



FACULDADE DE DESIGN

RAFAELA STIEH JARDIM

**O RESGATE DOS SIGNIFICADOS E SIMBOLOGIAS DA TATUAGEM ATRAVÉS
DE CARTAZES ILUSTRADOS: UMA EXPOSIÇÃO DE CARTAZES ESTILIZADOS**

Porto Alegre

2022

RAFAELA STIEH JARDIM

**O RESGATE DOS SIGNIFICADOS E SIMBOLOGIAS DA TATUAGEM ATRAVÉS
DE CARTAZES ILUSTRADOS: UMA EXPOSIÇÃO DE CARTAZES ESTILIZADOS**

Trabalho de conclusão de curso
apresentado ao Centro Universitário Ritter
dos Reis, como requisito parcial para
obtenção do título de Bacharel em Design
Gráfico

Prof.º Orientador: Me. Carlos Viana da
Silva

Porto Alegre

2022

RESUMO

O presente trabalho de conclusão de curso constitui-se na criação e desenvolvimento de cartazes ilustrados dentro do contexto do universo da tatuagem, a fim de aproximar e sensibilizar o público-alvo acerca dos conceitos e simbologias em torno do procedimento de tatuar. O projeto visa responder à pergunta central “como aproximar mais as pessoas dos conceitos e simbologias da tatuagem?” e buscou viabilizar a solução através da óptica do design gráfico e por meio de cartazes com ilustrações estilizadas que contam histórias e carregam os conceitos que surgiram das pesquisas de campo e de público-alvo, realizadas para tratar do projeto. Utilizou-se uma metodologia híbrida desenvolvida a partir dos métodos de Volnei Matté (2004) e Human Centric Design (2015), que visa possibilitar flexibilidade e fluidez para as necessidades projetuais deste trabalho. Para a criação das ilustrações, foi executada uma etapa de problematização, onde se estudou a respeito de todas as esferas que englobam o projeto, como o contexto de cartazes pelo mundo, ilustrações artísticas e o cenário da tatuagem. Então, a partir de uma análise das referências e da definição das funções e requisitos do projeto, criou-se cinco figuras conceituadas dentro de uma lógica visual para atingir os objetivos do projeto: O que é tatuagem? Os cartazes respondem: História, Expressão, Arte, Liberdade e Identidade são os conceitos que permeiam os significados e simbologias por trás das tatuagens. Antes de, de fato, implementar os cartazes e os expor ao público final, foi realizada uma pesquisa de percepção com usuários, ao passo que os resultados da pesquisa se mostraram suficientemente satisfatórios, foi possível dar continuidade ao projeto. Posteriormente, na etapa de implementação do trabalho de conclusão, o público-alvo pôde visualizar os cartazes em exposição feita no estúdio Porão 381, gerando debates acerca do assunto. O projeto foi muito elogiado pelos participantes da exposição e aqueles interessados nos produtos compraram os impressos disponíveis.

Palavras-chaves: Design, Ilustração, Cartazes e Tatuagem.

ABSTRACT

The final paper at hand is built upon the creation and development of posters within the context of the tattoo world, meaning to bring the targeted audience closer to the meanings and symbolism around the whole tattoo process. This project aims to answer the main question "how to bring people closer to the tattoo's meanings and symbolisms?" and tried to make the solution possible through graphic design's lenses via illustrated posters that tell stories and carry the concepts that arose from the field and target audience researches, conducted to make the project possible. A hybrid methodology developed from the methods of Volnei Matté (2004) and Human Centric Design (2015) was used, which aims to allow flexibility and fluidity for the design needs of this work. To create the illustrations, first, a problematization stage was held, where everything surrounding the subject matter was studied, like the context of posters throughout the world, artistic illustrations and the tattoo scene. Then, after analyzing the references and defining the goals and requirements, five conceptual figures were created within a visual logic to achieve the project objectives: What is tattoo? The posters answer: History, Expression, Art, Freedom and Identity are the concepts that permeate the meanings and symbologies behind the tattoos. Before actually implementing the posters and exposing them to the final public, a perception survey was carried out with users, while the research results proved to be sufficiently satisfactory, it was possible to continue the project. Subsequently, in the implementation stage of the conclusion work, the target audience could visualize the posters on display at the Porão 381 studio, generating debates on the subject. The project was highly praised by exhibition participants and those interested in the products purchased the available prints.

Keywords: Design, Illustration, Posters and Tattoo.

LISTA DE FIGURAS

Figura 1 - Tatuagem Facial indígena Karajá	10
Figura 2 - Lucky Tattoo	11
Figura 3 - Tatuagens faciais de Linn da Quebrada	13
Figura 4 - Grace Neutral.....	15
Figura 5 – Gráfico demonstrativo sobre brasileiros tatuados	16
Figura 6 - Locais de tatuagem no corpo.....	17
Figura 7 - Gráfico do Processo HCD	20
Figura 8 - Demonstrativo da metodologia criada.....	21
Figura 9 - Cartaz Eleitoral de Pompeia	22
Figura 10 - Primeiro cartaz ilustrado	23
Figura 11 - Orphée aux enfers (1878).....	24
Figura 12 - Cartaz Cycles Perfecta (1897) de Alphonse Mucha.....	25
Figura 13 - Montagem: Artes Fantaspoa 2022	26
Figura 14 - Estúdio Graúna Tatuaria	27
Figura 15 – Fachada do estúdio Verani Tattoo	27
Figura 16 - Logotipos de estúdios: Graúna e Verani	28
Figura 17 – Mondial du Tatouage 2015 e Mondial du Tatouage 2019	29
Figura 18 – Tarot de Waite.....	30
Figura 19- Ilustrações do livro Le Morte d'Arthur.....	31
Figura 20 – Gráfico das respostas de percepções	34
Figura 21 - Grid Orphée aux enfers (1878)	35
Figura 22 - Paleta de cores	36

