transita entre o *old school* e o cartunesco, linguagem que me acompanha desde a infância e que aparece não apenas nas tatuagens, mas também em desenhos e pinturas fora da prática da tattoo. Trabalho tanto com criações autorais quanto com

flash tattoos, entendendo que ambos os formatos podem coexistir. Em relação às tendências, procuro dialogar com elas sem me submeter totalmente: em alguns casos, incorporo elementos em alta, mas sempre buscando reinterpretá-los e imprimir minha personalidade.

Essa relação entre autoria e mercado gera conflitos constantes. Recebo frequentemente pedidos baseados em imagens prontas, e faço questão de explicar aos clientes por que não é possível reproduzi-las de forma idêntica. Tento, sempre que possível, transformar essas referências em algo único, que faça sentido para a pessoa e que também respeite minha identidade artística. Considero-me uma tatuadora mais autoral do que adaptativa, e já recusei trabalhos por não concordar estética ou eticamente com a proposta, ou por entender que não conseguiria entregar a qualidade que prezo.

Minhas próprias tatuagens contam muito da minha história. Muitas delas registram fases da minha vida, afetos e experiências. Mesmo aquelas que parecem não ter sentido aparente, como o patinho tatuado na perna, carregam memórias e significados pessoais. Para mim, a tatuagem funciona como um arquivo vivo: o corpo guarda o tempo, as escolhas e os afetos que atravessaram minha trajetória.

Também percebo diferenças claras ao tatuar gerações distintas. A forma como escolhem a tatuagem, como orçam, agendam e se relacionam com o processo muda significativamente. Essas diferenças reforçam a ideia de que a tatuagem não é apenas uma prática estética, mas um fenômeno cultural atravessado por contextos históricos, midiáticos e geracionais, o que justifica seu estudo dentro do campo das artes visuais.

2. Tatuagem na História e na Cultura

O registro mais antigo conhecido de tatuagens no corpo humano é o de Ötzi, a múmia encontrada nos Alpes Ötztal, entre a Áustria e a Itália, datada de aproximadamente 3.300 a.C. Descoberto em 1991, Ötzi apresenta cerca de 61 marcas corporais compostas por linhas e pontos simples, distribuídas principalmente nas articulações e na região lombar. Segundo o *Smithsonian National Museum of Natural History*, Ötzi tem sido objeto de estudos contínuos por mais de duas décadas, sendo considerado uma das mais importantes descobertas arqueológicas relacionadas às práticas corporais pré-históricas (*Ancient Ink: Iceman Ötzi Has the World's Oldest Tattoos*, s.d.). Pesquisas sugerem que muitas dessas marcas coincidem com pontos similares aos utilizados na acupuntura, o que indica uma possível função terapêutica ou medicinal, embora algumas interpretações também considerem dimensões ritualísticas ou simbólicas. Independentemente da hipótese adotada, este achado demonstra que a prática de marcar a pele antecede em milênios a modernidade e revela uma relação profunda entre corpo, tecnologia e cultura no passado humano.

Entre aproximadamente 2.000 a.C. e 1.000 a.C., no Egito Antigo, a tatuagem tornou-se especialmente presente no corpo feminino. Evidências arqueológicas indicam que mulheres eram tatuadas com símbolos associados à fertilidade, à proteção espiritual e à gestação, havendo registros de marcas corporais aplicadas durante a gravidez como forma de resguardar a mãe e o feto. Nesse contexto, a tatuagem assumia funções religiosas, mágicas e culturais, vinculadas à espiritualidade e à saúde.

Na Grécia Antiga, por outro lado, a tatuagem era socialmente mal vista, uma vez que seu uso estava majoritariamente associado à marcação de escravos, criminosos e prisioneiros de guerra. Essa prática, conhecida como *stigma*, atribuía ao corpo uma marca permanente de punição e submissão, contribuindo para a associação histórica entre tatuagem e marginalização social. Conforme aponta Le Breton (2011), as marcas corporais, em diferentes contextos históricos, funcionam como dispositivos de controle social, inscrevendo no corpo hierarquias, punições e pertencimentos. Esse entendimento começa a se modificar quando guerreiros e soldados passam a se tatuar voluntariamente, atribuindo à marca corporal valores simbólicos ligados à coragem, à honra e ao pertencimento coletivo.

A partir do século IV d.C., com a consolidação do cristianismo no Império Romano e, posteriormente, durante o período das Cruzadas, observa-se um deslocamento parcial do significado da tatuagem. Em alguns grupos específicos, como peregrinos e combatentes cristãos, a inscrição de símbolos religiosos, especialmente a cruz, passou a funcionar como marcador de fé e identidade religiosa. Em determinados contextos, essas marcas também eram compreendidas como garantias simbólicas de reconhecimento cristão em caso de morte. Nesse sentido, a tatuagem deixa de operar exclusivamente como instrumento de punição e passa a assumir uma função identitária e memorial, inscrevendo no corpo valores, crenças e trajetórias individuais. Como destaca Le Breton (2011), o corpo torna-se um “suporte de sentido”, no qual o sujeito registra sua história, suas escolhas e sua relação com o mundo.

Com o passar do tempo, a tatuagem passa também a desempenhar a função de registro de feitos pessoais, conquistas e marcos biográficos, frequentemente associada à virilidade, à memória e à trajetória individual. Essa lógica permanece presente na contemporaneidade, quando indivíduos utilizam a tatuagem para simbolizar eventos significativos da vida, como a aquisição da primeira casa, a cidade de origem ou experiências que se deseja eternizar na pele.

Em diferentes contextos históricos, a tatuagem também foi utilizada como instrumento de punição penal, servindo para identificar criminosos e impedir sua reinserção social. Com o tempo, esses grupos passaram a ressignificar tais marcas, criando novos desenhos, sobrepondo tatuagens antigas e reconstruindo suas narrativas corporais. Desde suas origens, observa-se que uma das principais funções da tatuagem é ritualística: ritos de passagem para a vida adulta, marcações de estado civil, celebração de feitos em batalhas, processos de cura ou práticas religiosas e culturais. Em algumas sociedades, tatuagens faciais femininas, por exemplo, eram utilizadas como forma de proteção contra violência externa ou como marcador identitário do grupo.

A palavra *tattoo* tem origem no termo taitiano *tatau*, que significa “fazer um desenho na pele”. A denominação remete tanto ao ato de marcar o corpo quanto ao som produzido durante o processo tradicional de tatuagem, realizado com instrumentos pontiagudos e pequenos martelos. O termo foi incorporado ao vocabulário ocidental a partir do contato europeu com povos da Polinésia, especialmente a partir do século XVIII.

A partir do século XIX, especialmente com o avanço das navegações e do contato intercultural promovido por marinheiros, a tatuagem começa a adquirir novos significados e a se difundir globalmente. Esse processo está diretamente relacionado à intensificação da circulação de pessoas, culturas e símbolos, antecipando dinâmicas que mais tarde seriam compreendidas como parte do fenômeno da globalização.

No século XX, durante a Primeira Guerra Mundial, a tatuagem passa a se difundir de forma mais ampla na cultura ocidental. Soldados passaram a tatuar nomes de pessoas amadas, símbolos religiosos e imagens de proteção ou memória afetiva, levando essas marcas consigo para o campo de batalha. Esse movimento contribuiu para a consolidação da tatuagem como prática comum no Ocidente, deslocando-a progressivamente de um estigma social para um adorno corporal carregado de valor simbólico e emocional.

Ao longo do século XX, o aperfeiçoamento das técnicas, o surgimento de novas ferramentas e a profissionalização da prática contribuíram para a popularização da tatuagem, que passou a ser adotada por diferentes grupos sociais, incluindo figuras públicas e celebridades, ampliando sua visibilidade midiática.

No Brasil, a tatuagem pode ser compreendida a partir de três matrizes principais. A primeira é a indígena, presente muito antes da colonização, com funções culturais, religiosas e terapêuticas. A segunda refere-se às marcações impostas a populações escravizadas durante o período colonial, utilizadas como instrumento de controle e desumanização. A terceira corresponde à tatuagem moderna, introduzida no país em 1959 pelo tatuador dinamarquês Knud Gregersen, conhecido como Lucky Tattoo, que chegou ao porto de Santos trazendo a primeira máquina elétrica de tatuagem para o Brasil. Durante décadas, Lucky foi uma referência central na profissionalização da tatuagem no país, tatuando principalmente marinheiros e prostitutas, até que a prática se expandiu e se popularizou entre outros grupos sociais.

Atualmente, a tatuagem constitui uma profissão consolidada e um mercado de grande impacto econômico. Segundo a Fortune Business Insights (2025), o mercado global de tatuagem foi avaliado em aproximadamente USD 2,22 bilhões em 2024, com projeção de crescimento para USD 2,43 bilhões em 2025. Nos próximos capítulos, serão analisadas as

especificidades desse mercado e suas manifestações em diferentes contextos sociais, culturais e econômicos.

Ao longo da história, o corpo ultrapassou a noção de mera entidade biológica para firmar-se como um suporte simbólico e artístico. Ele funciona como uma superfície ativa, capaz de registrar narrativas, afetos e pertencimentos culturais. No contexto da tatuagem, essa característica se intensifica: o corpo transforma-se de receptáculo passivo em campo de criação e comunicação visual. Autores como Le Breton (2011) veem o corpo como um vetor de sentido fundamental na construção e manifestação social da identidade. Featherstone (2000) complementa essa visão, notando que, nas sociedades contemporâneas e sob o prisma do consumo simbólico, o corpo é cada vez mais concebido como um projeto estético.

