

VIII Congreso Virtual Internacional Transformación e Innovación en las Organizaciones
(diciembre 2020)

INNOVACIÓN EN LA INDUSTRIA DEL TATUAJE: MARCO CONTEXTUAL EN MÉRIDA YUCATÁN

Mónica Anahí Meza Sulú¹
Valentín Alonso Novelo²
Gustavo Barredo Baqueiro³
Gabriel Aguilera Mancilla⁴
Laura Leticia Gaona Támez⁵

¹ Licenciada en Diseño Gráfico Digital, Crewtive Baus; mezasulu@hotmail.com

² Doctor en Administración, Universidad Autónoma de Yucatán; valentin.alonso@correo.uady.mx.

³ Doctor en Gestión, Universidad Autónoma de Yucatán; valentin.alonso@correo.uady.mx.

⁴ Doctor en Administración y Alta Dirección, Universidad Autónoma de Coahuila;

g.aguilera.mancilla@uadec.edu.mx. ⁵ Doctora en Administración y Alta Dirección, Universidad Autónoma de Coahuila; lauragaonatamez@uadec.edu.mx

Resumen

En este trabajo se aborda el tema de la industria del tatuaje. Se hace referencia a los tatuajes, qué son y como se realizan, los distintos tipos que existen y de técnicas que se emplean actualmente, de cómo han cambiado a través del tiempo en todo el mundo y como en la actualidad esta industria ha crecido y se ha vuelto una fuente de trabajo e ingresos para muchas personas.

También se tratan otros aspectos que engloban el contexto de portar un tatuaje como limitaciones laborales, discriminaciones y la higiene y salubridad que la industria debe mantener.

Finalmente, se realiza una descripción del contexto de esta industria en la ciudad de Mérida, Yucatán, información que será relevante para estudios futuros, ya que esta ciudad es conocida por ser muy tradicional y conservadora, sin embargo, se encuentra en gran crecimiento con llegada de mucha población de otros estados de México y del extranjero.

Palabras clave: Tatuajes, Discriminación laboral, Salubridad e higiene en establecimientos

Abstract

This work addresses the tattoo industry. References are made to tattoos, what they are and how they are done, the different types that exist, the diverse techniques that are currently used, how they have changed over time throughout the world and how nowadays this industry has grown and developed to become a source of work and income for many people.

Other aspects that encompass the context of wearing a tattoo are also discussed, such as work limitations, discrimination and the hygiene and healthiness that the industry must maintain.

Finally, a description of the context of this industry in the city of Mérida, Yucatán is made, information that will be relevant for future studies, since this city is known for being very traditional and conservative, however, it is in great growth with arrival of a large population from other states of Mexico and abroad.

Keywords: Tattoos, Labor discrimination, Healthiness and hygiene in establishments

Introducción

El arte de los tatuajes ha cambiado mucho, ante la incorporación de tintas con composición más caracterizada, diseños más estéticos de los que se realizaban antes, adicionalmente hoy en día los tatuajes se realizan con maquinaria especializada, agujas esterilizadas, tintas especiales para la piel, mucho más amigables sin que la persona corra riesgo de intoxicarse o tenga una reacción alérgica. Por lo consiguiente muchas personas dedicadas a esta labor tienen normas de higiene más estrictas además que existen diversos estilos de tatuajes, que se pueden plasmar en la epidermis de las personas.

Metodología

Para la localización de los documentos bibliográficos se utilizaron varias fuentes documentales. También se realizó una búsqueda en internet en el buscador “google académico”.

Concepto de tatuaje.

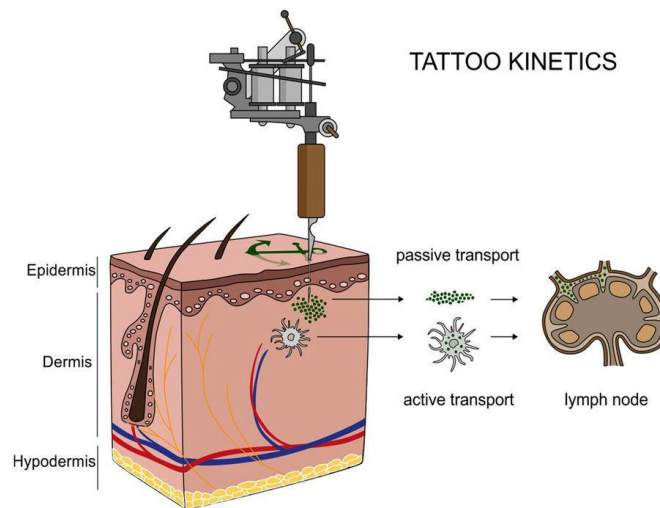
El origen de la palabra tatuaje es algo incierto, la palabra tatuaje posiblemente proviene del samoano⁶ “*tátua*”, que significa golpear o de la antigua práctica de crear un tatuaje por medio del golpeteo de un hueso contra otro sobre la piel (Ganter, 2005).

