

editorial  
editorial  
entrevista  
interview  
ágora  
agora  
tapete  
carpet  
artigo nomads  
nomads paper  
projetos  
projects

expediente  
credits

próxima vírus  
next virus

**V!19**

issn 2175-974x | ano 2019 year

semestre 02 semester



**Patrícia Sales** é Bacharel em Comunicação Social, Mestre e pesquisadora em Ciência da Informação no Programa de Pós-Graduação em Ciência da Informação da Universidade Federal da Bahia. É arquivista na mesma universidade.

**Zeny Duarte** é graduada em Biblioteconomia e Documentação e Doutora em Letras, com Pós-doutorado em Ciência da Informação em Plataformas Digitais. É Professora Titular da Universidade Federal da Bahia, onde coordena o grupo G-Acervos. Desenvolve estudos críticos, teóricos e epistemológicos da Ciência da Informação em plataformas digitais, e executa projetos pedagógicos e curriculares de cursos em universidades no Brasil.

SALES, P. R.; DUARTE, Z. Tatuagem: uma arte de informação conectada. **V!RUS**, São Carlos, n. 19, 2019. [online]. Disponível em: <http://www.nomads.usp.br/virus/virus19/?sec=5&item=101&lang=pt>. Acesso em: dd/mm/aaaa

### Resumo

Este artigo é reflexão e resultado de pesquisa desenvolvida no Programa de Pós-Graduação em Ciência da Informação da Universidade Federal da Bahia (UFBA), que teve o fito de demonstrar o uso e a compreensão da informação a partir da tatuagem e o seu comportamento de sentido informacional. De acordo com a intenção já apresentada, o artigo converge com o tema da Revista V!RUS, "A construção da informação", oferecendo conceitos do objeto "informação" a partir de estudiosos da área, como Shannon e Weaver (1975), Wersig e Nevelling (1975), Abraham Moles (1969), dentre outros. É apresentada a tatuagem como um conjunto de informação sintetizada através da relação externa e interna do sujeito em sociedade, bem como os critérios sugeridos por Coelho Netto (1973) e Moles (1969) para distinguir a informação semântica da estética. Por fim, o tema da revista permitiu apresentar o objeto "informação" a partir da tatuagem como produto social e de gerador de sentido. Verifica-se que as práticas e o bom uso da informação constroem novos produtos e, conseqüentemente, novas informações, visto que o uso da tatuagem é irrestrito e com múltiplas abrangências.

ARTIGO SUBMETIDO EM 18 DE AGOSTO DE 2019

## **1 Conjecturando e escolhendo o conceito de informação**

Em uma sociedade moldada por dinamismo, é imperioso estar ciente das atividades promovidas pelo uso da informação. Além disso, o sujeito recorre aos recursos informacionais para alcançar os seus desejos ou as suas necessidades. Assim, faz-se uso da informação para a construção de novas informações que venham a promover o bem-estar social no âmbito cultural, político, tecnológico ou econômico.

É sabido que a informação, enquanto objeto de estudo, perpassa por diversas áreas do conhecimento com a finalidade de observar o seu comportamento, processamento, compartilhamento, armazenamento, dentre outras ações estimuladas e promovidas pela informação.

Um marco para os estudos da informação é a Teoria Matemática da Informação, dos americanos Shannon e Weaver (1975). No entanto, para os autores, "a palavra informação é utilizada com um sentido especial, que de maneira alguma deverá ser confundido com o de seu uso generalizado. Especificamente, *informação*, não deve, por equívoco, ser compreendida com significado" (SHANNON; WEAVER, 1975, p. 9, grifo do autor). Obviamente, essa teoria não se aplica a todos os estudos que precisam de um conceito maior ou específico. Wersig e Nevelling (1975) compreendiam que o uso e o significado do termo eram justificados, mas deveria haver uma regra para avaliar qual sentido estaria de acordo para cada objetivo.

No discurso científico, conceitos teóricos não são elementos verdadeiros ou falsos ou reflexos de algum outro elemento da realidade; em vez disso, são construções planejadas para desempenhar um papel, da melhor maneira possível. Diferentes concepções de termos fundamentais, como informação, são, assim, mais ou menos úteis, dependendo das teorias (e, ao fim, das ações práticas) para as quais espera-se que dêem suporte (CAPURRO; HJORLAND, 2007, p. 149).