Figura 23 - Grid Cycles Perfecta	37
Figura 24 - Paleta de cores	38
Figura 25 - Grid de Fantaspoa 2022	38
Figura 26 - Paleta de Cores	39
Figura 27 – Grid do cartaz Mondial du Tatouage 2015	40
Figura 28 – Paleta de cores	40
Figura 29 - Comparativo entre cartazes	41
Figura 30 – Tatuagem Neo Tradicional	42
Figura 31 – Tatuagem Neo Oriental	43
Figura 32 - Grace Neutral Femme Fatale Ecobag Ilustrada	44
Figura 33 – Tatuagem Psicodélica	45
Figura 34 - Quadro comparativo entre estilos de tatuagem	46
Figura 35 – Carta Tarot	47
Figura 36 – Ilustrações do livro le Morte d’Arthur	48
Figura 37 – Grafismos Karajá.....	49
Figura 38 – Referencial tipográfico Nouveau	50
Figura 39 - Tatuagem em lettering no pescoço	51
Figura 40 - Tabela principais elementos nos recursos	52
Figura 41 – Funcionalidade e estética.....	53
Figura 42 - Etnia Karajá	56
Figura 43 - Montagem dos cartazes	58
Figura 44 - Moodboard "Tatuagem é história"	59
Figura 45 - Jovem Karajá	59

Figura 46 - Obra inicial e produto final	60
Figura 47 – Testes	61
Figura 48 - Alternativas finais	61
Figura 49 - Moodboard "Tatuagem é Expressão"	62
Figura 50 – Referencial imagético: Grace Neutral.....	62
Figura 51 - Obra inicial e produto final	63
Figura 52 – Moodboard “Tatuagem é arte”	63
Figura 53 - Referencial Imagético: Alley para Tatouage Magazine	64
Figura 54 - Obra inicial e produto final	64
Figura 55 - Moodboard "Tatuagem é Liberdade"	65
Figura 56 - Modelos Imagéticos	65
Figura 57 - Obra inicial e produto final	66
Figura 58 - Moodboard "Tatuagem é Identidade".....	67
Figura 59 - Referencial Imagético: Linn da Quebrada.....	67
Figura 60 - Obra inicial e produto final	68
Figura 61 - Cartazes finalizados.....	69
Figura 62 - Ilustrações atribuídas a letras	73
Figura 63 - Participantes escrevendo suas percepções.....	73
Figura 64 - Participantes colando post-its nas ilustrações	75
Figura 65 - Ilustrações com post-its das escolhas dos participantes.....	75
Figura 66 - Depoimentos e percepções dos participantes	76
Figura 67 - Teste de impressão.....	79
Figura 68 - Arte de Divulgação do evento	80

Figura 69 - Cartazes em exposição.....	81
Figura 70 - Apresentação dos cartazes.....	81

SUMÁRIO

1 INTRODUÇÃO	10
2 JUSTIFICATIVA	13
3 OBJETIVOS	18
3.1 Objetivo Geral	18
3.2 Objetivo Específicos	18
4 METODOLOGIA.....	18
5 DESENVOLVIMENTO	21
5.1 Problematização	21
5.1.1 O cartaz ou pôster.....	21
5.1.2 O contexto do projeto: tatuagem	26
5.1.3 Referencial artístico simbólico.....	29
5.1.4 Referencial tipográfico.....	31
5.2 Público-alvo	31
5.2.1 Questionário.....	32
5.3 Análise de referências	35
5.3.1 Cartazes.....	35
5.3.2 Temática	41
5.3.3 Recursos	47
5.4 Definição.....	52
5.4.1 Funções	52
5.4.2 Requisitos:	53
5.5 Criar.....	54

5.5.1 Conteúdo dos cartazes	54
5.5.2 Identidade visual dos cartazes	55
5.5.3 Modelação.....	57
Resultados	68
5.6 Ouvir	69
5.6.1 Resultados da pesquisa	73
5.6. 2 Visão da autora	77
5.7 Implementar.....	78
5.7.1 Exposição dos cartazes	79
6 CONCLUSÃO.....	82
REFERENCIAS.....	84
APÊNDICE A – MOODBOARD TEMÁTICA TATTOO	90
APÊNDICE B – GRÁFICOS DE PESQUISA DE PÚBLICO-ALVO	91
APÊNDICE C – RAFS E TESTES ILUSTRATIVOS	94
APÊNDICE D – TEXTOS DE APOIO DOS QUADROS	99

1 INTRODUÇÃO

Segundo Silvana Jeha, a origem da palavra tatuagem deriva de “tattoo”, que tem origem no termo taitiano “tatau” que, como quase todos os povos, se tatuavam há muito tempo. A chegada da tatuagem no Brasil começou muito antes da sua popularização, com os povos originários brasileiros. De acordo com o ISA, o Instituto Socioambiental, há registros de dezenas de povos que utilizam a tatuagem como parte de sua cultura e rituais em diversos contextos diferentes; para os da etnia Piyulaga (Waura), as tatuagens deveriam ser exclusivamente dos caciques e daqueles que possuíam relação direta com eles, indicando que são respeitados, explica Ysautaku Waura no livro *A Origem da Tatuagem e as Tatuagens Feitas Hoje em Dia* (2013).

Na revista *Humboldt Para o Mundo Luso Brasileiro*, o Prof. Dr. Herbert Baldus (1962) conta que para os Nu-Aruak as tatuagens dos homens seriam constituídas por linhas simples ou duplas que acompanham os contornos internos das omoplatas, já as tatuagens das mulheres ficavam nos braços, em torno dos pulsos ou nas coxas, desenhos em formato de duas ou três linhas horizontais em arco, representando semicírculos.