Adicionalmente, a perspectiva de Didi-Huberman (2013), que trata a imagem como portadora de memória e sobrevivência, permite entender a tatuagem como uma "imagem encarnada". Ela resiste ao tempo, carregando consigo profundas camadas de sentido histórico e afetivo. Assim, a tatuagem consolida o corpo como um suporte artístico e um campo de disputa simbólica, onde estética, memória e identidade se entrelaçam de maneira indissociável.

3. Tendências e Imagens Repetidas: a estética da viralização

Ao refletirmos sobre a repetição imagética na tatuagem, é inevitável recordar desenhos que se tornaram extremamente comuns e, em alguns casos, até saturados. Exemplos como leões realistas, borboletas, símbolos do infinito, corações, estrelas no ombro, tribais ou palavras como “fé”, “resiliência” e “maktub” circulam amplamente, a ponto de se tornarem onipresentes nas últimas décadas. A cada geração, símbolos recorrentes são atualizados: as estrelas e tribais populares entre a Geração X, as tramp stamps e desenhos minimalistas entre os Millennials, e o ressurgimento do *cyber tribal* entre os Gen Z. Nesse processo, observa-se como a viralização impulsionada pela internet molda tanto a criação quanto a repetição estética. A moda opera em ciclos de surgimento, popularização e declínio que se repetem ao longo do tempo (Davis, 1992, p. 51).

A dinâmica contemporânea é atravessada por um fluxo incessante de imagens digitais. Se antes o acesso a referências se restringia aos álbuns de “*flashes*” nos estúdios de tatuagem, hoje plataformas como Pinterest e Instagram saturam o olhar com milhares de versões semelhantes de um mesmo desenho. Essa superexposição, longe de ser apenas um fenômeno de cópia, revela a forma como o digital reorganizou a circulação de símbolos. Como aponta Lipovetsky (2009), a lógica da moda se sustenta no ciclo da novidade e da obsolescência rápida; Davis (1992) reforça que essa circularidade é intrínseca às expressões culturais. No caso da tatuagem, os desenhos se popularizam, saturam-se em pouco tempo e retornam sob novas roupagens, espelhando esse mesmo mecanismo cíclico semelhante à moda.

Para Bourdieu (2007), escolhas estéticas não são neutras: funcionam como marcadores sociais de distinção e pertencimento. No universo da tatuagem, essa lógica é ampliada pela mediação digital, que define o que será visível, replicado e valorizado. A crítica, nesse sentido, não recai sobre quem copia, mas sobre um sistema cultural que privilegia imagens replicáveis e engajáveis. Oliveira e Ayrosa (2016) mostram que o consumo curatorial, processo em que indivíduos escolhem símbolos que comunicam pertencimento, reforça essa dinâmica identitária, evidenciando como as tatuagens se inserem em uma rede de significados coletivos.

Se a moda é tradicionalmente cíclica, repetindo-se em intervalos de aproximadamente vinte anos, a cultura digital acelerou esse processo. Estilos que outrora levavam décadas para

retornar, como os tribais ou as tramp stamps dos anos 2000, hoje ressurgem rapidamente como *cyber tribal* ou como referência nostálgica reinterpretada pela Geração Z. Striphas (2015) descreve esse fenômeno como uma “cultura algorítmica”, na qual algoritmos determinam o que se torna visível e, conseqüentemente, repetido. Isso explica a velocidade com que certos modelos são replicados em escala global, a exemplo de flores minimalistas, realismos coloridos ou tatuagens fineline, que se tornam virais em poucos meses. “O colecionador de tatuagens cria narrativas identitárias através de imagens corporais” (Oliveira; Ayrosa, 2016, p. 117).

A teoria da difusão das inovações de Rogers (1962; 1983) auxilia na compreensão desse processo. Para o autor, a adoção de tendências segue uma curva segmentada entre inovadores, adotantes iniciais, maioria inicial, maioria tardia e retardatários. No entanto, no contexto digital, essa curva sofre aceleração: a transição entre inovação e saturação tornou-se extremamente breve, e estilos podem esgotar-se em questão de meses. O tribal, por exemplo, percorreu em três décadas o caminho da ascensão, saturação e retorno. Atualmente, com a intermediação digital, esse ciclo se repete de maneira ainda mais rápida e intensa.

A análise empírica desta pesquisa reforça tais observações. A partir das mais de cem respostas coletadas entre tatuados e tatuadores, verificou-se que os mais jovens se tatuam com maior frequência e com forte influência de referências digitais, enquanto as gerações mais velhas carregam tatuagens associadas ao estigma e a estilos consolidados em épocas anteriores. Vemos frequentemente pessoas mais velhas trazerem referências “antigas” e fora de moda, diferente dos jovens. Os tatuadores, por sua vez, relatam tanto a pressão para reproduzir imagens virais quanto o esforço em reinterpretá-las de forma autoral, adaptando-as ao corpo e à narrativa individual de cada cliente. Essa tensão entre repetição e singularidade configura um dos aspectos centrais do mercado contemporâneo da tatuagem.

Quanto à Geração Alpha, formada a partir de 2013, ainda não existem dados consolidados sobre sua relação com a tatuagem, uma vez que seus integrantes são muito jovens. Contudo, é possível projetar algumas tendências a partir do cenário contemporâneo. A Alpha cresce em um ambiente de hipereposição às telas, no qual a mediação algorítmica se apresenta de forma ainda mais intensa do que a vivenciada pela Geração Z. Seu consumo estético tende a ser moldado por plataformas visuais desde a infância, o que sugere que, ao atingirem a vida adulta, esses sujeitos poderão vivenciar uma massificação ainda mais

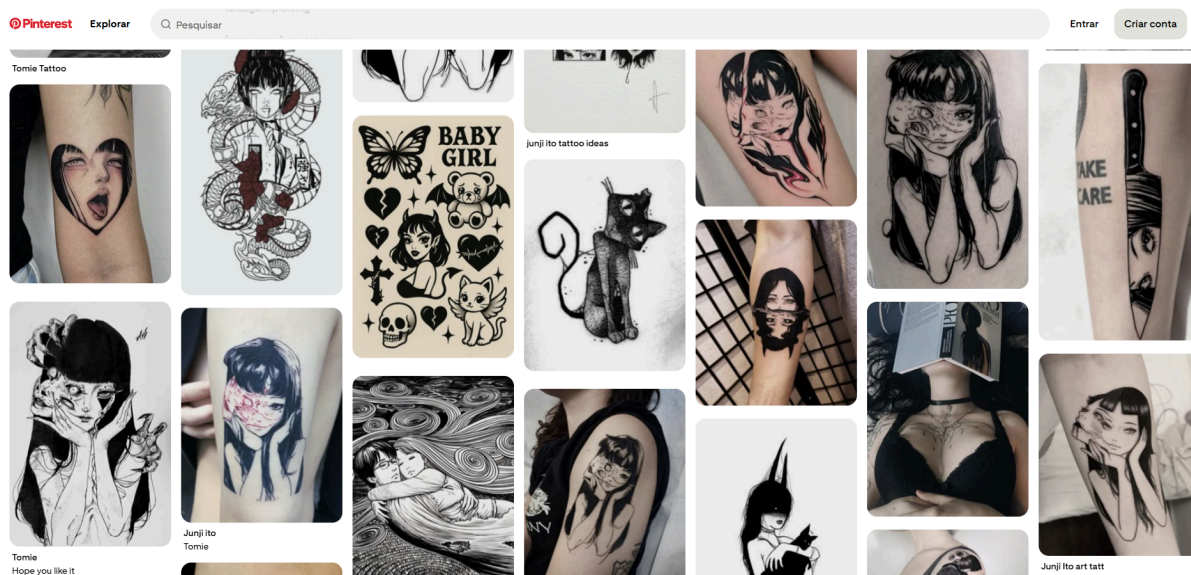
acelerada de determinados estilos, impulsionada por processos contínuos de viralização. Para essa geração, a estética da tatuagem provavelmente será atravessada de maneira ainda mais profunda pela lógica algorítmica e pela compressão dos ciclos da moda, configurando-se como um campo simultâneo de repetição massiva e de disputas cada vez mais intensas por singularidade e autenticidade.

O percurso das gerações diante da tatuagem, portanto, compõe uma narrativa cultural marcada por diferentes estágios: da raridade simbólica entre os Baby Boomers, passando pela rebeldia subcultural da Geração X, pela consolidação *mainstream* entre os Millennials, até a viralização algorítmica característica da Geração Z e a incerteza que ainda paira sobre a Geração Alpha. Se, entre os Boomers, a tatuagem era exceção e, na Geração X, representava contestação, na Geração Y consolidou-se como linguagem estética de massa e, na Geração Z, inscreveu-se plenamente no interior da cultura digital e da lógica da viralização. Cada geração, assim, não apenas conviveu com a tatuagem em contextos distintos, mas também construiu relações próprias entre corpo, estética e sociedade, refletidas diretamente nos símbolos, estilos e motivações associados a cada período.