Dessa forma, o decorrer da discussão e o aprofundamento sobre o conceito de informação promove uma profusão conceitual a partir de teóricos como Moles (1969), Wersig (1975), Barreto (1994), Le Coadic (1996), Silva (2006), Ribeiro (2012) e outros. Frente a teóricos com conceitos firmados, é utilizado a que mais se aproxima e se relaciona com a sociedade contemporânea e dinâmica: a "Informação como um fenômeno humano e social, que deriva de um sujeito que conhece, pensa, se emociona e interage com o mundo sensível à sua volta e a comunidade de sujeitos que comunicam entre si" (SILVA, 2006, p. 24). A definição proposta por Silva ainda apresenta elementos caracterizadores da informação, sendo eles:

**estruturação pela acção (humana e social)** – o acto individual e/ou coletivo funda e modela estruturalmente a informação;

**integração dinâmica** – o acto informacional está implicado ou resulta sempre tanto das condições e circunstâncias internas, como das externas do sujeito da acção;

**pregnância** – enunciação (máxima ou mínima) do sentido activo, ou seja, da acção fundadora e modeladora da informação;

**quantificação** – a codificação linguística, numérica figurativa é valorável ou mensurável quantitativamente;

**reprodutividade** – a informação é reprodutível sem limites, possibilitando a subsequente retenção/memorização; e

**transmissibilidade** – a (re)produção informacional é potencialmente transmissível ou comunicável (SILVA, 2006, p. 24).

Internalizando a definição e os elementos caracterizadores a partir de uma imagem, é possível perceber que eles se apresentam e se justificam a partir da relação sujeito-mundo-objeto, vejamos:



**Fig. 1:** Tatuagem Mario Bros. Fonte: Cayooo. Super Mario Bros. Creative Commons, 2011. Disponível em: <https://bit.ly/36G40x8>. Acesso em: 29 out. 2019.



**Fig. 2:** Cartaz Mario Bros pixelado. Fonte: A\_Marga. Mario pixelado. Creative Commons, 2010. Disponível em: <https://bit.ly/36MfYWb>. Acesso em: 29 out. 2019.

Nas figuras 1 e 2, enxergamos a representação do personagem dos games Mario Bros. Analisando-as, podemos perceber os elementos caracterizadores da informação proposta por Silva (2006) quando está presente uma ação que molda a informação de acordo com o interesse, individual ou coletivo. Logo, a informação foi marcada em uma tatuagem e em um cartaz. A integração dinâmica está relacionada com o contexto do sujeito, as motivações internas e externas para representar o Mario das formas supracitadas. As imagens acima demonstram a percepção de como o personagem Mario é visto e como resultou nas figuras demonstradas, por isso a pregnância. Independentemente da forma ou formato em que se apresenta, toda informação pode ser quantificada e se tornar, assim, reproduzível em diversos suportes, como a pele humana e o papel, nos quais é passível de ser comunicada e transferida.

A propósito, o suporte escolhido é relevante. A tatuagem e o cartaz são artes elaboradas e aprovadas com finalidades específicas, até mesmo em relação à sua exposição. Como será explicitado, a tatuagem tem um histórico repellido, mas, ao longo do tempo, assumir uma imagem gravada no corpo se tornou símbolo de enfrentamento ou até mesmo quebra de paradigmas estabelecidos na sociedade. A tatuagem modifica o corpo e a sua exibição provoca inquietações sociais, em função das informações construídas e apresentadas na pele. Por isso, o “trabalho sobre o corpo traz automaticamente consequências sobre o mundo” (RAMOS, 2001, p. 57). Observa-se esses elementos caracterizadores quando Ribeiro (2012, p. 10-11) compreende a informação como

Como conjunto estruturado de representações mentais codificadas (símbolos significantes) socialmente contextualizadas e passíveis de serem registradas num qualquer suporte material (papel, filme, banda magnética, disco compacto, etc.) e, portanto, comunicadas de forma assíncrona e multi-direcionada, [...]. Sendo a Informação um fenômeno humano cuja gênese ocorre no cérebro, em estreita relação com a ação do indivíduo socialmente contextualizada, o estudo deste

fenômeno não pode deixar de nos remeter para abordagens cognitivistas e sociológicas [...].

Como um ativo que fomenta processos sociais em seus diversos âmbitos — políticos, culturais, econômicos, naturais e tecnológicos —, é compreensível um estudo constante e amplo de suas definições em função da transição social e científica, já que a materialidade da informação é dada sob diversos aspectos. A respeito disso, é certo que:

A informação sintoniza o mundo. Como onda ou partícula, participa na evolução e da revolução da consciência do homem em direção à sua história. Como elemento organizador, a informação referencia o homem ao seu destino mesmo antes de seu nascimento, através de sua identidade genética, e durante a sua existência atua na competência em elaborar a informação para estabelecer a sua odisséia individual no espaço e no tempo (BARRETO, 1994, p. 1).