Para Ganter (2005) un tatuaje es una herida que se ha formado en las capas profundas de la piel, las que se denominan como dermis (segunda capa de piel más profunda, a diferencia de la epidermis, primera capa la cual protege a los órganos de todo). Se realiza penetrando la piel con una aguja e inyectando tinta insoluble en la zona, creando un diseño pudiendo este ser un dibujo, fotografía o forma.

⁶ Lengua austronesia del grupo malayo-polinesio oriental, originaria de Samoa y hablada principalmente en ese país, en la vecina colonia estadounidense de Samoa Americana y en Nueva Zelanda.

La Ley General de Salud (2006) de México, señala que un tatuador, es una persona que “graba dibujos, figuras o marcas en la piel humana, que se realizan introduciendo colorantes bajo la epidermis con agujas u otro instrumento por las punzadas previamente dispuestas”, lo que entenderemos que son tatuajes (D.O.F., 2006).

Figura 1. Elementos de un tatuaje



Fuente: 360 Markets Updates (2019)

Procedimiento de realización de un tatuaje.

De conformidad con el informe Global Tattoo Ink Market Insights, Forecast to 2025 (2019) el procedimiento de llevar a cabo un tatuaje consta de tres etapas, incluyendo el comportamiento del consumidor, investigación de la cual de deriva el presente trabajo (360 Market Updates, 2019).

Actualmente gran parte de los estudios de tatuaje, cuentan con equipo moderno y cumplen con reglas básicas de higiene y sanidad. Se pueden encontrar dedicados a diferentes técnicas y con diversos precios para plasmar este tipo de arte en el cuerpo, ya que hay trabajos de diferentes tamaños y estos pueden ser con colores o solo con negro.

Independientemente del lugar y precio, siempre se sigue este proceso:

1. La decisión del tatuaje: El que una persona encuentre un diseño para plasmar en su piel conlleva un proceso largo, junto con una gran indecisión, pueden ser ideas referenciadas o existentes o ser un diseño único elaborado por el tatuador. Diversos motivos internos y externos pueden tener un gran peso a la hora de tomar la decisión sobre que tatuarse, algunos tatuajes son tan pequeños que pueden ser cubiertos con la ropa u otro trabajo posterior, en otros casos son tan grandes que es complicado cubrirlo con otro o con alguna otra técnica para eliminar tatuajes. Incluso el diseñador puede llegar a tener dudas sobre cómo quedará plasmado, lo cual acrecienta la inseguridad del cliente y recipiendario en la mayoría de los casos.

Aquí se hace énfasis del comportamiento del consumidor pues el cliente potencial necesita realizar un “*scouting*”⁷ riguroso para encontrar el tatuaje y el artista (tatuador) que se adapte a sus necesidades o incluso exigencias, ya sea de estilo, precio, ubicación, entre muchos otros factores que se toman en cuenta por mencionar los más relevantes.

2. El tatuado: El tiempo de realización depende tanto del tatuador, como del cliente y del diseño en general del trabajo. En la mayoría de las ocasiones consta de varias sesiones para terminar un diseño, esto se debe a el dolor percibido por el cliente o por el cansancio del tatuador. En la relación cliente-proveedor se llegará a un común acuerdo ante estas situaciones. Es de relevancia tomar en consideración que cuando se lleva a cabo la labor, la misma puede ser dolorosa para que la recibe en su cuerpo, como una herida o una quemadura, y puede durar un par de horas dependiendo del tamaño absoluto de este trabajo

⁷ El *scouting* es un tipo de investigación de mercado, el cual se realiza in situ, con la finalidad de recabar información cualitativa, acorde a las necesidades del estudio en cuestión. Dicho en otras palabras, consiste en ir a donde se encuentra la fuente de los datos (sea una persona o sea un ente comercial), con la finalidad de conocerlo mejor (Iniesta, 2017).

3. Curación: Esta etapa consiste en la cicatrización del tatuaje, ya que como se mencionó es prácticamente una herida abierta, destacando que cuando se elabora hay personas que llegan a sangrar por el raspado de la piel que hacen las agujas.