Nesse sentido, a tatuagem não pode ser compreendida apenas como uma marca na pele, mas como um testemunho vivo das formas pelas quais cultura, tecnologia e consumo se articulam ao longo do tempo. Tal dinâmica revela tanto a recorrência de tendências quanto a busca incessante por autenticidade em um mundo saturado de imagens. Davis (1992), em *The Logic of Fashion Cycles*, já discutia a moda como uma expressão cultural atravessada por dinâmicas cíclicas de surgimento, popularização e declínio. Essa perspectiva pode ser diretamente aplicada ao universo da tatuagem, compreendida como uma prática estética que, assim como a moda, é marcada por tendências que se saturam e retornam sob novas interpretações.

A seguir, serão apresentados exemplos de tatuagens que se disseminaram globalmente em inúmeras cópias a ponto de sua autoria original ser perdida, bem como casos de *trends* que deram origem a diferentes variações, mantendo, contudo, a ideia central do design.

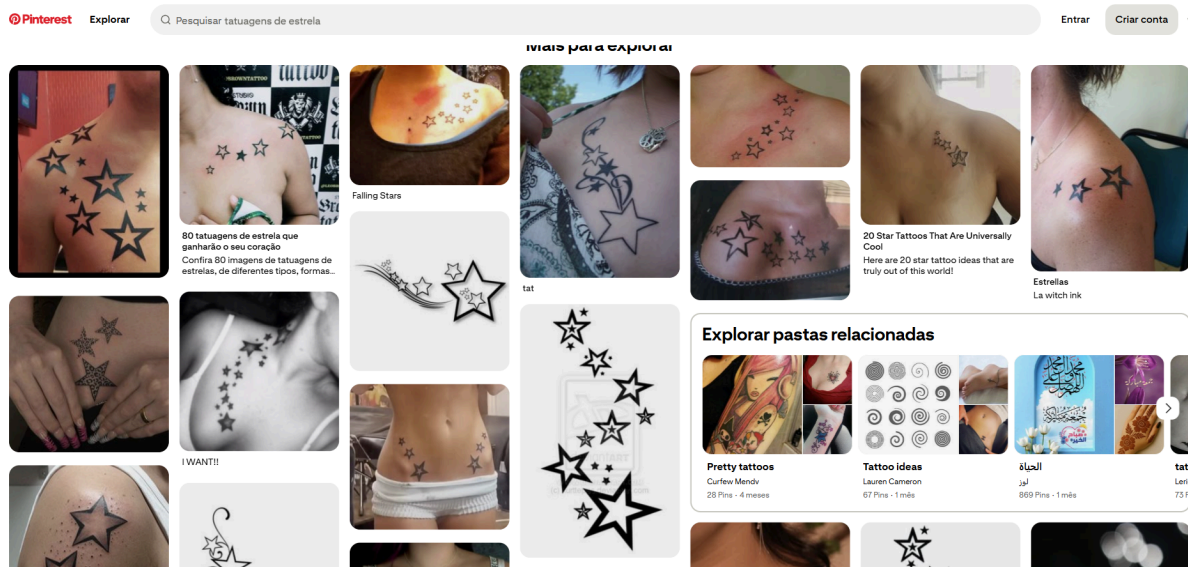
Figura 5 – Captura de tela do site Pinterest a partir da busca pelo termo “tomie tattoo”, evidenciando a recorrência e a similaridade de designs de tatuagens.



Fonte: Captura de tela realizada no site Pinterest, 2025. Disponível em:

<https://br.pinterest.com/search/pins/?q=tomie%20tattoo&rs=typed> Acesso em: 17 ago. 2025.

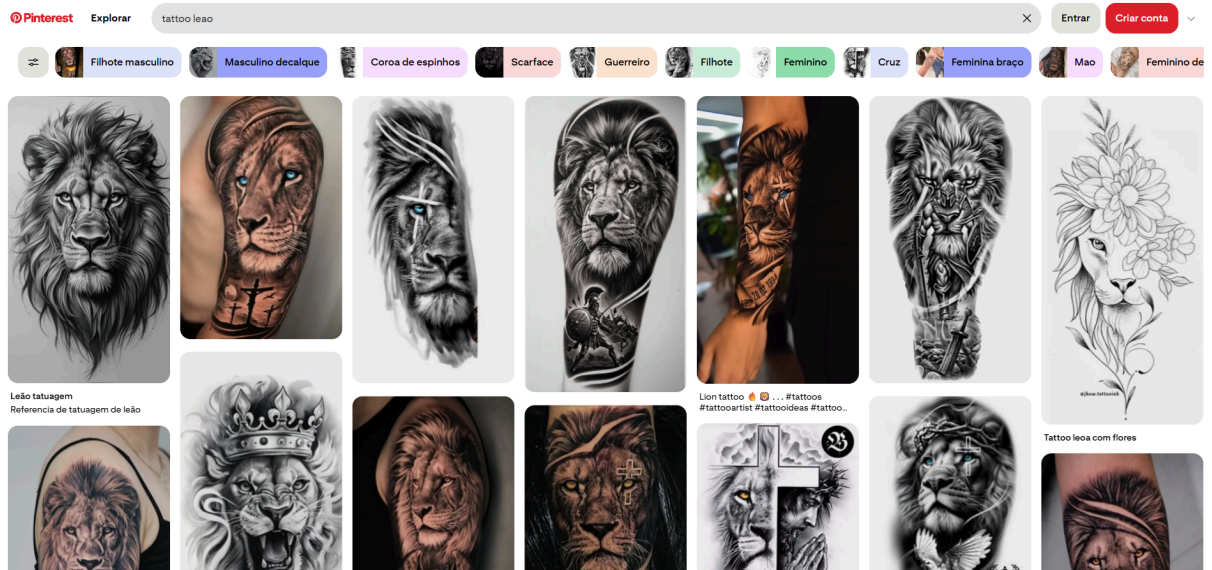
Figura 6 – Captura de tela do site Pinterest a partir da busca pelo termo “tauagens de estrela”, evidenciando a recorrência e a similaridade de designs de tatuagens.



Fonte: Captura de tela realizada no site Pinterest, 2025. Disponível em:

<https://br.pinterest.com/search/pins/?q=tauagens%20de%20estrela&rs=typed> Acesso em: 17 ago. 2025

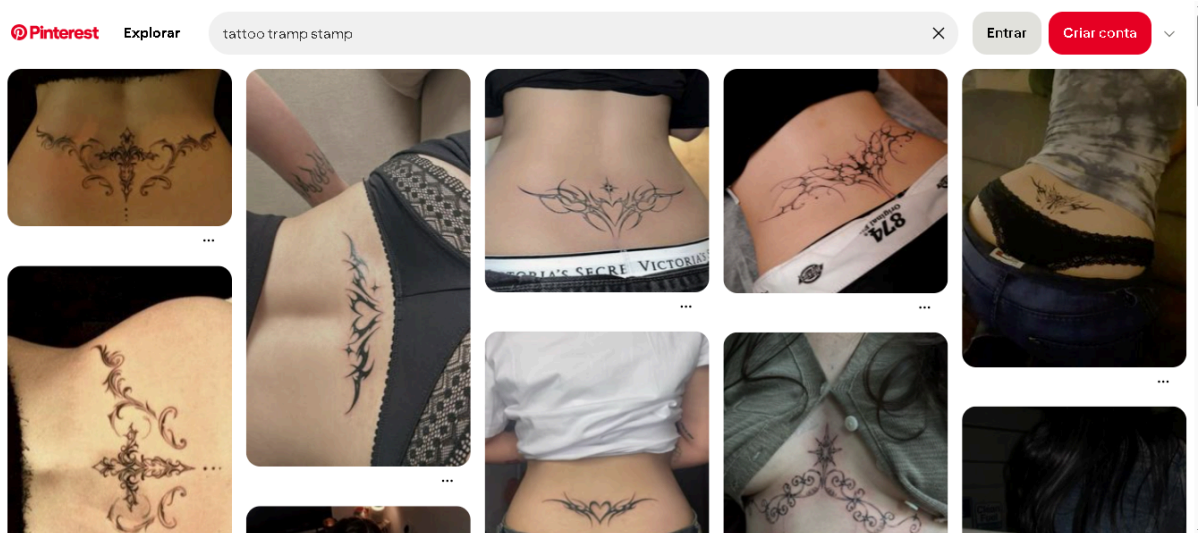
Figura 7 – Captura de tela do site Pinterest a partir da busca pelo termo “tattoo leão”, evidenciando a recorrência e a similaridade de designs de tatuagens.



Fonte: Captura de tela realizada no site Pinterest, 2025. Disponível em:

<https://br.pinterest.com/search/pins/?q=tattoo%20leao&rs=typed> Acesso em: 17 ago. 2025

Figura 8 – Captura de tela do site Pinterest a partir da busca pelo termo “tattoo tramp stamp”, evidenciando a recorrência e a similaridade de designs de tatuagens.