Por isso, Barreto (1994) conduz o entendimento da informação observando aspectos cognitivos e sociais que servem para a construção social, a partir das relações com outros sujeitos, de acordo com as estruturas biológicas, históricas e sociais.

## **2 Tatuagem: produto original de informação semântica e estética**

A informação, quando registrada através de imagem ou texto — a tatuagem —, se torna presente neste trabalho a partir do momento em que ela é um produto humano das vivências do sujeito com o mundo.

Reconhecida como uma antiga manifestação em pele com motivos e finalidades diversas, a tatuagem provém de um passado marginal, quando homens e mulheres, na Europa e na América do século XIX, eram vistos como atrações circenses, tendo seus corpos cobertos de desenhos apresentados ao lado de animais deficientes, anões e gigantes, logo, pessoas consideradas aberrações por não se enquadrarem nos padrões sociais (CARONI; GROSSMAN, 2012, p. 1064).

Peres (2015) discorre que, no século XX, as tatuagens foram usadas por prostitutas, criminosos, prisioneiros e marinheiros, tornando-se popular entre os soldados da Segunda Guerra Mundial. Referindo-se ao Brasil, Peres (2015, p. 5) complementa:

A história da tatuagem se relaciona intimamente à marginalidade e às classes sociais mais baixas. Primeiro os índios desenhavam seus corpos de forma efêmera, depois vieram os colonizadores e marinheiros tatuados, mais tarde, os africanos escravizados foram escarificados e marcados, e então os presos, carroceiros, carregadores, engraxates, jornaleiros, trapicheiros, sapateiros aderiram à prática. Nos anos 60 e 70 as manifestações estudantis pela liberalização e autonomia, e a moda da tatuagem de henna, foi fazendo com que o tatuar virasse notícia nacional. Os filhos da cultura pop e da contracultura apareceram tatuados.

Destarte, Rodriguez e Carreteiro (2014, p. 751) definem a tatuagem como marca ou representação das lembranças vividas eternizadas na pele:

A tatuagem, marca feita a 'agulha e tinta', se prende à carne viva, a desenha, modifica e redesenha, registrando e reatualizando sentimentos e situações importantes para aqueles que se fazem tatuar. Representam lembranças, homenagens, eventos importantes, mudanças de etapa na vida. São datas, símbolos, retratos, com função explicitamente memorial e identitária. Frente às rápidas mudanças com que cada um se depara todos os dias na vida, a tatuagem parece funcionar como algo regular que permanece, como um depósito de memórias ou características próprias que se desejam manter, dar corpo, tornar 'real'.

Os contextos sociais promoveram a tatuagem para uma posição de respeito e aceitabilidade perante a sociedade. Peres (2015, p. 6), em sua definição, elenca as propriedades da tatuagem:

Ao mesmo tempo que é extremamente pessoal é social; além de irreversível (ainda que hoje em dia não mais) é efêmera; marginal e central quando relaciona

as margens da sociedade com seus centros de poder; identifica ao mesmo tempo que diferencia; é capaz de incorporar sentidos desde a institucionalização à subversão; e pode ser considerada uma simples comunicação cotidiana, à uma prática especializada. Ao final, sempre quer dizer alguma coisa. E se torna uma espécie de evocação, uma comunicação que depende do simbolismo e extravasa sua intencionalidade quando é compartilhada.

Assim, a tatuagem comporta elementos informacionais que possibilitam a geração e a reconstrução de sentidos. Mutável de significado e de comportamento diante de um novo contexto ou de um sujeito, é certo que a realidade social em que o sujeito esteja inserido interfere nos processos de interação do homem com o mundo (MOLES, 1969).

A informação comporta um elemento de sentido. É um significado transmitido a um ser consciente por meio de uma mensagem inscrita em um suporte espacial-temporal: impresso, sinal elétrico, onda sonora, etc. Essa inscrição é feita graças a um sistema de signos (a linguagem), signo este que é um elemento da linguagem que associa um significante a um significado: signo alfabético, palavra, sinal de pontuação (LE COADIC, 1996, p. 5).