El tiempo de curación está relacionado con el organismo de quien se tatuó y los cuidados que se procure a sí mismo, comúnmente se curan con pomadas y no exponiéndose al sol, pues podría tener grandes repercusiones si no tiene la debida atención y pulcritud.

El mercado del tatuaje

The Wall Street Journal calificó la industria del tatuaje como un negocio impresionante, el mercado del tatuaje ha reportado un crecimiento a nivel mundial, solamente en los Estados Unidos se estima que ha logrado ingresos cercanos a 1,600 millones de dólares (360 Market Updates, 2019)

En México, la industria de los tatuajes se ha vuelto un negocio rentable para los partícipes en este país de América Latina. México está considerado como uno de los tres primeros países latinoamericanos en tener el mayor índice de personas tatuadas (Medina, 2019).

García de la Cadena (2014) de conformidad a información oficial, estima que cerca de 12 millones de personas están tatuadas, es decir una de cada 10 personas en dicho país tiene un tatuaje. Eso coloca a México como el número uno en América Latina (García de la Cadena, 2014).

En el mercado mexicano es cada vez más grande, la extensión de esta industria hacia diferentes ciudades, por lo tanto, los tatuadores se especializan y van diversificando sus técnicas lo que les permite desarrollar más estilos para generar

variedad de opciones para los diferentes tipos de mercados que éstos pueden llegar a atender.

Situaciones como las planteadas anteriormente le han permitido crecer tanto comercialmente como ser aceptada socialmente. La oferta en el mercado ahora incorpora otras alternativas, como es el tatuaje cosmético, a diferencia del tatuaje artístico el cual abarca formas, dibujos, retratos entre otros; el tatuaje cosmético se especializa en la marcación de la cara como lo son las cejas, ojos y labios, simulando el maquillaje en el caso de las mujeres. Curiosamente estos no son criticados ni rechazados como suele pasar con los tatuajes tradicionales.

Sin embargo, este sector aún tiene muchos retos, principalmente por falta de la profesionalización de los que laboran en él, que se autodenominan como tatuadores profesionales y que realmente no cuentan con el conocimiento adecuado, ni tienen las credenciales, permisos y experiencia suficiente para dedicarse a esta labor. En la actualidad se pueden encontrar tatuadores en las calles, mercados e innumerables lugares insalubres y no aptos para este tipo de giro (Notimex, 2017).

Los tatuajes como industria en crecimiento.

De acuerdo con 360 Markets Update (2019) un sitio web de información financiera estadounidense que proporciona noticias de negocios, análisis y datos del mercado de valores, la industria del tatuaje a nivel global aumentará su valor a 130 millones de dólares estadounidenses en el 2025, en comparación de los 83 millones de dólares estadounidenses en los que estaba valuado en el 2018, es decir se espera aumenta el 5.6% durante el período pronosticado.

Figura 2. Crecimiento de la industria del tatuaje



Fuente: 360 Markets Update (2019)

La elección del color de tatuaje es primordial para la estética del consumidor, ya que éste dará el toque final al tatuaje, es decir proporcionará los pigmentos al arte final. Sin embargo, las tintas negras y grises siguen siendo las más utilizadas, ya que en 2016 el consumo global de tatuajes negros y grises fue por parte de de aproximadamente de 293,600 personas e incrementó de 237,990 personas en 2012, con una tasa promedio de aumento del 5.39%.

Europa y América son las mayores regiones donde se incrementa la solicitud de este servicio. Cada día son más personas tatuando y personas tatuándose, por lo que el consumo mundial de tinta para tatuajes seguirá aumentando. Durante los últimos cinco años, el consumo global de compras de tintas aumentó de 376.44 millones de dólares en 2012 a 465.6 millones de dólares en 2016. En el futuro, la industria de la tinta del tatuaje será cada vez más mayor (360 Market Updates, 2019).

Respecto a los consumidores de tatuaje, el informe Covid-19's Impact to Global Tattoo Ink Market Research Report 2020, Forecast to 2025 (2019), señala a los

jóvenes entre 18 y 30 años como potenciales consumidores y solicitantes de este servicio, pues son quienes tienen más probabilidad de tatuarse debido a grandes influencias que se topan día con día a través de medios masivos como televisión y redes sociales activas (Research Reports World, 2020).