Figura 1 - Tatuagem Facial indígena Karajá



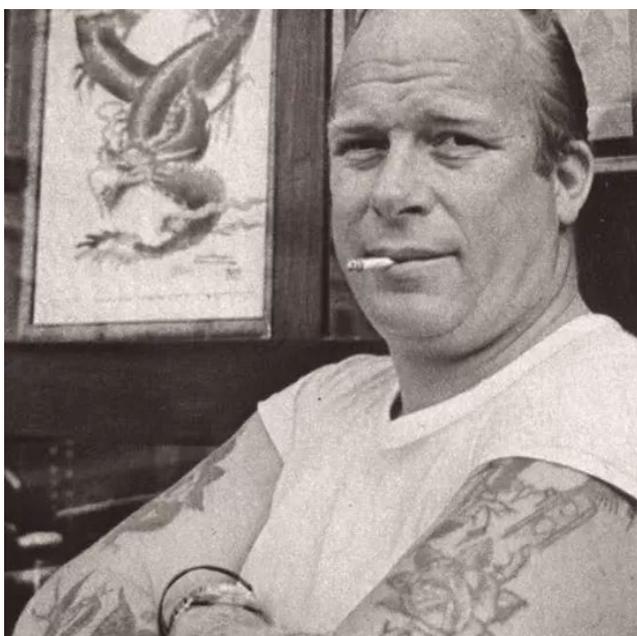
Fonte: PIB (2018)

Conforme ilustrado na figura 1, a tatuagem facial faz parte do segundo ritual de iniciação dos Karajá (MT/ TO), que se dá quando a menina está por volta dos 11 anos. Hoje, devido ao preconceito da população das cidades ribeirinhas, os jovens apenas desenham os dois círculos na época dos rituais.

Com o passar do tempo foram desenvolvidas novas fórmulas e métodos, em diferentes sítios no globo, para alcançar os mais variados resultados estéticos, cada um com seus efeitos, possibilidades interpretativas e significados. Independente da época na linha do tempo, origem das pessoas que executaram e sofreram alterações corporais, das formas anormais e grafismos nas múmias encontrados, todas estas variações parecem ter o mesmo objetivo até hoje: comunicar visualmente, marcar algo ou transmitir informação sem precisar da fala

Já a tatuagem profissional, como conhecemos hoje, começou a se popularizar no Brasil após 1959 com a chegada de Knud Gregersen, o Lucky Tattoo, um marinheiro dinamarquês que se tornaria o primeiro tatuador profissional no país pelo porto de Santos, São Paulo (JEHA, 2019). Na época, tatuavam-se somente marinheiros e aqueles grupos considerados à margem da sociedade, e quem ousasse exibir uma tatuagem neste período poderia até ser detido na delegacia.

Figura 2 - Lucky Tattoo



Fonte: BBC Brasil (2020)

A marginalização sempre foi razão de preconceito com o corpo tatuado, como aponta Rodolfo Conceição no documentário Na Pele (2013). Por exemplo, o concurso público da polícia militar ainda era restrito para pessoas tatuadas e isso perpetuou até meados de 2017, quando começaram discussões para barrar essas restrições. Atualmente o Supremo Tribunal Federal definiu que o edital de concurso público não pode estabelecer restrição a pessoas com tatuagem. Isso evidencia que o preconceito com o corpo tatuado vem diminuindo nos dias de hoje, à medida que mais pessoas se tatuam cada vez mais, registrando um aumento de 240% de faturamento nos atendimentos em tatuagem em Ribeirão Preto (SP) no ano de 2021, em plena pandemia (G1).

Taiom Almeida da Silva (2020) indaga:

E que vontade é essa que atravessa o tempo e o espaço, e mesmo em situações adversas, pulsa com tal força capaz de transpor limitações e expandir-se até quando posta em confinamento? O que é que nos move a romper a fronteira da carne e deixar marcas tão duráveis e efêmeras quanto nosso próprio corpo? O que encontramos no confinamento que incita essa ligação do íntimo com o ancestral e com a permanência?

Para resolver a questão central: “Como aproximar mais as pessoas dos conceitos e simbologias da tatuagem?” executou-se um resgate de símbolos e personalidades da tatuagem para construir cartazes ilustrados que compõem alguns signos e significados da tatuagem para as pessoas, assim lembrando-as da essência da tatuagem e daquilo que representam as tatuagens para as pessoas, trazendo conceitos que permeiam o assunto através de representações de símbolos, ações e pessoas em ilustrações artísticas, assim conectando o público-alvo com os conceitos levantados e o ato de se tatuar. O projeto também visa a representatividade da figura feminina e a diversidade étnica nas ilustrações, desta maneira sensibilizando as pessoas a cerca da variedade de corpos tatuados.

O presente trabalho está dividido em: justificativa, objetivos, metodologia, desenvolvimento e conclusões. Para Justificativa, serão abordados pontos e motivações para o projeto em âmbito social, acadêmico e mercadológico. Em objetivos serão elencados o objetivo central do projeto e seus objetivos secundários. No tópico metodologia será construída uma metodologia híbrida e flexível capaz de atender às necessidades projetuais, esta metodologia será baseada em Volnei Matté e o método Human Centric Design (HCD), design centrado no ser humano. Para o

Desenvolvimento, serão tratados todos os tópicos de criação do projeto, desde problematização pré-projeto até a criação dos cartazes, seguindo a metodologia proposta. E, finalmente, em Conclusões, a autora irá expressar os aprendizados e os resultados da criação do projeto