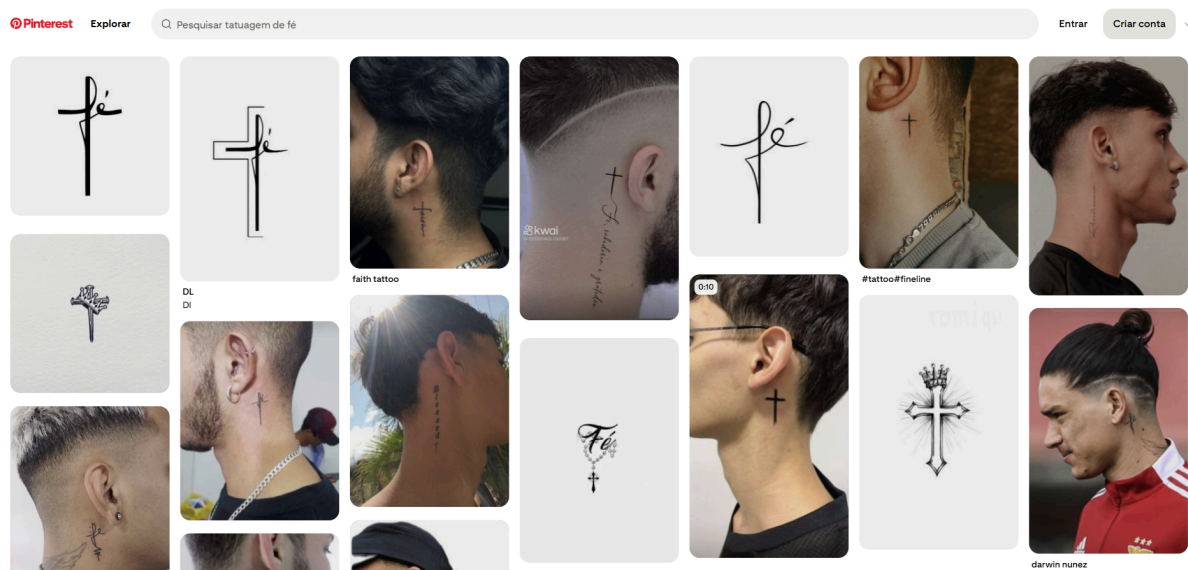


Fonte: Captura de tela realizada no site Pinterest, 2025. Disponível em:

<https://br.pinterest.com/search/pins/?q=tattoo%20tramp%20stamp&rs=typed> Acesso em: 17 ago. 2025

<https://br.pinterest.com/search/pins/?q=tattoo%20cyber%20tribal&rs=typed> Acesso em: 17 ago. 2025

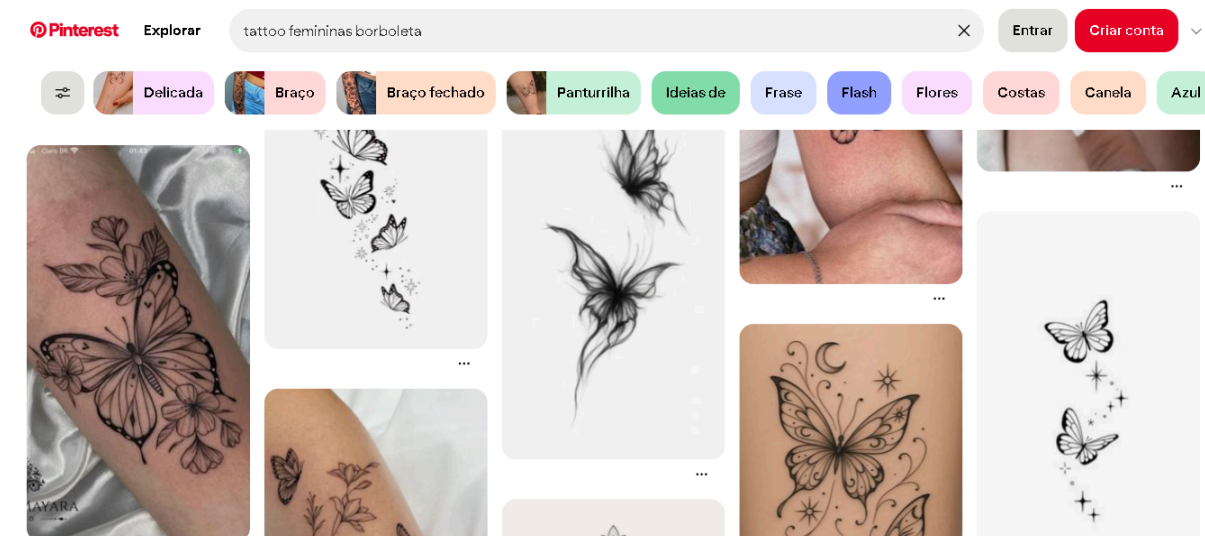
Figura 10 – Captura de tela do site Pinterest a partir da busca pelo termo “tatuagem de fé”, evidenciando a recorrência e a similaridade de designs de tatuagens.



Fonte: Captura de tela realizada no site Pinterest, 2025. Disponível em:

<https://br.pinterest.com/search/pins/?q=tatuagem%20de%20f%C3%A9&rs=typed> Acesso em: 17 ago. 2025

Figura 11 – Captura de tela do site Pinterest a partir da busca pelo termo “tattoo femininas borboleta”, evidenciando a recorrência e a similaridade de designs de tatuagens.

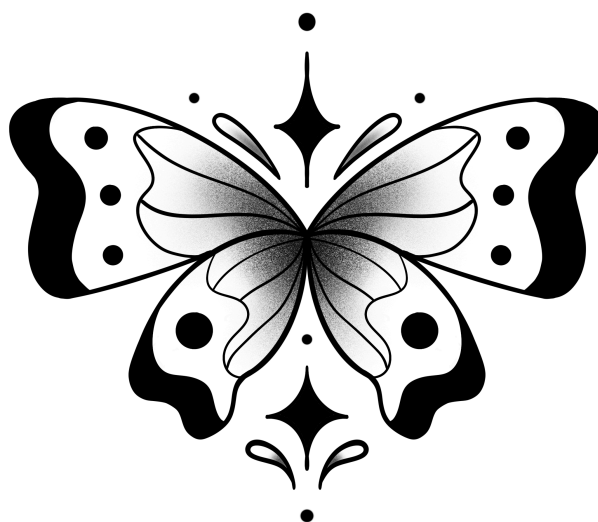


Fonte: Captura de tela realizada no site Pinterest, 2025. Disponível em:

<https://br.pinterest.com/search/pins/?q=tattoo%20femininas%20borboleta&rs=typed> Acesso em: 17 ago. 2025

Por conta da alta repetição de ideias referências e imagens eu sempre priorizo criar algo único e tentar adaptar ao cliente, focando no resultado a longo prazo e não só em seguir uma *trend* elementos como a borboleta são constantemente redesenhados, eu opto muitas vezes por criar com base em uma imagem real dela e estilizar a partir dela.

Figura 12 – Desenho autoral meu de uma borboleta estilizada, ela se tornou um flash disponível para tatuar.



Fonte: Elaborado pela autora (2025).

As respostas à pergunta “*Qual tatuagem você não aguenta mais ver?*” revelam um padrão consistente de saturação estética, evidenciando a lógica cíclica e repetitiva das tendências no universo da tatuagem. Entre os motivos mais recorrentes citados pelos participantes estão leões realistas, bússolas, relógios, símbolos do infinito, borboletas, tribais, mandalas, corações, nomes de parceiros e palavras como “fé”, “gratidão”, “resiliência” e “ohana”. A frequência dessas respostas indica que determinados desenhos, ao se difundirem excessivamente ao longo do tempo, passam a ser percebidos como previsíveis, “batidos” ou destituídos de originalidade.

Também surgem críticas a representações estereotipadas, como figuras de indígenas embranquecidos ou símbolos cujo significado é desconhecido por quem os utiliza, revelando

não apenas um desgaste visual, mas também um desconforto ético e cultural. A recorrência de composições como leão + bússola + relógio, tribais comerciais e fineline padronizado reforça o impacto da viralização digital e do uso massivo de bancos de referência, especialmente em plataformas como Pinterest e Instagram, que contribuem para a homogeneização das escolhas estéticas.

Por outro lado, parte dos respondentes afirma não se incomodar com nenhuma tatuagem específica, o que demonstra que a percepção de saturação é subjetiva e varia conforme repertório visual, experiência pessoal e relação individual com a prática. Ainda assim, no conjunto, os dados indicam que as tendências em tatuagem seguem um percurso semelhante ao da moda: emergem, se difundem rapidamente, entram em exaustão visual e, por fim, perdem força. Esse movimento confirma as discussões teóricas apresentadas ao longo desta pesquisa, reforçando a compreensão da tatuagem como prática estética atravessada por dinâmicas de repetição, consumo simbólico e ciclos de obsolescência visual.

4. Análise de Dados: O que dizem tatuadores e tatuados

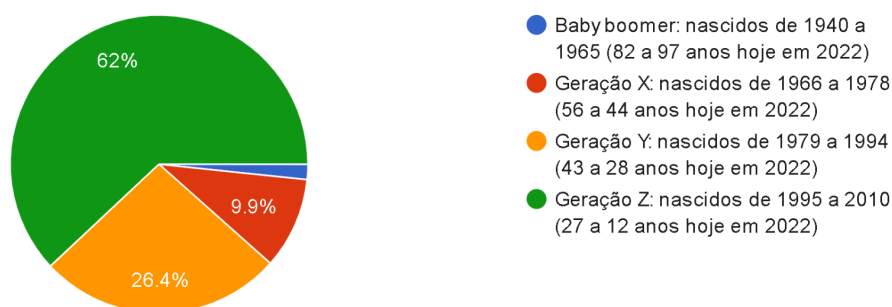
Ao iniciar a análise dos dados, torna-se fundamental explicitar o recorte e as condições de obtenção das respostas. A pesquisa contou com a participação de indivíduos de diferentes estados brasileiros, independentemente de gênero ou da cidade de origem, o que possibilitou uma amostra regionalmente diversa. No entanto, é importante considerar que o instrumento utilizado, formulário online, direciona o alcance principalmente à população com acesso à internet e a dispositivos eletrônicos, como celulares e computadores, configurando um recorte específico dentro do território nacional. A seguir, serão apresentadas algumas das perguntas aplicadas, acompanhadas de minhas interpretações e das correlações observadas entre as respostas, buscando evidenciar padrões, recorrências e tensões identificados nos dados coletados.