Durante la última década, y especialmente durante los cinco años hasta el 2019, los tatuajes se han vuelto populares. Estos anteriormente eran adoptados por las subculturas urbanas, en la actualidad el estigma que rodea a los tatuajes se ha desvanecido en gran medida, como reflejo, aproximadamente tres de cada 10 estadounidenses tienen un tatuaje y esa proporción aumenta día con día (IBISWorld, 2020).

El futuro de la industria del tatuaje será cada vez más grande, se estima que aumente un 6.54% durante el año 2020.

Tatuajes: Discriminación laboral y social.

En México aún existe discriminación hacia las personas que tienen tatuajes en el cuerpo tanto en el ámbito laboral como social. México se cataloga como un país católico, debido a esto crecen mucho más los estigmas sociales del usar un tatuaje pues se cree que va en contra de dicha religión. Además de tener tabúes y la cultura que se ha inculcado de que las personas tatuadas son delincuentes o adictos a estupefacientes (García de la Cadena, 2014).

De acuerdo con la primera Encuesta Nacional sobre Discriminación realizada por la Secretaría de Desarrollo Social (Sedesol), el 67.1 % de las personas que fueron entrevistadas afirmaron que no contratan a una persona con tatuajes visibles por darle un aspecto sucio, lo que demuestra la discriminación en el ámbito laboral. Esto expone que aún sin haber entablado una comunicación previa entrevista para verificar sus capacidades intelectuales y competencias hacia el trabajo a desempeñar, simplemente por su aspecto físico negarían su participación en el proceso de reclutamiento de un trabajo para abrirse un camino en el ámbito laboral.

OCC Mundial, una bolsa de trabajo global realizó una encuesta a más de 2 mil 300 usuarios en México, para conocer las principales causas de discriminación laboral en el país. Según los resultados de esta, la primera causa de discriminación es la falta de experiencia laboral, seguidos por la edad y el aspecto físico que ocupa el tercer lugar. El cuarto sitio es la condición socioeconómica y el quinto por embarazo (García de la Cadena, 2014 & Notimex, 2017).

La presidenta del Consejo para Prevenir y Eliminar la Discriminación en la Ciudad de México (Copred) Jacqueline L'Hoist Tapia, citada por García de la Cadena (2014) expuso que la apariencia es el motivo principal de discriminación en la Ciudad de México y precisó que el 5 por ciento de las denuncias recibidas en el Copred fueron presentadas por personas tatuadas o con perforaciones.

Mientras el ámbito laboral el principal sector segregacionista, también existen escuelas con rigurosos reglamentos de ingreso que catalogan los tatuajes como inapropiados. Adicionalmente, algunas personas con creencias religiosas cristianas o por ser personas con edad avanzada, consideran los tatuajes como elementos que faltan al respeto a la sociedad.

Según datos estadísticas del CONAPRED citadas por García de la Cadena (2014), el 46 por ciento de las personas que dijeron haber sido discriminadas no lo denunciaron, el 8 por ciento decidió ignorarlo, el 6 por ciento prefirió retirarse, el 3 por ciento dijo sentirse molesto, pero sólo el 4 por ciento presentó una denuncia. Cuya mayor incidencia se registró en las zonas metropolitanas de la Ciudad de México, Guadalajara y Monterrey.

Esto a pesar de la existencia de una Ley Federal para prevenir y eliminar la discriminación dentro su artículo 1º fracción tercera;

“Discriminación: Para los efectos de esta ley se entenderá por discriminación toda distinción, exclusión, restricción o preferencia que, por acción u omisión, con intención o sin ella, no sea objetiva, racional ni proporcional y tenga por objeto o resultado obstaculizar, restringir, impedir, menoscabar o anular el reconocimiento, goce o ejercicio de los derechos humanos y libertades, cuando se base en uno o más de los siguientes motivos: el origen étnico o nacional, el color de piel, la cultura, el sexo, el género, la edad, las discapacidades, la condición social, económica, de salud o jurídica, la religión, la apariencia física, las características genéticas, la situación migratoria, el embarazo, la lengua, las opiniones, las preferencias sexuales, la identidad o filiación política, el estado civil, la situación familiar, las responsabilidades familiares, el idioma, los antecedentes penales o cualquier otro motivo; También se entenderá como discriminación la homofobia, misoginia, cualquier manifestación de xenofobia, segregación racial, antisemitismo, así como la discriminación racial y otras formas conexas de intolerancia” (D.O.F., 2018)

Regulaciones en los tatuajes.