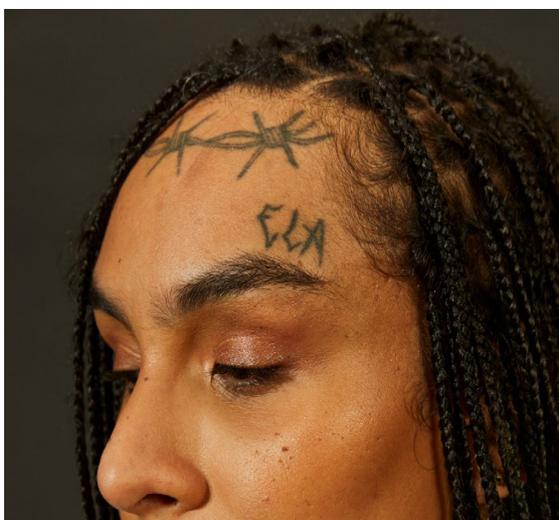
2 JUSTIFICATIVA

Existem muitas razões psicossociais para o desejo de se tatuar, e como foi visto anteriormente, a tatuagem existe desde muito tempo, corpos sempre foram tatuados, por diversos interesses; para marcar um momento, para identificar uma pessoa, para punir, para proteção, por religião e crença e, mais recentemente, por estética, pertencimento, ideologia, expressão artística. Como Marques (1997, p. 80) aponta:

Os velhos meios de adquirir identidade – o trabalho, os sentimentos, o bem público – perderam o sentido. O sujeito adquire identidade se tatuando ou se tribalizando de qualquer forma, em ato ou pensamento. E a certeza mágica da identidade: tatuei-me; agora eu sou.

Um exemplo da tatuagem carregando uma mensagem de luta é o caso de Linn da Quebrada, artista brasileira que traz consigo uma tatuagem escrito “Ela” no canto da testa, enfatizando sua luta por ser chamada pelo pronome feminino como forma de visibilizar sua vivência como travesti.

Figura 3 - Tatuagens faciais de Linn da Quebrada



Fonte: Twitter da artista (2022)

A tatuagem pode também ressignificar cicatrizes e ajudar na superação de uma luta, como é o caso das mulheres que se tatuam após a cirurgia de mastectomia em função do câncer. A organização P.Ink se dedica a empoderar mulheres para recuperar a relação com seus corpos após a cirurgia, através de educação e uma experiência de conexão com tatuadoras e tatuadores comprometidos a ajudar, garantindo que o câncer de mama não seja a sua marca (P.INK, 2022).

Lima (2020) afirma:

Com o passar do tempo foram desenvolvidas novas fórmulas e métodos, em diferentes sítios no globo, para alcançar os mais variados resultados estéticos, cada um com seus efeitos, possibilidades interpretativas e significados. Independente da época na linha do tempo, origem das pessoas que executaram e sofreram alterações corporais, das formas anormais e grafismos nas múmias encontrados, todas estas variações parecem ter o mesmo objetivo até hoje: comunicar visualmente, marcar algo ou transmitir informação sem precisar da fala.

Para Grace Neutral: “tatuagem é um ato político”. A tatuadora do Reino Unido possui sua própria loja em Londres, *Femme Fatale* e também apresentou seu próprio programa a respeito de tatuagem e cultura ao redor do mundo no Vice, Needles & Pins.

Neutral acredita que se tatuar e modificar o corpo sendo mulher é uma forma de protesto silencioso, pois ao mudar drasticamente seu corpo fora das normas estabelecidas pela sociedade e da maneira que se é esperado que as mulheres sejam e se pareçam estaria fazendo “um grande posicionamento político”, como ela conta para Mamacash (2019).

Figura 4 - Grace Neutral



Fonte: Pinterest (2019)

Para tratar do assunto, foram abordadas diversas esferas do design, da arte e da tatuagem, através do estudo de fontes artísticas históricas pelo mundo para criação dos cartazes e ilustrações e o estudo de diversas referências de tatuagem para compreensão estética e metodológica desses estilos, além da análise de outros projetos gráficos similares em forma e expressão.

De acordo com Moles (1974), o cartaz pretende transmitir mensagens em um breve período a um público que pode ser muito vasto e heterogêneo. Um cartaz bem-sucedido é lido e entendido em questão de segundos. Sendo assim, todos recursos visuais presentes devem compor a mensagem em comunhão.

Conforme dito anteriormente, a tatuagem estava muito relacionada com as periferias e pessoas marginalizadas no passado, uma vez que apenas alguns indivíduos específicos possuíam tatuagens. Hoje em dia, pesquisas apontam que pessoas de todos os tipos podem ter tatuagens e após a pandemia a procura pelo procedimento só aumentou: “A pandemia trouxe para os estúdios pessoas de todas as tribos e idades”, afirma a tatuadora Hendy Gaia, do estúdio Quarto, em São Paulo, em uma reportagem da Metrôpoles (2021). Os estúdios de tatuagem atualmente são acessíveis a todos os públicos e tem tatuagens de todos os valores. Confira na reportagem:

De acordo com uma pesquisa divulgada pela IBIS World, a indústria global de tatuagem, estimada em US\$ 1.4 bilhões, deve crescer 23.2% em 2021,

superando a porcentagem prevista para bens de consumo e serviços. No Brasil, país que ocupa a 9ª posição entre as nações mais tatuadas, o setor teve resultados ainda maiores, com crescimento de 50% em 2020, segundo dados da Associação Nacional dos Tatuadores (FOLHA WEB, 2022)