De 121 pessoas com tatuagens que responderam, temos as seguintes respostas:

Gráfico 1 – Distribuição das respostas à pergunta “Qual a sua geração?”

Qual a sua geração?

121 responses



Fonte: Elaborado pela autora a partir de dados da pesquisa (2025).

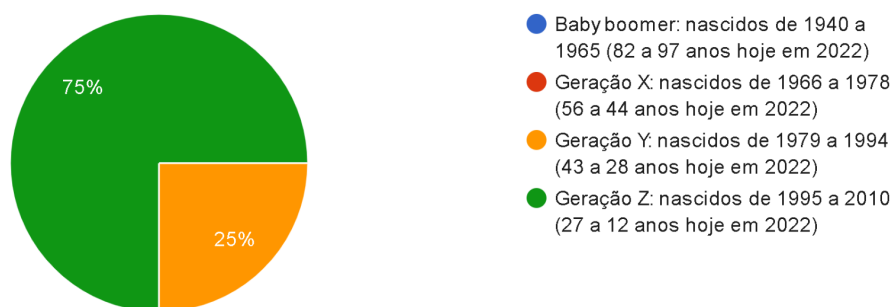
Nota-se claramente que quanto mais novas as respostas, acredito que pode-se dar isso tanto ao fato de que pessoas mais jovens têm mais tatuagens quanto ao recorte social onde a pesquisa chegou, a divulgação feita por mim com ajuda de amigos e outros tatuadores

e chegou principalmente nas redes sociais e grupos da universidade, quanto mais jovem mais chance de ver pesquisas e divulgações online.

Gráfico 2 – Distribuição das respostas à pergunta “Qual geração você mais tatua?”

Qual geração você mais tatua?

12 responses



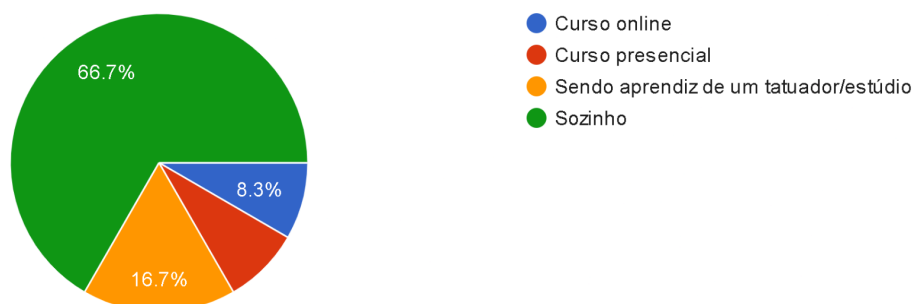
Fonte: Elaborado pela autora a partir de dados da pesquisa (2025).

Observa-se uma correlação significativa entre a idade e a dinâmica de atendimento no campo da tatuagem. Os dados indicam que tatuadores com mais de quatorze anos de experiência tendem a atender predominantemente clientes de faixas etárias mais elevadas, especialmente pertencentes à Geração Y. Em contrapartida, profissionais mais jovens concentram com maior frequência um público igualmente jovem, majoritariamente vinculado à Geração Z. Esse dado sugere uma identificação geracional que influencia tanto a escolha do tatuador quanto a construção das relações de confiança, repertório estético e referências culturais compartilhadas entre artista e cliente.

Gráfico 3 – Distribuição das respostas à pergunta “Como você começou a tatuar?”

Como você começou a tatuar?

12 responses



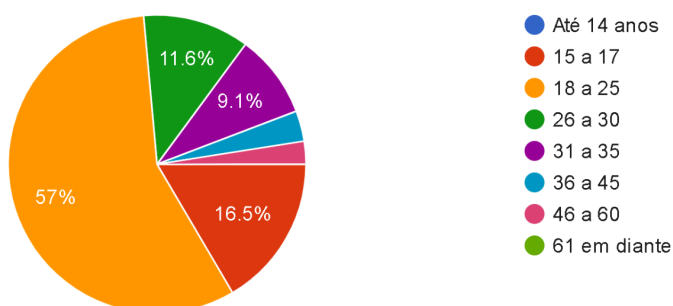
Fonte: Elaborado pela autora a partir de dados da pesquisa (2025).

Além disso, ao observar que a maior parte dos tatuadores inicia sua trajetória de maneira autodidata, torna-se evidente a falta de padronização e de estudos formais na área da tatuagem, o que reforça a percepção social de que “qualquer pessoa” pode tatuar. Essa informalidade estrutural, decorrente da ausência de regulamentação e de processos formativos consolidados, cria um campo profissional marcado por práticas heterogêneas e pela transmissão de conhecimentos majoritariamente empíricos. Como destaca Pereira (2017), o aprendizado ocorre, na maioria das vezes, “fora de instituições oficiais, sustentado por redes informais e pela experimentação individual”, o que contribui para a desigualdade técnica e para a perpetuação de métodos não sistematizados dentro da profissão.

Gráfico 4 – Distribuição das respostas à pergunta “Com quantos anos você fez a sua primeira tatuagem?”

Com quantos anos você fez a sua primeira tatuagem?

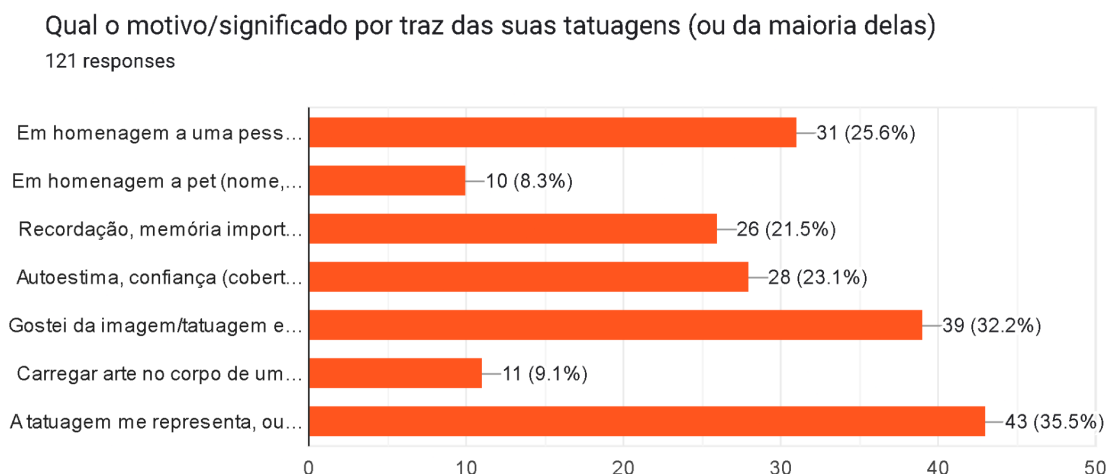
121 responses



Fonte: Elaborado pela autora a partir de dados da pesquisa (2025).

Com base no gráfico, observa-se que a maior parte dos participantes realizou a primeira tatuagem antes dos 30 anos, indicando que o início da prática ocorre majoritariamente entre as faixas de 15 a 25 anos. Incluiu-se no formulário a opção “menor de 18 anos” para garantir respostas sinceras, uma vez que a pesquisa abrangeu participantes de diferentes estados brasileiros, ainda que o foco principal estivesse em Minas Gerais, Rio de Janeiro e São Paulo. A legislação brasileira não é unificada quanto à tatuagem em menores de idade: de modo geral, o Estatuto da Criança e do Adolescente (ECA) não trata especificamente do tema, e a regulamentação fica a cargo das vigilâncias sanitárias estaduais e municipais. Em muitos estados e cidades, a tatuagem em menores de 18 anos é permitida somente com autorização formal e presencial dos responsáveis legais, enquanto em outros é proibida independentemente de consentimento, especialmente para menores de 16 anos, por ser considerada procedimento invasivo. Essa variação regional explica por que parte dos respondentes afirmou ter se tatuado ainda na adolescência, sobretudo antes da uniformização de normas sanitárias mais recentes.

Gráfico 5 – Distribuição das respostas à pergunta “Qual o motivo/significado por trás das suas tatuagens (ou maioria delas)”



Fonte: Elaborado pela autora a partir de dados da pesquisa (2025).

