

DA TATUAGEM À IDENTIDADE DO CONSUMIDOR:

O CASO DOS HOMOSSEXUAIS MASCULINOS

Autor(a): MARIO JOSÉ DE OLIVEIRA

Banca examinadora: Prof^a Dr^a Irene Raguelet Troccoli (presidente e orientadora); Prof^a Dr^a Cecilia Lima de Queirós Mattoso; Prof^a Dr^a Denise Franca Barros (FGV/RJ)

RESUMO

No campo do comportamento do consumidor, um aspecto muito estudado é a relação entre as posses e o eu estendido, conforme alguns produtos adquirem significado substancial para o indivíduo e passam a sinalizar aspectos particularmente importantes de sua personalidade frente a terceiros. É neste particular que, no Marketing, encontra aplicação a teoria do eu estendido, que consiste no eu somado às posses: algumas posses passam a ser não somente uma manifestação da autoimagem de uma pessoa, mas parte integral de sua autoidentidade. Neste contexto, torna-se particularmente importante o consumo de tatuagens, pelo seu aspecto ligado ao eu físico e ao seu tangenciamento à corporeidade, em contraposição a grande parte dos produtos tradicionalmente associados ao eu estendido. Esta dissertação, de abordagem qualitativa, investigou como se dá o uso de tatuagens enquanto expressão da identidade do consumidor homossexual masculino que assume sua sexualidade. Subsidiariamente, ela avaliou a centralidade do corpo para estes homens, como a tatuagem atua nessa centralidade, se a tatuagem compõe o seu eu estendido, se a escolha de tatuagens por parte destes homens obedece algum tipo de padrão, e se há particularidades individuais intervenientes no seu consumo de tatuagens. Utilizando-se da técnica da análise de discurso, as evidências primárias obtidas no campo por meio de entrevistas com oito homossexuais indicaram que, embora as tatuagens sirvam como expressão da identidade conforme são utilizadas na projeção das personalidades de seus donos e de seu modo de vida, de sentimentos especiais, e da representação de eventos que lhes sejam relevantes, esta expressão nem sempre se mostrou relacionada à sexualidade.

PALAVRAS-CHAVE: Comportamento do Consumidor. Eu estendido.
Tatuagem. Identidade. Homossexual Masculino. Corpolatria.