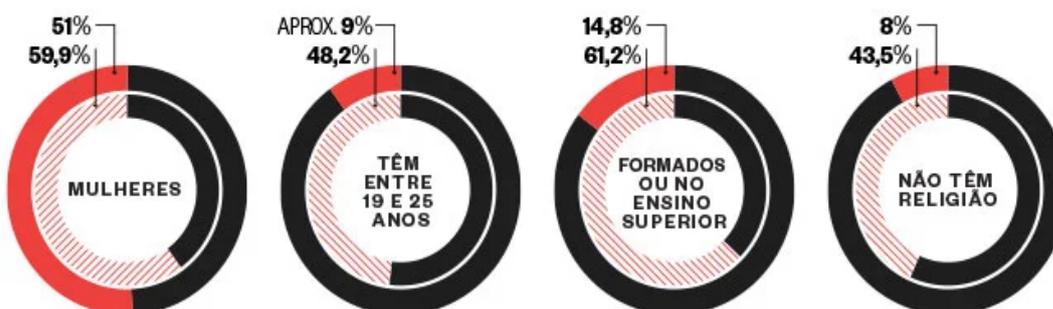
A SUPER (2016) realizou uma pesquisa nas redes sociais com mais de 80 mil entrevistados e 150 mil tatuagens mapeadas e os dados mostram o cenário da tatuagem e das pessoas tatuadas no Brasil.

Figura 5 – Gráfico demonstrativo sobre brasileiros tatuados

Quem são os tatuados brasileiros

Eles são jovens, têm ensino superior e ganham bem.

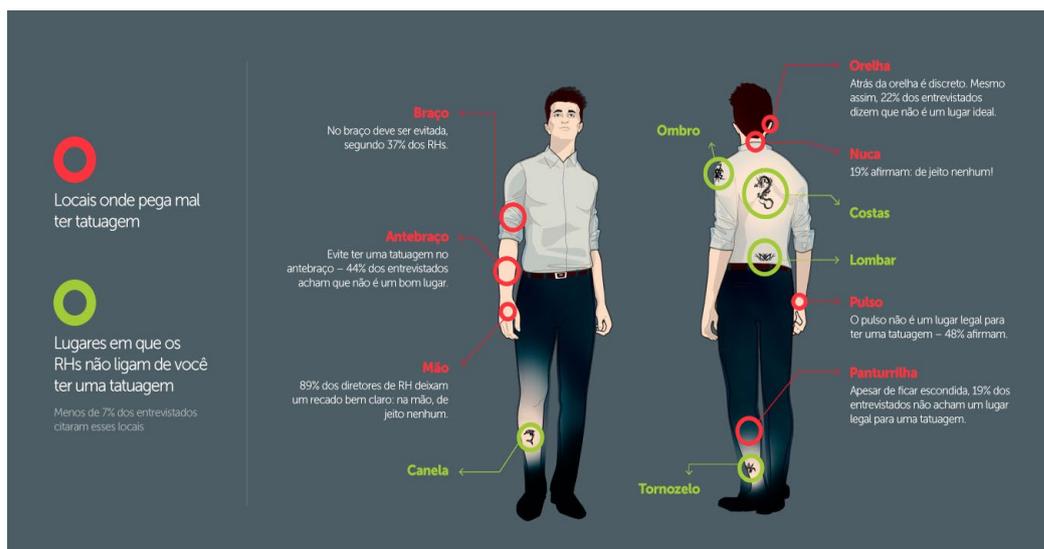
BRASIL TATUADOS



Fonte: Super Interessante (2016)

Mesmo assim, no mercado de trabalho ainda existe uma resistência a contratação de profissionais que possuem alguma tatuagem visível. A figura 6 mostra que existem “locais onde pega mal ter tatuagem” e “lugares em que os RHs não ligam de você ter uma tatuagem” de acordo com uma pesquisa realizada com 39 diretores de RH de diferentes empresas brasileiras, de diversos segmentos pelo Opinião RH (2012).

Figura 6 - Locais de tatuagem no corpo



Fonte: Opinião RH (2012)

De acordo com Gaúcha ZH (2018), os brasileiros estão entre as 10 nacionalidades que mais se tatuam, sendo as pessoas que se identificam como mulheres as que mais tem tatuagens. O país está em oitavo lugar no ranking e, entre a população mundial, 38% das pessoas têm tatuagens. No entanto, a Folha Vitória (2020) aponta que o número de pessoas removendo tatuagens também tem crescido, podendo indicar descontentamento e arrependimento com o procedimento.

Voltando para a pergunta central do projeto: “Como aproximar mais as pessoas dos conceitos e simbologias da tatuagem?”, acredita-se que, ao aproximar as pessoas da essência e significados da tatuagem, será possível amenizar alguns dos problemas apresentados anteriormente, como o descontentamento e arrependimento com o procedimento que leva as pessoas a removerem suas tatuagens. O projeto visa reforçar e reconectar as pessoas com os conceitos e a prática da tatuagem enquanto identidade, liberdade, expressão, arte e história através de uma ótica de diversidade e inclusão e da representatividade feminina.

3 OBJETIVOS

3.1 Objetivo Geral

Desenvolver uma série de cartazes de ilustrações que trazem conceitos de resgate dos significados e simbologias da tatuagem através de um estudo de estilos artísticos para sua criação.

3.2 Objetivo Específicos

- A. Compreender a história e conceitos da tatuagem no Brasil;
- B. Estudar, analisar e compreender diferentes estilos artísticos para criação de ilustrações;
- C. Criar ilustrações para o meio físico;
- D. Representar figuras femininas e etnicamente diversas;
- E. Identificar funções e requisitos para impressão de cartazes;
- F. Incluir usuários no desenvolvimento do projeto;
- G. Expor os cartazes para o público do segmento da tatuagem.