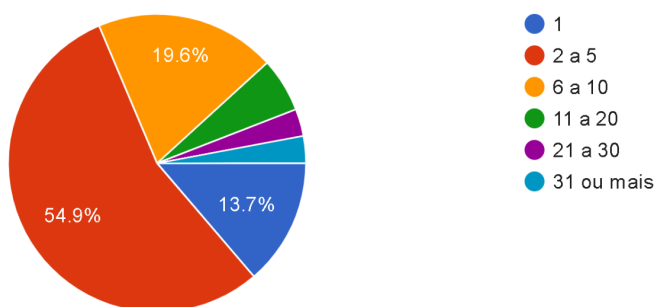
A análise do gráfico referente aos motivos atribuídos às tatuagens mostra uma forte convergência com as narrativas qualitativas dos participantes. A categoria mais mencionada: “*A tatuagem me representa, ou algo que estava passando*” (35,5%) evidencia que a tatuagem funciona predominantemente como expressão identitária e como forma de registrar fases significativas da vida, reforçando seu papel simbólico e autobiográfico. Em seguida, “*Gostei da imagem/tatuagem e fiz sem muito motivo*” (32,2%) demonstra que o apelo estético permanece central, confirmando que a tatuagem contemporânea também é marcada pela busca por beleza, estilo e pela valorização da arte no corpo. Aspectos ligados à *autoestima e confiança* aparecem em 23,1% das respostas, o que se alinha ao discurso recorrente de que tatuar-se contribui para o bem-estar e para a relação afetiva com o próprio corpo. Já motivos como *recordação de momentos importantes* (21,5%) e *homenagens a pessoas queridas* (25,6%) reforçam o caráter afetivo e memorial das tatuagens, frequentemente utilizadas como forma de eternizar vínculos e experiências. Por fim, motivos como *carregar arte no corpo de um tatuador* (9,1%) e *homenagens a pets* (8,3%) ilustram a diversidade de significados e a dimensão íntima da prática. Em conjunto, o gráfico confirma que a tatuagem é vivenciada principalmente como síntese de identidade, afeto, estética e memória, corroborando os

padrões interpretados nas respostas abertas e evidenciando a multiplicidade de funções que essa prática assume no contexto contemporâneo.

Gráfico 6 – Distribuição das respostas à pergunta “Quantas tatuagens você tem atualmente?”

Quantas tatuagens você tem atualmente?

102 responses



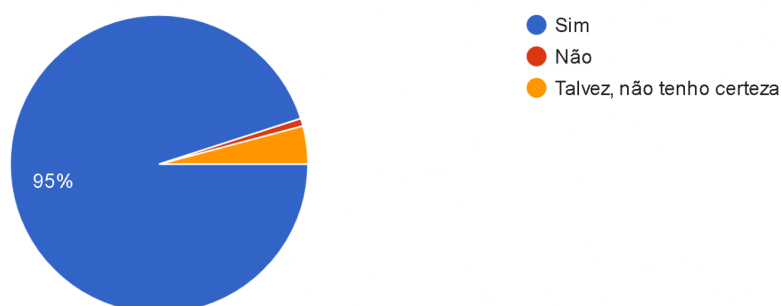
Fonte: Elaborado pela autora a partir de dados da pesquisa (2025).

Com 68,3% das pessoas entrevistadas possuindo cinco tatuagens ou menos, torna-se evidente que o recorte desta pesquisa concentra-se majoritariamente em indivíduos com menor número de tatuagens, o que sugere um público que tende a ser mais criterioso e cuidadoso em suas escolhas. Esse perfil resulta em respostas mais diretas, objetivas e reflexivas, oferecendo um panorama consistente sobre motivações, significados e comportamentos no processo de decisão das tatuagens.

Gráfico 7 – Distribuição das respostas à pergunta “Você faria outra tatuagem?”

Você faria outra tatuagem?

121 responses



Fonte: Elaborado pela autora a partir de dados da pesquisa (2025).

Deixando claro que majoritariamente das pessoas fariam mais tatuagens vemos que apesar de alguns terem dito que não gostam de algumas tattoos que possuem, ainda fariam outras.

5. Geração internet/ mudança no consumo e economia

No contexto atual, a escolha de profissionais, incluindo tatuadores, ocorre predominantemente pelas redes sociais e por vídeos em plataformas como o TikTok. Num universo digital em que um simples *click* para que muita coisa aconteça, não temos as barreiras e empecilhos que nossos pais e avós tinham para consumir. Assim, a forma de consumir transformou-se radicalmente ao longo das últimas décadas, acompanhando as mudanças sociais tecnológicas e moldando também a relação entre gerações e práticas estéticas, como a tatuagem. Enquanto pessoas mais jovens encontram profissionais de referência nas redes sociais, que funcionam como uma vitrine virtual, a velha geração dependia do boca a boca e de uma recomendação pessoal, o que muitas das vezes podia ser um *gatekeeping* para o ingresso no mundo da tatuagem, necessitando de conexões diretas no meio.

5.1. Geração Z : nascidos de 1995 a 2010 (27 a 12 anos em 2022)

Figura 13 – Moodboard de tatuagens da Geração Z, utilizado para ilustrar a recorrência estética e a influência de tendências contemporâneas.



Fonte: Elaborado pela autora (2025), com imagens de autoria própria e referências coletadas no Pinterest.

A Geração Z é nativa digital e caracteriza-se pelo consumo rápido e, muitas vezes, impulsivo: olha, gosta, clica e compra. Possui menor poder de compra em comparação às gerações anteriores e, de forma semelhante à Geração Y, observa a economia atual com pessimismo, considerando improvável alcançar a aposentadoria tradicional que foi possível aos Baby Boomers e à Geração X. A maioria dos jovens dessa geração não possui casa ou carro próprios e enxerga a conquista desses bens como algo mais distante do que era para as gerações anteriores.

Esse comportamento relaciona-se, em parte, à chamada teoria do batom (*Lipstick Effect*), popularizada por Leonard Lauder, presidente da marca Estée Lauder, que associa períodos de recessão econômica ao aumento do consumo de pequenos luxos, como itens de maquiagem. A lógica é simples: não podendo arcar com bens de alto valor, o consumidor volta-se a prazeres acessíveis. Embora a teoria não seja universal, como demonstrado durante a pandemia de COVID-19, quando as vendas de batons caíram devido ao uso de máscaras, enquanto aumentaram as de *skincare* e de compras online, ela permanece como referência para compreender certos padrões de consumo.

No Brasil, essa lógica manifesta-se também em exemplos contemporâneos. Em 2023, a Shein registrou faturamento de aproximadamente R\$ 11 bilhões no país, representando um crescimento de 43% em relação ao ano anterior, segundo projeções do BTG Pactual (PODER360, 2024). Esses dados ilustram a adesão massiva da Geração Z ao consumo de fast fashion, acessível e descartável, mesmo diante da valorização discursiva de autenticidade, sustentabilidade e meio ambiente. “A Geração Z se diz preocupada com o meio ambiente, mas não consegue parar de consumir fast fashion” (NEWMAN, 2024, on-line).

Trata-se, portanto, de uma geração paradoxal: embora declare valores ligados à ética e à consciência socioambiental, consome intensamente por preço e promoção, muda constantemente de opinião e é altamente influenciável por tendências digitais. Vive-se, nesse grupo, um consumo voltado ao presente imediato, guiado por pequenos luxos e prazeres acessíveis em meio à instabilidade econômica. O que explica claramente esse consumo rápido de tatuagem movido a *trends* passageiras e impulsivas.

As respostas referentes às tatuagens mais realizadas pela Geração X evidenciam um repertório estético marcado por símbolos que predominavam entre os anos 1980 e 1990,

período em que a tatuagem se consolidou como prática subcultural. Os tatuadores destacam a forte presença de tribais, estilos tradicionais e old school, além de escritas, motivos religiosos e homenagens familiares, como nomes de pais, mães e filhos. Também aparecem elementos típicos de catálogos antigos de estúdios, como estrelas, fadas, coroas e borboletas, ícones que se tornaram populares pela influência de mídias impressas e pela limitação estética da época. Alguns profissionais mencionam ainda o surgimento de fechamentos de braço e composições mais elaboradas no estilo americano, favorecidas pela expansão tecnológica que permitiu equipamentos mais precisos e pigmentos de maior qualidade. Embora tatuadores com trabalho autoral ressaltem a dificuldade de identificar uma única tendência, o conjunto das respostas confirma que a Geração X consolidou uma estética marcada por tribais, símbolos místicos, referências religiosas e homenagens, constituindo um momento de transição entre a tatuagem marginalizada e a sua entrada no mainstream cultural.

Nessa geração tivemos um grande salto na experimentação de técnicas e possibilidades, juntadas a normalização da tattoo vemos coisas mais criativas e ousadas, tatuagens com traço colorido como vermelho ou efeitos diferentes como glitter, e tatuagens de meme, filmes e animes também juntamente a geração y que também fez bastante.

5.2. Geração Y: (Millennials) nascidos de 1979 a 1994 (43 a 28 anos em 2022)

Figura 14 – Moodboard de tatuagens da Geração Y, utilizado para ilustrar a recorrência estética e a influência de tendências contemporâneas.



Fonte: Pinterest (2025). Organização da autora.