A informação visual por meio da tatuagem demonstra formas de apresentar elementos informacionais de sentido perante o meio em que se encontra. A tatuagem é um registro escolhido para registrar uma informação contextualizada e elaborada a partir de relação dialógica, com o intuito de marcar algo para ser lembrado.

Essa relação ocorre a partir da interação verbal, com o uso da linguagem, entre o tatuador e o sujeito a ser tatuado, com a intenção de definir a tatuagem a ser registrada. Normalmente, o sujeito a ser tatuado tem um tema e/ou uma ideia do que deseja. Para tanto, é no intercâmbio verbal que surge o objeto delineado de informação, a tatuagem.

Assim, a personalidade que se exprime, apreendida, por assim dizer, do interior, revela-se um produto total da inter-relação social. A atividade mental do sujeito constitui, da mesma forma que a expressão exterior um território social. Em consequência, todo o itinerário que leva a atividade mental (o 'conteúdo a exprimir') à sua objetivação externa (a 'enunciação') situa-se completamente em território social. Quando a atividade mental se realiza sob a forma de uma enunciação, a orientação social à qual ela se submete adquire maior complexidade graças à exigência de adaptação ao contexto social imediato do ato de fala, e, acima de tudo, aos interlocutores concretos (BAKHTIN, 1999, p. 117).

Tal relação é importante para que os sujeitos envolvidos exponham seus enunciados de acordo com suas vivências e pensamentos. Assim, a tatuagem deve enunciar o que o sujeito deseja, e também celebrar uma relação discursiva entre tatuador e sujeito.

A criação de uma tatuagem, como uma arte, é dada por motivos infinitos, é uma informação de caráter individual, mas com justificativas concretas e eloquentes sobre pensamentos, fatos e conjecturas da existência enquanto ser social. Ou seja, é do social para o social, não uma ação isolada do sujeito. Por isso,

Todo o verbal no comportamento do homem (assim como os discursos interior e exterior) de maneira nenhuma pode ser creditado a um sujeito singular tomado isoladamente, pois não pertence a ele, mas sim ao seu grupo social (ao seu ambiente social) (BAKHTIN, 2012, p. 86).

Nesse ponto, Gonçalves, Oliveira e Neves (2016, p. 111) acrescentam:

O homem enquanto ser cognitivo que processa informações para elaborar conhecimentos faz uso de diversas linguagens para transmitir ideias e sentimentos, realizando assim o ato da comunicação. Podemos, então, apontar como embasamentos formais para a elaboração da linguagem recursos internos e externos e sua inter-relação, através de construtos de elementos culturais e cognitivos dos indivíduos, resultando em sistemas simbólicos de representação e de comunicação.

Em uma mensagem, seja ela visual ou oral, a originalidade e a banalidade são dois aspectos considerados em relação à informação. Vejamos uma passagem de Moles (1969, p. 185) como exemplo e breve pensar:

Assim, uma mesma página impressa possui um repertório diferente e uma informação diferente, para um selvagem ou uma criança, que leem as manchas luminosas aparentes na superfície, em um desenho caprichoso; para uma um corretor de imprensa ou um estrangeiro não dominando a língua, que leem as letras; para um leitor comum, que lê as palavras; para um paginador, que lê os blocos de caracteres. Cada um tem seu repertório, cada um aí encontra sua redundância e sua originalidade próprias, funções de seus conhecimentos, de seus hábitos mentais, de sua educação. Praticamente, quando falamos da informação de um texto escrito ou impresso, nós nos referimos implicitamente à retirada por um 'leitor' médio, que lê as palavras e as reúne em função de conhecimentos globais supostamente possuídos pelo grupo social de indivíduos, tendo aproximadamente a mesma cultura estatística (MOLES, 1969, p. 185).

Adiante, o mesmo autor discorre sobre outra possibilidade envolvendo o mesmo receptor, o leitor, da citação acima:

Que aconteceria então se esse receptor, em consequência de sua cultura, de seus conhecimentos anteriores ou por um outro motivo, possuísse um conhecimento cada vez mais aprofundado, cada vez mais extenso sobre a mensagem que lhe é transmitida, sobre seus modos de estruturação, sobre seus símbolos e sua frequência, etc.? (MOLES, 1969, p. 185).

De tal forma, é esclarecedor e válida as inferências, inspirações e influências apresentadas do sujeito na sociedade frente a situações de informação. Percebe-se que a subjetividade está presente de um modo exterior e interior na criação ou na recepção da informação e isso tem relação com aspectos originais e redundantes. De acordo com Oliveira (2006, p. 56), "quanto mais original é a imagem, mais ela consegue um modo de se sustentar (ao mesmo tempo, cumprindo suas funções e quebrando as normas estéticas vigentes)".