4 METODOLOGIA

Este projeto conta com uma veia artística muito forte, portanto a metodologia projetual deve prever espaço para criação livre e expressão. Sendo assim, buscou-se o desenvolvimento de uma metodologia híbrida flexível que contemplasse as necessidades do projeto. Para a criação de materiais impressos, a referência foi Matté (2004) para quem o desenvolvimento de produtos gráficos-impressos percorre uma série de fases e etapas. As fases contemplam compreensão do projeto, que se refere ao planejamento e momento de coleta de informações para o projeto; configuração, que é o período de consolidação dos conhecimentos adquiridos e realização que, como o nome sugere, é a fase de finalização da criação até agora. Inseridas na metodologia estão também as etapas, que começam na problematização do projeto, em seguida as etapas de pesquisa e análise, definição e modelação inicial, modelação final e normatização e finalmente supervisão do projeto. Como sugere o quadro a seguir:

Quadro 1 – Metodologia projetual para produtos gráfico-impresos

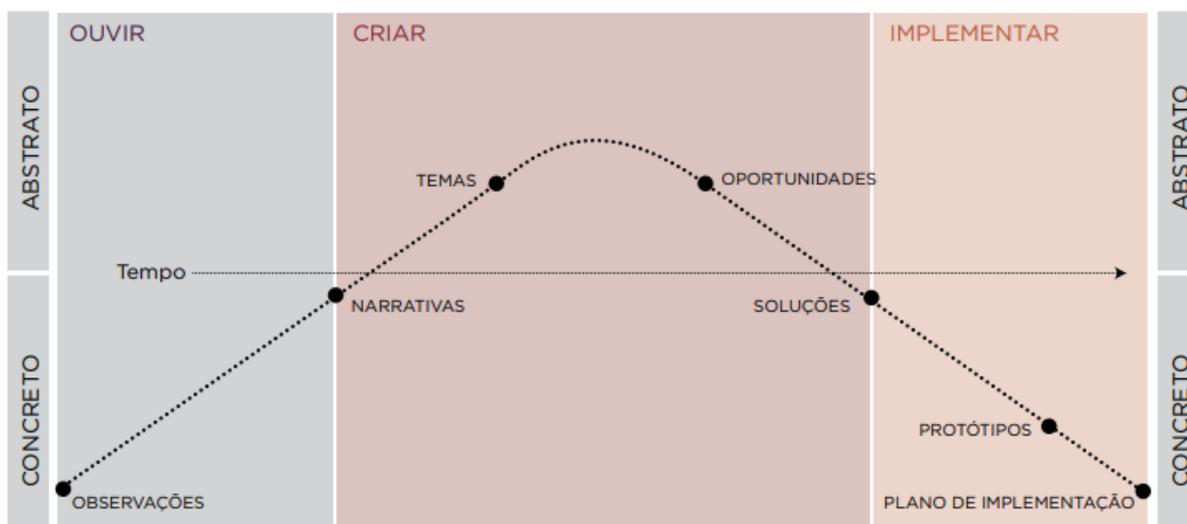
FASES	ETAPAS	ATIVIDADES
	Problematização	<ul style="list-style-type: none"> • Exposição do problema • Programa • Contrato
Compreensão do Projeto: São reconhecidos os princípios lógico-informacionais, técnico-funcionais, estético-formais e mercadológicos do produto, identificando o universo no qual está inserido	Pesquisa	<ul style="list-style-type: none"> • Diacrônica • Sincrônica • Aspectos mercadológicos
	Análise	<ul style="list-style-type: none"> • Função utilitária • Funções técnico-físicas • Estruturas e processos produtivos/custos formal e informacionais
Configuração do Projeto: Período de concepção no qual todas as informações prévias são convertidas em textos, esquemas e desenho iniciais do produto	Definição	<ul style="list-style-type: none"> • Lista de Requisitos • Hierarquia dos Fatores Projetuais • Redefinição do Problema
	Modelação Inicial	<ul style="list-style-type: none"> • Modelos Iniciais/Intermediários
Realização do Projeto: Aprimoramento do desenho do produto e preparação segundo os requisitos de produção industrial	Modelação final	<ul style="list-style-type: none"> • Modelos finais
	Normatização	<ul style="list-style-type: none"> • Codificação para produção • Descrição técnica de produção
	Supervisão	<ul style="list-style-type: none"> • Apoio técnico à produção e implementação

Fonte: Autoria própria. Baseado em Matté (2004)

A metodologia Human Centric Design (HCD) é uma abordagem prática e replicável para atingir soluções inovadoras. Colocando o ser humano no centro, a metodologia se propõe a facilitar respostas para problemas difíceis. A filosofia por trás da HCD é ser uma maneira criativa e empática de solucionar estes problemas complexos, que visa soluções de impacto na sociedade (Design Kit Org, 2022).

As soluções que nascem do HCD devem estar contidas na zona de intersecção das três lentes principais. “Desejo”, o que as pessoas desejam? “Praticabilidade”, o que é possível técnica e organizacionalmente? E “viabilidade”, o que é viável financeiramente? Quando o projeto está dentro da intersecção destas três lentes, pode-se partir para estratégia HCD. Hear (ouvir, em inglês), Create (criar) e Deliver (implementar) (IDEO, 2015).

Figura 7 - Gráfico do Processo HCD



Fonte: IDEO (2015).