A geração Y também conhecida como Millennials teve a transição entre o tradicional e o digital, conheceram o mundo antes da revolução digital completa, valorizam o online mas não dependem tanto dele. Pesquisem um pouco mais sobre o produto antes de comprar ele, comparam preço também e valorizam qualidade, por ter um poder aquisitivo maior que a Geração Y representam a maioria dos clientes dos tatuadores entrevistados também, são muitas vezes clientes fiéis e decidem com mais cautela. Eles são extremamente afetados pela sensação de nostalgia e gostam muito de lembrar do passado e da infância,

As respostas sobre as tatuagens mais realizadas pela Geração Y indicam uma grande diversidade estética, refletindo justamente o período em que a tatuagem se populariza de forma massiva e se torna amplamente acessível. Muitos tatuadores afirmam que é “impossível dizer” qual é o estilo predominante, pois os Millennials cresceram em um momento de expansão técnica e cultural, no qual surgem inúmeras linguagens, do fineline delicado às composições em preto e cinza, passando por realismo, tatuagens religiosas, homenagens, palavras e datas. Entre os motivos recorrentes destacam-se filtro dos sonhos, corujas, lobos, leões, borboletas, formas geométricas, maoris, além de elementos ornamentais que se tornaram febres dentro dessa geração. Também aparecem referências ao Art Nouveau, ao All Black, a desenhos de anime, bandas, símbolos nostálgicos e imagens amplamente difundidas em catálogos dos anos 2000, como pergaminhos com textos religiosos. Em síntese, a Geração Y concentra a transição entre a tatuagem de catálogo e a era das referências ilimitadas proporcionadas pela internet, configurando um repertório variado, híbrido é marcado por tendências que rapidamente se espalhavam e se consolidavam como ícones de sua época.

5.3. Geração X: nascidos entre 1966 e 1978 (56 a 44 anos em 2022)

Figura 15 – Moodboard de tatuagens da Geração x, utilizado para ilustrar a recorrência estética e a influência de tendências contemporâneas.



Fonte: Pinterest (2025). Organização da autora.

A Geração X cresceu em um período de transição cultural marcado pela intensificação dos meios de comunicação de massa, pelo surgimento de movimentos musicais como punk, grunge e rock alternativo, além da expansão da cultura midiática. Essa geração já teve acesso à modernização tecnológica, mas viveu também um mundo ainda analógico, aprendendo a equilibrar ambos os cenários. Em termos de consumo, são críticos e racionais: tendem a pesquisar mais antes de comprar, valorizando tanto o preço quanto a qualidade. Muitos já alcançaram estabilidade financeira e se mostram dispostos a pagar mais caro por produtos que entreguem maior durabilidade ou significado. Dentro do universo da tatuagem, a Geração X foi uma das primeiras a romper com o estigma cultural, incorporando símbolos como tribais, estrelas e dragões em seus repertórios visuais. É uma geração que, ao mesmo tempo em que trouxe a rebeldia da contracultura para o corpo, também abriu caminho para a normalização da tatuagem como linguagem estética.

As respostas referentes às tatuagens mais realizadas pela Geração X revelam um padrão estético marcado por elementos que se consolidaram entre os anos 1980 e início dos anos 2000. Segundo os tatuadores, essa geração esteve fortemente associada a estilos tradicionais, old school e, principalmente, aos tribais, que se tornaram ícones visuais do período. Também aparecem com frequência referências a motivos religiosos, homenagens familiares (como nomes de pais, filhos ou parceiros) e símbolos populares em catálogos antigos de estúdios, como estrelas, fadas, coroas e escritas. Além disso, alguns profissionais mencionam a expansão tecnológica da época, que possibilitou o surgimento de fechamentos de braço e trabalhos mais complexos dentro do estilo americano, indicando uma transição entre a estética mais limitada dos anos anteriores e a abertura para novos recursos técnicos. Embora alguns tatuadores ressaltem a dificuldade de identificar uma única tendência dominante, sobretudo no caso de quem trabalha apenas com projetos autorais, o conjunto das respostas confirma que a Geração X representa um momento-chave na popularização da tatuagem: uma fase em que os estilos tradicionais conviviam com novos elementos midiáticos e simbólicos, estabelecendo visualmente muitas das bases que seriam depois reinterpretadas pelas gerações seguintes.

5.4. Baby Boomers: nascidos entre 1940 e 1965 (82 a 57 anos em 2022)

Figura 16 – Moodboard de tatuagens da Geração Baby Boomers utilizado para ilustrar a recorrência estética e a influência de tendências contemporâneas.



Fonte: Pinterest (2025). Organização da autora.

Os Baby Boomers representam uma geração numerosa e com forte impacto econômico. Em termos de consumo, valorizam o atendimento presencial e a experiência ao vivo, mantendo hábitos de compra tradicionais. Embora muitos estejam online, não abrem mão de conferir produtos pessoalmente, priorizando a qualidade acima do preço. Possuem o maior poder aquisitivo entre as gerações, e por isso se tornaram foco de diversas marcas globais, já que são responsáveis por grande parte dos gastos mundiais. No Brasil, esse cenário é ainda mais relevante devido ao envelhecimento populacional, que aponta para um país cada vez mais próximo da realidade europeia em termos de estrutura etária. Contudo, no campo da tatuagem, os Boomers continuam sendo a geração que menos aderiu à prática, em grande parte por conta da marginalização histórica da tatuagem em sua juventude. Apesar disso, oferecem um quadro essencial para a análise comparativa, uma vez que seus hábitos de consumo revelam contrastes importantes em relação às gerações mais jovens.

As respostas obtidas tanto com tatuadores quanto com os próprios participantes da geração Baby Boomer revelam um cenário marcado pela baixa incidência de tatuagens nesse grupo etário, dificultando a construção de um repertório visual predominante. Os tatuadores destacam que muitos Boomers não possuem o hábito de se tatuar, e que, quando o fazem, tendem a escolher estilos tradicionais, como o old school e o american traditional, historicamente associados a marinheiros, militares e às origens modernas da tatuagem ocidental. Também foram mencionados símbolos de caráter afetivo ou religioso, como nomes de familiares, medalhões de São Bento, estrelas e borboletas, reforçando a preferência por motivos simples e carregados de significado pessoal. Entre os dois Boomers que responderam ao formulário, observa-se diversidade nas motivações: uma participante relatou ter feito a primeira tatuagem entre os 18 e 25 anos, motivada por autoestima, confiança e desejo de cobrir cicatrizes ou decorar regiões de insegurança, destacando também ter escolhido uma imagem por afinidade estética e que faria novas tatuagens. Já outra participante afirmou ter se tatuado pela primeira vez entre os 36 e 45 anos, associando o desenho a um momento específico da vida e à própria identidade, possuindo entre duas e cinco tatuagens e não demonstrando interesse em realizar novas. Esses relatos reforçam que, embora minoritária, a presença dos Baby Boomers no universo da tatuagem é marcada por escolhas menos influenciadas por tendências e mais vinculadas à biografia individual, à memória e ao simbolismo pessoal.

No debate contemporâneo sobre gerações, especialmente no que se refere às transformações culturais, comunicacionais e de consumo, a emergência da chamada geração digital ocupa lugar central. Em *A hora da geração digital*, Tapscott (2010) analisa como indivíduos que cresceram imersos em tecnologias digitais desenvolvem novas formas de pensar, consumir, aprender e se relacionar, marcadas pela velocidade, pela interatividade e pela lógica da participação. Essa geração não apenas consome conteúdos, mas também os produz, compartilha e ressignifica constantemente, o que impacta diretamente a construção de identidades e a circulação de tendências estéticas. De forma complementar, em *Marketing e comunicação na era pós-digital*, Kotler, Kartajaya e Setiawan (2017) argumentam que, no cenário pós-digital, as fronteiras entre online e offline se dissolvem, e o comportamento geracional passa a ser influenciado por experiências híbridas, mediadas por algoritmos, redes sociais e comunidades digitais. Nesse contexto, as gerações mais jovens, como a Geração Y e, sobretudo, a Geração Z, apresentam uma relação mais fluida e acelerada com símbolos visuais, marcas e práticas culturais, como a tatuagem, que se disseminam por meio de trends, imagens virais e processos de repetição massiva. Assim, compreender as gerações a partir da lógica digital e pós-digital torna-se fundamental para analisar como hábitos de consumo, estética corporal e construção identitária se reorganizam no tempo, evidenciando diferenças significativas entre gerações formadas em contextos midiáticos distintos.

Considerações finais

A presente pesquisa teve como objetivo analisar a tatuagem como prática estética, cultural e de consumo, articulando sua trajetória histórica às transformações geracionais e às dinâmicas contemporâneas de tendências, especialmente no contexto brasileiro. Ao longo do trabalho, buscou-se compreender como diferentes gerações se relacionam com a tatuagem, tanto do ponto de vista simbólico quanto mercadológico, observando de que forma fatores sociais, econômicos, midiáticos e tecnológicos influenciam escolhas, estilos e recorrências visuais.

A análise histórica demonstrou que a tatuagem nunca foi uma prática neutra. Desde sua associação à marginalização, à punição e à submissão, passando por sua apropriação religiosa, militar e identitária, até sua consolidação como linguagem estética contemporânea, a tatuagem sempre refletiu valores, tensões e disputas simbólicas de cada período. Nesse sentido, o corpo se apresenta como um suporte de memória e significado, no qual se inscrevem narrativas individuais e coletivas, conforme apontam autores como Le Breton (2011) e Featherstone (1999).

No recorte geracional, os dados coletados evidenciaram diferenças claras na forma como Baby Boomers, Geração X, Geração Y e Geração Z consomem e significam a tatuagem. Enquanto gerações mais antigas tendem a associá-la a marcos específicos de vida, religião e família, as gerações mais jovens demonstram maior influência das redes sociais, da lógica algorítmica e da aceleração dos ciclos de tendências. Ainda assim, observou-se que, independentemente da geração, a tatuagem permanece fortemente associada a noções de autoestima, memória afetiva, identidade e expressão pessoal.