En México, las modificaciones corporales están reguladas por la Ley General de Salud. Esta Ley establece la forma de organización y las competencias o atribuciones de los servicios de salud, pero fundamentalmente, especifica la forma en que deben ser tratadas todas las personas, para solucionar cualquier problema de salud, independientemente de la edad, sexo, condición física y social, religión, tendencia política o afiliación a alguna institución en particular (D.O.F., 2020)

Para los tatuadores es muy importante contar con una tarjeta sanitaria, ya que mediante ésta tienen el respaldo por medio de la Secretaría de Salud de cada estado, la cual la regulariza y otorga el permiso de realizar estos procedimientos, pues al estar involucrado con la piel se involucra directamente con la salud de las personas.

El contar con una tarjeta sanitaria permite, como se menciona en el artículo 224 BIS de la Ley General de Salud, practicar procedimientos de modificación a la apariencia física mediante tatuajes, perforaciones o micropigmentación y que los clientes

tengan la confianza de que aplicas las medidas necesarias para proteger su salud (D.O.F., 2020).

En los últimos años esta industria ha crecido notablemente, pues se ha convertido en un asunto de moda, del cual la mayoría de los jóvenes millennials⁸ son un segmento primordial.

Es tanta la demanda que ha tenido de esta industria que diariamente nuevas personas incursionan en esta industria por la necesidad de un empleo mejor remunerado, aun siendo personas no expertas en el tema. Muchos desean tener un local de tatuajes para ser parte del fenómeno, aunque éste se forme de manera informal en lugares tales como son los tianguis o mercados donde se realizan a muy bajo precio los tatuajes sin las debidas precauciones que son necesarias e insalubres con un alto riesgo sanitario (Yucatan.com.mx, 2018).

Tatuaje en la ciudad de Mérida, Yucatán.

García de la Cadena (2014) indica que actualmente es más frecuente toparse con personas tatuadas en la ciudad pues el proceso sociocultural se ha diversificado y ha aceptado a las personas con arte en el cuerpo, ya que antes el ser portador de un tatuaje significaba mayores restricciones para encontrar empleo. Este miedo se ha desvanecido por las nuevas reformas de leyes laborales que permiten ser candidato a pesar de tener tatuajes.

La solicitud de este servicio incrementa por la persuasión que se ve diariamente a través de las redes sociales. Según una encuesta realizada por Motorola más del 54% de los jóvenes en México de entre 10 y 19 años pasan aproximadamente 12 horas, la mitad de un día completo con el celular en la mano usando redes sociales (Merca2.0, 2018).

⁸ También denominados Generación Y o Generación Peter Pan, los millennials (milenio) son las personas nacidas entre 1982 y 2002 (Gonzalez–Perez & Mercado, 2014).

Debido a esto es mucho más fácil ser un blanco de la persuasión en cualquier tema, sin embargo, en referencia a los tatuajes, se han popularizado por este medio, pues en su mayoría es el único medio publicitario donde se dan a conocer.

Mérida, ubicada en el estado de Yucatán, es una ciudad muy tradicional con una gran cultura, pero que se encuentra en franco crecimiento y tanto se ha diversificado, que ahora es muy común ver todo tipo de moda y arte por las calles principales y aledañas de esta ciudad.

La ciudad de Mérida es un gran potencial de expansión en varias industrias pues al ser un destino turístico, comúnmente tiene arribo de personas de distintas ciudades o países. La industria del tatuaje no es la excepción, la cual, desde la perspectiva de personas en el sector, está creciendo con mucha rapidez y poco a poco se va expandiendo.

De acuerdo con el Instituto Nacional de Geografía y Estadística (INEGI) de 540 mil establecimientos en Mérida que están registrados, como son salones o peluquerías, clínica de belleza y establecimientos para tatuajes solo una cuarta parte tiene los registros debidos para operar de manera legal ante las leyes de Comisión Federal para la Protección Contra Riesgo Sanitarios (Cofepris). pues esta comisión expide desde el 2010 una tarjeta de control sanitario obligatoria para quienes prestan servicio y los avala en materia de profesionalización en áreas de salud (INEGI, 2020).

En el Estado de Yucatán hay registrados dos mil 558 salones, clínicas de belleza y peluquerías; de acuerdo con responsables de la dependencia, los servicios de tatuajes se ubican principalmente en giros con otros dominios, debido a que muchos activaron el servicio después de obtener su permiso para operar (Uribe, 2019)-

Conclusiones.