A originalidade está relacionada ao desconhecimento, enquanto a redundância ao conhecimento. Se o sujeito possui conhecimento sobre algo, "a informação é nula, a redundância é de 100%, a mensagem é sem interesse, banal [...]" (MOLES, 1969, p. 186). Assertivamente, Moles (1969, p. 188) afirma: "haverá sempre algo a tirar, uma informação residual a buscar".

Envolto na originalidade e banalidade — redundância — da informação, Moles aponta para a mensagem que traz a Informação Semântica (IS) e a Informação Estética (IE) quando percebidas através de uma música, um quadro, uma escultura, um jornal, dentre outros. Dessa forma, "o ponto de vista semântico é uma pergunta feita ao mundo exterior relativamente ao seu estado, à sua evolução material e devendo preparar decisões, decisões de atos presentes ou futuros, decisões de atitudes" (MOLES, 1969, p. 188, grifo do autor). Assim, é imprescindível a compreensão da IS e da IE em uma imagem e os aspectos que diferem entre elas.

A elaboração de um discurso, uma ideia ou um desenho tende a representar a associação lógica da informação acerca de um assunto específico. Hoje, observa-se a tatuagem como um conjunto imbricado de informação e, para uma clara compreensão, é importante analisá-la a partir da IS e da IE, pois os acontecimentos percebidos e representados cognitivamente por cada sujeito são codificados em uma imagem a fim de transmitir uma mensagem provida de sentido e realismo.

Toda informação é informação semântica em função do seu significado, pois a IS comporta sentido, sendo de uma lógica universal, estruturada, enunciável, traduzível numa língua estrangeira, que, na concepção behaviorista, serve para preparar ações (MOLES, 1969, p. 192). Sobre a IS, Coelho Netto (1973, p. 10) defende que:

Pertencendo ao nível da razão, a informação semântica seria uma estruturação de símbolos previamente codificados, manipulados com certa lógica, do domínio de um grupo relativamente amplo de indivíduos (uma matriz sociocultural) e que levaria de um para o outro desses sujeitos (fonte receptor) uma certa mensagem de caráter nitidamente utilitário, isto é, uma mensagem útil para o receptor, que lhe serve como instrumento para algo bem definido.

A fim de um melhor entendimento sobre a IE, pensemos que “a palavra estética é derivada do idioma grego; vem da palavra ‘aisthetikós’, que por sua vez deriva de ‘aisthanasthai’, e quer dizer perceber, sentir” (OLIVEIRA, 2006 p. 29). A estética é sempre pensada em relação ao belo, mas o belo deve ser normatizado pelo gosto individual do sujeito e não por imposição social de quem detém o poder. Para a IE, temos que:

Intraduzível, se refere em lugar de um repertório universal, ao repertório dos conhecimentos comuns ao transmissor e receptor e fica teoricamente intraduzível numa outra ‘língua’ ou sistemas de símbolos lógicos, pois essa outra língua não existe. Pode-se reaproximá-la do conceito de informação pessoal (MOLES, 1969, p. 192).

É interessante citar que Moles (1969, p. 193) acreditava que a IE não possuísse nenhum caráter utilitário, por não permitir ao sujeito tomar uma atitude. No entanto, Coelho Netto (1973, p. 10) é contrário a esse pensamento, pois “a informação estética, pertencendo ao nível da percepção sensível, se colocaria num plano absolutamente oposto ao da informação semântica (nível da razão)”. O autor ressalta que, mesmo havendo essa oposição, o conhecimento adquirido pelo sentido e o conhecimento adquirido pela razão complementam um ao outro.

Diante de tais conflitos de ideias, é possível refletir e questionar: os indivíduos se tornam sujeitos por serem interpelados pela sociedade e suas estruturas ideológicas, logo, aqueles que são inspirados por uma música, um poema, uma obra de arte, são ou não movidos para a consecução de suas ações?

Perante a infinidade e à possibilidade de se incorporar, interiorizar e reelaborar a informação que renova o sujeito e faz o mundo girar, e das considerações apresentadas, seguem os critérios sugeridos por Coelho Netto (1973, p. 13-14), também apontado por Moles, para distinguir a informação semântica da estética. São eles: logicidade, circulação, traduzível e esgotamento. Vejamos.