Os resultados da pesquisa de campo revelaram também um fenômeno recorrente de repetição estética, no qual determinados símbolos, como leões, borboletas, tribais, bússolas e símbolos do infinito, reaparecem de forma massificada ao longo do tempo. Esse movimento confirma a aproximação entre tatuagem e moda, conforme discutido por Davis (1992) e Lipovetsky (2009), evidenciando que a tatuagem participa de ciclos de surgimento, saturação e declínio de tendências, ainda que carregue a particularidade de ser uma marca permanente no corpo.

A partir da perspectiva dos tatuadores entrevistados, foi possível identificar tensões constantes entre autoria e mercado, bem como a ausência de padronização formal na formação profissional, o que contribui para a disseminação da ideia de que “qualquer um pode tatuar”. Essa constatação reforça a importância de compreender a tatuagem não apenas como serviço, mas como prática artística e cultural que exige técnica, ética, responsabilidade e reflexão estética.

Dessa forma, este trabalho contribui para ampliar o campo de estudos sobre a tatuagem, aproximando-o das discussões já consolidadas nas áreas da moda, do design e do consumo cultural. Ao articular teoria, pesquisa empírica e experiência profissional, a pesquisa evidencia que a tatuagem é simultaneamente arte, mercadoria, linguagem visual e arquivo de memória, refletindo as transformações sociais e subjetivas de seu tempo.

Como limitação, destaca-se o recorte amostral concentrado principalmente em determinadas regiões e faixas etárias, o que abre espaço para futuras investigações com abrangência geográfica mais ampla ou com foco específico em outras gerações, como a Geração Alpha. Estudos futuros também podem aprofundar a relação entre algoritmos, plataformas digitais e a aceleração das tendências na tatuagem, bem como analisar práticas autorais como formas de resistência à massificação estética.

Conclui-se, portanto, que a tatuagem, longe de ser apenas um adorno corporal, constitui um fenômeno complexo e multifacetado, no qual se entrelaçam corpo, cultura, consumo, memória e identidade. Compreendê-la sob essa perspectiva é fundamental para reconhecer seu papel nas dinâmicas contemporâneas e para legitimar sua relevância no campo acadêmico e artístico.

Referências bibliográficas

DNEWS. **Pesquisa revela comportamento de compra das gerações**. AdNews, 2023.

Disponível em:

<https://adnews.com.br/post/pesquisa-revela-comportamento-de-compra-das-geracoes>. Acesso em: 17 ago. 2025.

BARDIN, Laurence. **Análise de conteúdo**. Lisboa: Edições 70, 2011.

BENEDUZZI, Juliana. **Labubu, conservadorismo e nostalgia: o que isso revela sobre a crise econômica?** YouTube, 2025. Vídeo (40 min). Disponível em:

<https://www.youtube.com/watch?v=NgHyGFn47zg>. Acesso em: 17 ago. 2025.

BOURDIEU, Pierre. **A distinção: crítica social do julgamento**. São Paulo: Edusp, 2007.

BOURRIAUD, Nicolas. **Estética relacional**. São Paulo: Martins Fontes, 2009.

CORRÊA, Alexandre. **Gerações X, Y (Millennials), Z e Baby Boomers: diferenças, características e datas**. YouTube, 2022. Vídeo (15 min). Disponível em:

<https://www.youtube.com/watch?v=HkJFwUVzyfg>. Acesso em: 17 ago. 2025.

CUSTOM MARKET INSIGHTS. **Tattoo market size, trends and insights by type, application and region – global industry overview, statistical data, competitive analysis, share, outlook and forecast 2025–2034**. 2025. Disponível em:

<https://www.custommarketinsights.com/report/tattoo-market/>. Acesso em: 22 ago. 2025.

DAHLIN, C. G. **A full history of tattoos: prehistoric to modern**. YouTube, 2024. Vídeo (45 min). Disponível em: <https://www.youtube.com/watch?v=huM23R63BkU>. Acesso em: 17 ago. 2025.

DAVIS, Fred. **Fashion, culture and identity**. Chicago: University of Chicago Press, 1992.

DAVIS, Fred. **The logic of fashion cycles**. *Poetics*, v. 21, n. 1–2, p. 49–72, 1992. Disponível em: https://www.researchgate.net/publication/221698651_The_Logic_of_Fashion_Cycles.

Acesso em: 17 ago. 2025.

DIDI-HUBERMAN, Georges. **A imagem sobrevivente: história da arte e tempo dos fantasmas segundo Aby Warburg**. Rio de Janeiro: Contraponto, 2013.

FEATHERSTONE, Mike. **Body modification**. London: Sage, 2000.

FORTUNE BUSINESS INSIGHTS. **Tattoo market size, share & industry analysis and regional forecast, 2025–2032**. 2025. Disponível em: <https://www.fortunebusinessinsights.com/press-release/global-tattoo-market-10827>. Acesso em: 22 ago. 2025.

GOOTEN. **Cross-generational buying habits: how different generations shop**. Gooten Blog, 2022. Disponível em: <https://www.gooten.com/blog/cross-generational-buying-habits/>. Acesso em: 17 ago. 2025.

KAGAN, Julia. **Money habits of millennials**. *Investopedia*, 19 fev. 2014. Disponível em: <https://www.investopedia.com/articles/personal-finance/021914/money-habits-millennials.asp>. Acesso em: 17 ago. 2025.

KOTLER, Philip; KARTAJAYA, Hermawan; SETIAWAN, Iwan. **Marketing 4.0: do tradicional ao digital**. Rio de Janeiro: Sextante, 2017.

LE BRETON, David. **Antropologia do corpo e modernidade**. Petrópolis: Vozes, 2011.

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

MEIO & MENSAGEM. **Mapeando gerações: o comportamento de consumo por faixa etária**. YouTube, 2024. Vídeo (8 min). Disponível em: <https://www.youtube.com/watch?v=jI6LRzy0VMc>. Acesso em: 17 ago. 2025.

MONEY TIMES. **Em meio à novela dos US\$ 50, Shein fatura mais de R\$ 15 bilhões no Brasil, estima BTG**. *Money Times*, 25 abr. 2024. Disponível em: <https://www.moneytimes.com.br/em-meio-a-novela-dos-us-50-shein-fatura-mais-de-r-15-bilhoes-no-brasil-estima-btg-veja-numeros/>. Acesso em: 22 ago. 2025.

NEVESCO, Geovana. **Bem vestidas e sem casa: a geração quebrada pelo consumo.**

YouTube, 2022. Vídeo (22 min). Disponível em:

https://www.youtube.com/watch?v=87oj4_cwDro. Acesso em: 17 ago. 2025.

NEWMAN, Andy. **Hypocritical Gen Z can't stop buying this planet-destroying product.**

New York Post, 2 out. 2024. Disponível em:

<https://nypost.com/2024/10/02/lifestyle/hypocritical-gen-z-cant-stop-buying-this-planet-destroying-product/>. Acesso em: 17 ago. 2025.

OLIVEIRA, Renata Couto de Azevedo de; AYROSA, Eduardo André Teixeira. **O**

colecionador de tatuagens: consumo curatorial e identidade. *Revista Pensamento*

Contemporâneo em Administração, Rio de Janeiro, v. 10, n. 2, p. 110–123, abr./jun. 2016.

PEREIRA, L. V. A. **A tatuagem como representação social: uma análise do corpo e da**

identidade. 2017. Trabalho de Conclusão de Curso (Graduação em Ciências Sociais) –

Universidade Federal do Ceará, Fortaleza, 2017. Disponível em:

https://repositorio.ufc.br/bitstream/riufc/32612/1/2017_tccII_lvapereira.pdf. Acesso em: 17 ago. 2025.

PINTEREST. **Tattoo estrela ombro.** 2025. Disponível em:

<https://br.pinterest.com/search/pins/?q=tattoo%20estrela%20ombro>. Acesso em: 17 ago. 2025.

PODER360. **Faturamento da Shein no Brasil cresceu 43% em 2023, projeta BTG.**

Poder360, 23 jan. 2024. Disponível em:

<https://www.poder360.com.br/economia/faturamento-da-shein-no-brasil-cresceu-43-em-2023-projeta-btg/>. Acesso em: 22 ago. 2025.

ROGERS, Everett M. **Diffusion of innovations.** New York: Free Press, 1962.

ROGERS, Everett M. **Diffusion of innovations.** 3. ed. New York: Free Press, 1983.

SALESFLOOR. **Generations and shopping habits.** Salesfloor Blog, 2021. Disponível em:

<https://salesfloor.net/blog/generations-shopping-habits>. Acesso em: 17 ago. 2025.

SMITHSONIAN NATIONAL MUSEUM OF NATURAL HISTORY. **Ancient ink: Iceman**

Ötzi has the world's oldest tattoos. Smithsonian Institution, s.d. Disponível em:

<https://www.si.edu/stories/ancient-ink-iceman-otzi-has-worlds-oldest-tattoos>. Acesso em: 22 dez. 2025.

STRIPHAS, Ted. **Algorithmic culture**. *European Journal of Cultural Studies*, v. 18, n. 4–5, p. 395–412, 2015.

TAPSCOTT, Don. **A hora da geração digital**. Rio de Janeiro: Agir, 2010.