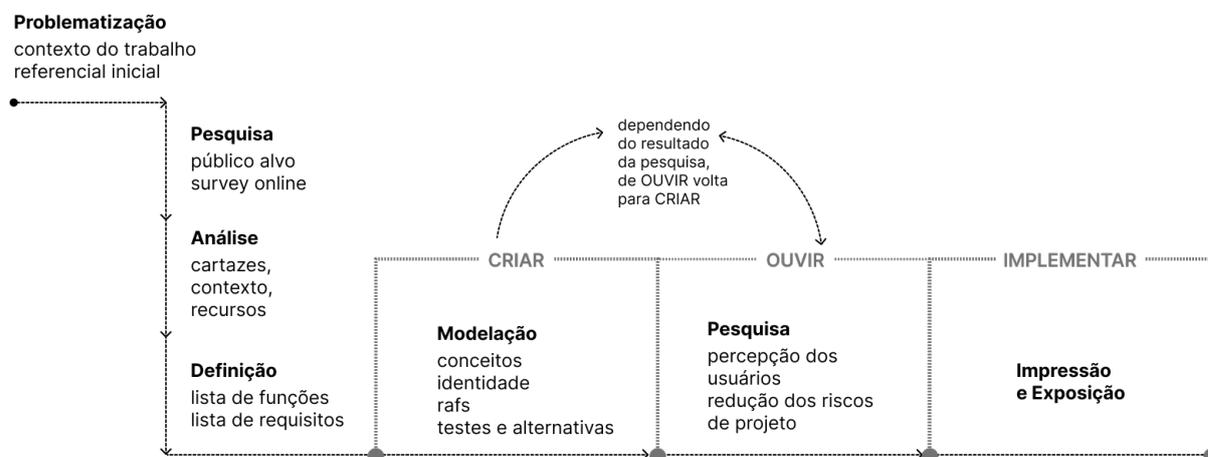
A metodologia final, criada por inspiração das duas anteriores tem por foco a passagem por todos os processos de desenvolvimento de maneira fluída e flexível, criando um fluxo de criação retroalimentado pelas fases CRIAR e OUVIR, que são representadas em formato de ciclo.

O fluxo começa na Problematização, como proposto por Matté (2004), onde é analisado tudo que precisa ser visto e estudado antes do andamento do projeto, como o entendimento do contexto em que projeto está inserido. O referencial inicial é o momento de observar todas as nuances prévias do projeto. Seguindo o fluxo está a etapa de Pesquisa por onde define-se o público-alvo. Após a identificação de público-alvo, se faz uma análise mais aprofundada através da óptica de design gráfico sobre as referências que envolvem este projeto. Dada a imersão do projeto concluída, a etapa seguinte é a Definição das funções e requisitos dos cartazes.

Três fases principais permeiam as próximas etapa: Em CRIAR, se faz a modelação dos cartazes, designação de seus conceitos, identidade e geração de alternativas. Seguindo o fluxo, a fase seguinte é OUVIR, na qual é feita a pesquisa de percepção dos usuários através das estruturas metodológicas de pesquisa para coleta de "feedback" dos usuários propostas por HCD (2015) e a empresa User Interviews (2022). É importante ressaltar que para esta etapa do processo se prevê uma disposição flexível que permita o retorno à etapa anterior (CRIAR) dependendo dos

resultados da pesquisa; se satisfatórios, não há razão para o retorno, se insatisfatórios, é possível voltar e corrigir o que é necessário para continuidade do projeto. Por fim, IMPLEMENTAR é o momento de entrega do produto final, da impressão dos cartazes e da exposição para o público-alvo.

Figura 8 - Demonstrativo da metodologia criada



Fonte: Autoria própria. Baseado em Matté (2004) E Human Centric Design (2015)

5 DESENVOLVIMENTO

5.1 Problematização

De acordo com Matté (2004) a problematização consiste na exposição do problema, seguida do desenvolvimento do programa projetual e do contrato. É uma etapa que agrega caráter profissional ao projeto, tendo início de maneira definida e clara. Nesta etapa do projeto será visto brevemente o que é um cartaz e para que serve, quais são suas especificações e características, também será apresentado o contexto em que o projeto está inserido, o mundo da tatuagem e algumas referências visuais que ajudaram a compor o projeto.

5.1.1 O cartaz ou pôster

Para Miguel Frago (2019), diretor e fundador de criação do estúdio 12caracteres, o pôster é um sistema de comunicação visual usado para transmitir uma mensagem expressa graficamente, sendo um indicador da atual situação política, social e cultural de seu tempo de criação.

Na Roma Antiga, existem vestígios deste sistema de comunicação, como este cartaz eleitoral, encontrado na cidade de Pompeia, que diz *“Vote em Holconius Prisco! Peço-te que faças de Holconius Prisco um duúnviro, digno da administração pública”*

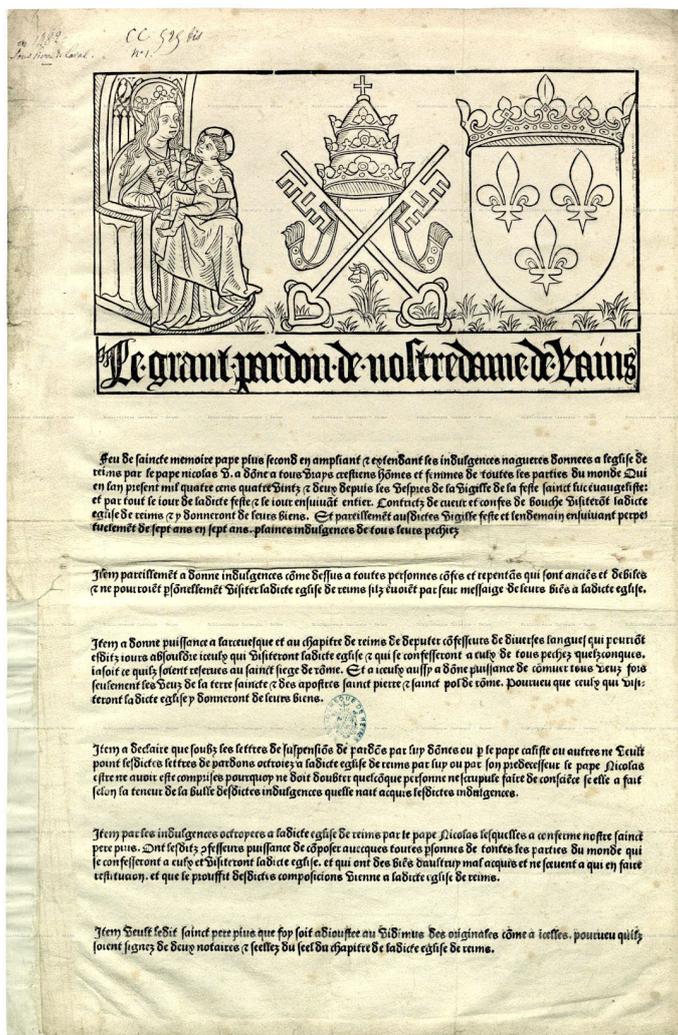
Figura 9 - Cartaz Eleitoral de Pompeia



Fonte: Museu de Nápolis (2021)