## **2.1            Logicidade**

**Informação semântica:** a existência da lógica em uma informação é o que permite o entendimento e a compreensão de uma mensagem e a eficácia da comunicação. Exemplo: “Siga em frente” / “ $1+1=2$ ”.

**Informação estética:** “Não tem, necessariamente, que recorrer aos postulados da lógica universal; ela pode ou não fazê-lo, e a ausência de lógica não impede sua existência nem degrada seu valor” (COELHO NETTO, 1973, p. 13). Exemplo: a interpretação da Figura 3, o personagem Mario, permite diversas interpretações. Mesmo sem lógica transparente, porém, para o artista da obra ou para quem observa, e de acordo com repertório intelectual e individual, os elementos reunidos comportam sentido lógico para interpretação da imagem.





**Fig. 3:** Mario Bros. Fonte: Tonkr, Sari. "Mamma mia!". Creative Commons, 2012. Disponível em: <https://bit.ly/2Cshm2o>. Acesso em: 29 out. 2019.

Percebe-se que a lógica em uma imagem é conjunto de informação (cores, espaço, disposição dos objetos) que gerem sentido, pois esses itens em conformidade compõem uma unidade coerente para um sujeito.

## 2.2 Circulação

**Informação semântica:** a mensagem que possui elementos semânticos deve ser compreendida pelos membros de um mesmo grupo social. Exemplo: "Siga em frente", entendido por quem fala português; " $\pi$  (Pi) = 3,14", além de  $\pi$  ser uma letra grega, é uma informação compreendida por matemáticos, ou seja, uma informação de circulação restrita.

**Informação estética:** "Não necessita, para ser caracterizada, de um amplo circuito de receptores, podendo mesmo restringir-se a uma comunicação interpessoal, e continua a existir como tal mesmo que haja apenas uma fonte e ninguém apto a recebê-la, a entendê-la" (COELHO NETTO, 1973, p. 13). Exemplo: uma tela de arte não exposta ao público.



**Fig. 4:** Tatuagem Mario voando. Fonte: The Pug Father. Flying Mario tattoo. Creative Commons, 2011. Disponível em: <https://bit.ly/2Q0iyBZ>. Acesso em: 29 out. 2019.

Na Figura 4, vê-se a tatuagem do Mario na barriga de um sujeito. Imaginemos que esse sujeito não tenha o hábito de expor a sua arte, e de acordo com o critério de circulação da IE, o fato de essa tatuagem nunca ser exposta não perde o seu sentido, pois a sua existência não precisa ser aceita por membros de um mesmo grupo social, como ocorre na IS. Sendo assim, o sentido informacional da tatuagem importa apenas para o sujeito tatuado.

### 2.3 Traduzível

**Informação semântica:** é passível de tradução de uma linguagem para outra, de um sistema de símbolos para outro, de um meio ou canal para outro. Exemplo: "Siga em frente" = *Go ahead* (inglês) / *Allez* (Francês) / *Vorangehen* (alemão).

**Informação estética:** não é traduzível, Coelho Netto (1973, p. 14, grifo do autor) postula existir "[...] uma eventual possibilidade de *recriação* da informação original, mas já esta recriação implica na mutilação, na transformação da informação, que só existe integralmente sob a forma que lhe atribuiu à fonte e em nenhuma outra mais".

Na figura 5, notamos a reprodução do Mario por meio de uma tatuagem. É válido ressaltar que, mesmo o vetor cultural traduzindo as imagens ou dizeres em outras imagens e dizeres, a integridade da informação original não é mantida. O próprio Coelho Netto (1973, p. 14) alerta que "uma tela só transmitirá sua informação particular enquanto permanecer ela mesma, isto é, enquanto tela, enquanto aquela tela", logo, qualquer outra tentativa de tradução é uma recriação de uma obra original.



**Fig. 5:** Tatuagem Mario. Fonte: D.A.Otee. MARIO!!!. Creative Commons, 2012. Disponível em: <https://bit.ly/32u17MO>. Acesso em: 29 out. 2019.

Assim, a tradução do personagem Mario, na figura 5, não reproduz o Mario criado por Shigeru Miyamoto, pois a tradução de uma imagem implica em reproduzir a imagem com o mesmo traçado, as mesmas cores e conseqüentemente, no mesmo suporte.

## 2.4 Esgotamento

**Informação semântica:** a mesma informação obtida por mais de uma vez é desprovida de novidade ou originalidade, logo, é redundante e previsível. Exemplo: diálogo entre duas pessoas sobre a localização da loja X:

— Onde fica a loja X?