La industria del tatuaje esta en amplia expansión y ante la apertura social y disminución de la percepción negativa que los mismos generan en los empleadores y la comunidad se puede esperar un mayor crecimiento a nivel global y aún en ciudad conservadoras como lo es Mérida. Por lo tanto se proseguirá con el trabajo sobre el análisis de la conducta del consumidor de este tipo de servicios.

Referencias

- 360 Market Updates. (2019). *Global Tattoo Ink Market Insights, Forecast to 2025*.
Obtenido de <https://www.360marketupdates.com/global-tattoo-ink-market-14059035>
- D.O.F. (26 de abril de 2006). *LEY GENERAL DE SALUD*. Recuperado el 27 de noviembre de 2020, de Artículo 268 Bis:
http://www.dof.gob.mx/nota_detalle.php?codigo=2154415&fecha=24/04/2006#:~:text=Se%20entender%C3%A1%20por%3A,por%20las%20punzadas%20previamente%20dispuestas.
- D.O.F. (22 de junio de 2018). *LEY FEDERAL PARA PREVENIR Y ELIMINAR LA DISCRIMINACIÓN*. Obtenido de Honorable Cámara de Diputados:
http://www.diputados.gob.mx/LeyesBiblio/pdf/262_210618.pdf
- D.O.F. (24 de enero de 2020). *LEY GENERAL DE SALUD*. Obtenido de Honorable Cámara de Diputados:
http://www.diputados.gob.mx/LeyesBiblio/pdf/142_240120.pdf
- Ganter, R. (2005). De cuerpos, tatuajes y culturas juveniles. *Espacio Abierto*, 14(1), 25-51.
Recuperado el 27 de noviembre de 2020, de
<https://www.redalyc.org/pdf/122/12214102.pdf>
- García de la Cadena, M. (23 de octubre de 2014). *Sistema de Información Legislativa*. (SEGOB, Ed.) Recuperado el 27 de noviembre de 2020, de Exposición de Motivos de reforma a la Ley Federal del Trabajo:
http://sil.gobernacion.gob.mx/Archivos/Documentos/2014/11/asun_3169394_20141105_1414074479.pdf
- Gonzalez–Perez, M. A., & Mercado, H. (2014). Gerenciando la Generación Y o el reto Millenials. *AD-minister, Jan./June(24)*, 7-8. Recuperado el 27 de noviembre de 2020, de http://www.scielo.org.co/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1692-02792014000100001
- IBISWorld. (2020). *Tattoo Artists Industry in the US*. Recuperado el 27 de noviembre de 2020, de <https://www.ibisworld.com/united-states/market-research-reports/tattoo-artists-industry/>
- INEGI. (2020). *Directorio Estadístico Nacional de Unidades Económicas*. Obtenido de Instituto Nacional de Estadística, Geografía e Informática :
<https://www.inegi.org.mx/app/mapa/denuel/>

- Iniesta, I. (26 de julio de 2017). *MarketReal*. Recuperado el 27 de noviembre de 2020, de El análisis de competencia o scouting: <https://www.marketreal.es/2017/07/analisis-competencia-scouting/>
- Medina, A. (26 de abril de 2019). Lidera México la industria del tatuaje en Latinoamérica. *Forbes México*, online. Recuperado el 27 de noviembre de 2020, de <https://www.forbes.com.mx/lidera-mexico-la-industria-del-tatuaje-en-latam/>
- Merca2.0. (2018). Países donde los tatuajes son más populares. *Merca2.0*, online. Recuperado el 27 de noviembre de 2020, de <https://www.merca20.com/paises-donde-los-tatuajes-son-mas-populares/>
- Notimex. (26 de junio de 2017). Tatuajes 'patito' en tianguis y mercados dañan la salud. *Excelsior*, pág. online. Recuperado el 27 de noviembre de 2020, de <https://www.excelsior.com.mx/nacional/2017/06/26/1171980>
- Research Reports World. (2020). *Impact to Global Tattoo Ink Market Research Report 2020, Forecast to 2025*. Recuperado el 27 de noviembre de 2020, de <https://www.researchreportsworld.com/covid-19-s-impact-to-global-tattoo-ink-market-16453136>
- Uribe, É. (2019). Modelo de negocio: Abre un estudio de tatuajes. *Entrepreneur*, online. Recuperado el 27 de noviembre de 2020, de <https://www.entrepreneur.com/article/338354>
- Yucatan.com.mx. (4 de febrero de 2018). Tatuajes, moda sin barreras. *Diario de Yucatán*, pág. online. Recuperado el 27 de noviembre de 2020, de <https://www.yucatan.com.mx/merida/tatuajes-moda-sin-barreras>