— Fica no 2º andar.

Se, em outro momento, a mesma pessoa que pergunta sobre a loja X repete o questionamento ao mesmo respondente e obtém a mesma resposta, confirma-se que houve um esgotamento de informação. No entanto, esse esgotamento poderia ser prolongado se o respondente oferecesse novas alternativas para a localização da loja X, como: à direita da loja Y ou em frente à loja Z, dentre outras opções.

**Informação estética:** "A mensagem estética de uma obra não se esgota facilmente, e pode mesmo nunca se esgotar. [...]" (COELHO NETTO, 1973, p. 14). Exemplo: a leitura e releituras de um livro como *Alice no País das Maravilhas*; o ouvir de uma canção ou ainda a contemplação de uma pintura.

Findando a compreensão acerca das duas informações, estética e semântica, uma bola será sempre uma bola, pois será sempre redonda, mas esteticamente ela pode ser de papel ou qualquer outro material, ou ainda colorida e esportiva, no entanto, semanticamente ela não deixa de ser reconhecida como uma bola.



**Fig. 6:** Tatuagem Mario Jedi. Fonte: ANJRUEJ. Jedi Mario. Creative Commons, 2009. Disponível em: <https://bit.ly/2WVHf41>. Acesso em: 29 out. 2019.

A tatuagem do Mario é um exemplo a ser compreendido no critério "esgotamento". Mario é o personagem principal de uma franquia de jogos de *videogame* e a sua representação pode ser feita de diferentes formas, pois o comportamento do personagem é expressado conforme a sua trajetória no jogo, tendo suas feições modificadas de acordo com as versões dos jogos, as fases e as conquistas. Os trajés também podem receber algum complemento, como é visto na Figura 6, em que o Mario recebe uma túnica, um cinturão e uma espada representando um jedi, logo, não se esgotam as possibilidades que o personagem Mario propõe para uma tatuagem.

Todavia, o sujeito a ser tatuado pode querer uma tatuagem mantendo apenas a fisionomia do personagem e dar a ele outro contexto que não seja referente ao jogo de videogame. De fato, os critérios facilitam a compreensão da informação a partir da tatuagem, pois, serve para dar sentido à informação não oralizada e direcionar o sujeito para um conhecimento de como a tatuagem se mantém e age em uma unidade singular e plural como o corpo na sociedade.

Os critérios dão possibilidades ao pensamento humano em questionar se uma imagem é de uma lógica comum a todos que a visualizem, se circula apenas entre membros de um grupo, se a tentativa de tradução se aproximou do objeto original e ainda se a criatividade foi utilizada para evitar o esgotamento. Por isso, esses critérios demonstram as capacidades de uso da informação de um sujeito, seja ele tatuado ou não.

### **3 Conclusões reflexivas**

O estudo da informação é contínuo e constata-se que o conceito a ser utilizado está de acordo com os objetivos de cada pesquisador, sendo assim, haverá conceitos apropriados para todas as às áreas do conhecimento.

Observou-se a construção da informação a partir da tatuagem proveniente de um desenvolvimento social. O seu elemento principal, a informação, mantém assiduidade em todos os contextos espaciais e temporais. Devido ao processo dialógico existente, é possível que a informação modifique estados de ordem interna e externa do sujeito em função da interação social e informacional. De tal forma, estar no mundo garante o uso da informação para dialogar, construir e gerar sentido aos nossos atos.

A tatuagem é um produto de informação e é um ato comunicativo. A sua importância é social, não individual, caso contrário não haveria registro de estigma em seu histórico. Ressalta-se, porém, que uma maior aceitação não significa erradicação do preconceito em torno de uma arte milenar e consagrada.

Uma vez que o uso da informação é irrestrito e com múltiplas abrangências, é preciso ampliar o estudo da informação semântica e estética para compreensão da imagem visual, pois a interpretação de uma imagem, além de promover novas informações, está totalmente relacionada com as propriedades cognitivas e sensitivas do sujeito.

Por fim, é entendido que a tatuagem faz parte de um processo criativo em que o objeto "informação" é componente principal para satisfação de um desejo humano, e que essa arte, mesmo em pele humana, é possível de ser preservada, garantindo assim o registro contextualizado de um povo e resguardando a memória.

## Referências

BAKHTIN, M. **Marxismo e Filosofia da Linguagem**. 9. ed. São Paulo: Hucitec, 1999.

BAKHTIN, M. **O freudismo**: um esboço crítico. 2. ed. São Paulo: Perspectiva, 2012.

BARRETO, A. A. A questão da informação. **Revista São Paulo em Perspectiva**, São Paulo, v. 8, n. 4, 1994. Disponível em: <<http://bogliolo.eci.ufmg.br/downloads/BARRETO%20A%20Questao%20da%20Informacao.pdf>>. Acesso em: 25 out. 2019.

CAPURRO, R.; HJORLAND, B. O conceito de informação. **Perspectivas em Ciência da Informação**, Belo Horizonte, v. 12, n. 1, p. 148-207, jan./abr. 2007. Disponível em: <<http://bogliolo.eci.ufmg.br/downloads/CAPURRO.pdf>>. Acesso em: 25 out. 2019.

CARONI, M. M.; GROSSMAN, E. As marcas corporais segundo a percepção de profissionais de saúde: adorno ou estigma? **Ciência & saúde coletiva**, Rio de Janeiro, v. 17, n. 4, p. 1061-1070, abr. 2012. Disponível em: <[http://www.scielo.br/scielo.php?script=sci\\_arttext&pid=S1413-81232012000400027&lng=en&nrm=iso](http://www.scielo.br/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1413-81232012000400027&lng=en&nrm=iso)>. Acesso em: 24 out. 2019.

COELHO NETTO, J. T. **Introdução à teoria da informação estética**. Petrópolis, RJ: Vozes, 1973.

GONÇALVES, E. F.; OLIVEIRA, R. A.; NEVES, D. A. B. Análise da informação imagética: uma abordagem sob a perspectiva cognitiva. **Em Questão**, Porto Alegre, v. 22, n. 3, p. 110-135, set./dez. 2016. Disponível em: <<http://seer.ufrgs.br/index.php/EmQuestao/article/view/59905>>. Acesso em: 18 out. 2019.

LE COADIC, Y.-F. **A ciência da informação**. Trad. Maria Yeda F. S. Filgueiras Gomes. Brasília: Briquet de Lemos, 1996.

MOLES, A. **Teoria da informação e percepção estética**. Rio de Janeiro: Tempo Brasileiro, 1969.

OLIVEIRA, S. R. **Imagem também se lê**. São Paulo: Rosari, 2006.

PERES, R. L. P. Etimologia e semântica da palavra tatuagem. **Ruta**, Barcelona, ESP, n. 6, 2015. Disponível em: <[https://ddd.uab.cat/pub/ruta/ruta\\_a2015n6/ruta\\_a2015n6a3.pdf](https://ddd.uab.cat/pub/ruta/ruta_a2015n6/ruta_a2015n6a3.pdf)>. Acesso em: 19 out. 2019.

RAMOS, C. M. A. **Teorias da Tatuagem**: corpo tatuado: uma análise da loja Stoop Tattoo da Pedra. Florianópolis: Ed. UDESC, 2001.

RIBEIRO, F. Organização e uso da informação: conhecer bem para bem representar. **IRIS - Revista de Informação, Memória e Tecnologia**, Recife, v. 1, n. 1, p. 7-16, jul./dez. 2012. Disponível em: <<https://pdfs.semanticscholar.org/83ad/00fe2ebb0c471123bb2543147231bef2e61b.pdf>>. Acesso em: 20 out. 2019.

RODRIGUEZ, L. S.; CARRETEIRO, T. C. O. C. Olhares sobre o corpo na atualidade: tatuagem, visibilidade e experiência tátil. **Psicologia Social**, Belo Horizonte, v. 26, n. 3, p. 746-755, set./dez. 2014. Disponível em:

<[http://www.scielo.br/scielo.php?script=sci\\_arttext&pid=S0102-71822014000300023&lng=en&nrm=iso](http://www.scielo.br/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S0102-71822014000300023&lng=en&nrm=iso)>.  
Acesso em: 20 out. 2019.

SHANNON, C. E.; WEAVER, W. **A teoria matemática da comunicação**. São Paulo: DIFEL, 1975.

SILVA, A. M. **A Informação**: da compreensão do fenómeno e construção do objecto científico. Porto, POR: Ed. Afrontamento, 2006.

WERSIG, G.; NEVELING, U. Os fenômenos de interesse para a ciência da informação. **Information Scientist**, v. 9, n. 4, p. 127-140, dez. 1975. Disponível em: <<https://pt.scribd.com/document/196242690/Os-fenomenos-de-interesse-para-a-ciencia-da-informacao-Wersig-Neveling-pdf>>. Acesso em: 24 out. 2019.