Entretanto, foi só em 1440 que Gutenberg inventou a imprensa, permitindo gerar muitas cópias em pouco tempo (DOMESTIKA, 2019). Em 1482, o primeiro cartaz ilustrado foi obra do francês Jean du Pré:

Figura 10 - Primeiro cartaz ilustrado

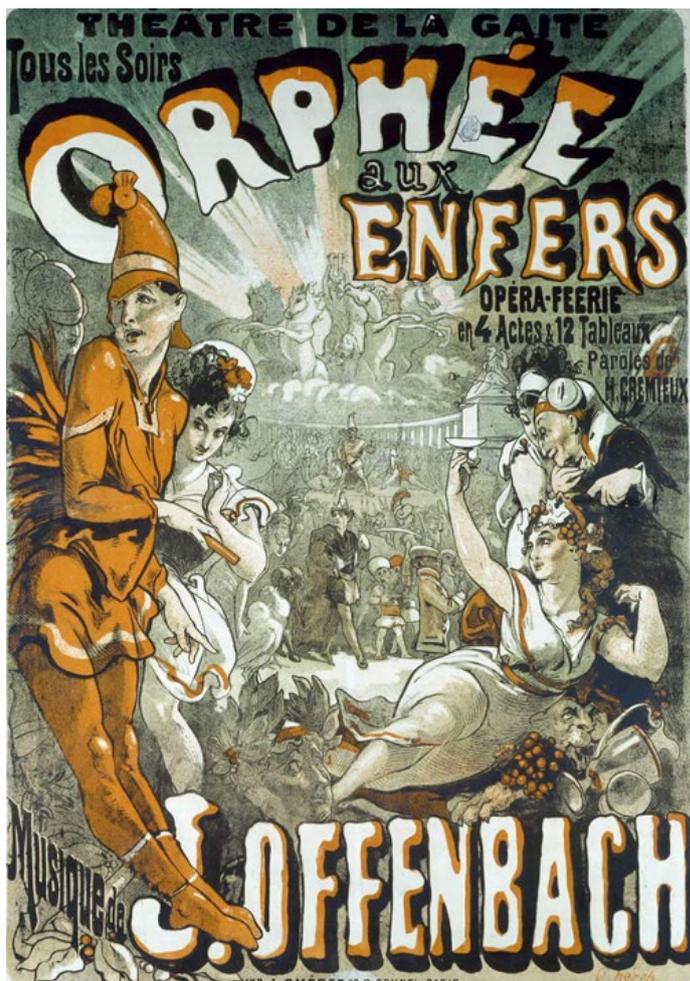


Fonte: Domestika (2019)

Com a ascensão das cidades ao final do século 18, surgiram novas necessidades de publicidade e o poster ou cartaz se mostraram uma forma econômica e eficaz de transmitir mensagens. Após a implantação da técnica de litografia, passa a ser possível a confecção de cartazes coloridos e em diversos formatos. Neste contexto, Cheret é o primeiro artista a desenvolver um processo litográfico em 3 cores.

As fórmulas de composição de seus cartazes definiram o estilo e formato dos cartazes que conhecemos hoje em dia, dando protagonismo à ilustração, mas com títulos nítidos e destacados e integrado a um texto de apoio, gerando uma imagem uniforme, limpa e direta (FRAGO, 2019). Cheret fez também posters para teatros, cabarés e uma variedade de produtos como perfumes e bebidas.

Figura 11 - Orphée aux enfers (1878)



Fonte: Artvee (2022)

Diversos artistas ilustradores se inspiraram em Cheret e foram convidados para criação de cartazes de diferentes funções e estilos. Logo os cartazes estavam também acompanhando os movimentos artísticos de suas épocas, como o movimento Art Nouveau que foi um movimento internacional desenvolvido em países da Europa e Estados Unidos entre o final da década de 1880 e a primeira Guerra Mundial (PISSETTI e SOUZA, 2011).

Figura 12 - Cartaz Cycles Perfecta (1897) de Alphonse Mucha



Fonte: Alphonsemucha (2022)

Atualmente, o cartaz continua sendo uma das principais formas de comunicação de eventos, festivais e afins. Miguel Frago (2019) aponta, que hoje em dia, o cartaz deve ser muito mais flexível para que seja aplicável em diversos planos e mídias virtuais. Os cartazes Fantaspoa são um exemplo de aplicação flexível, pois a ilustração pode ser utilizada em formato de cartaz, formato de banner para redes sociais e site.

Figura 13 - Montagem: Artes Fantaspoa 2022



Fonte: Facebook Fantaspoa (2022)

5.1.2 O contexto do projeto: tatuagem

Dentro deste contexto, pode-se observar estúdios de tatuagem e suas identidades visuais, além de alguns estilos de tatuagem. A ambientação de um estúdio de tatuagem é geralmente repleta de referências artísticas como quadros, ilustrações, pinturas, esculturas e até cartazes.

Figura 14 - Estúdio Graúna Tatuaria



Fonte: Autoria própria, 2022

Figura 15 – Fachada do estúdio Verani Tattoo



Fonte: Foursquare (2022)

Figura 16 - Logotipos de estúdios: Graúna e Verani



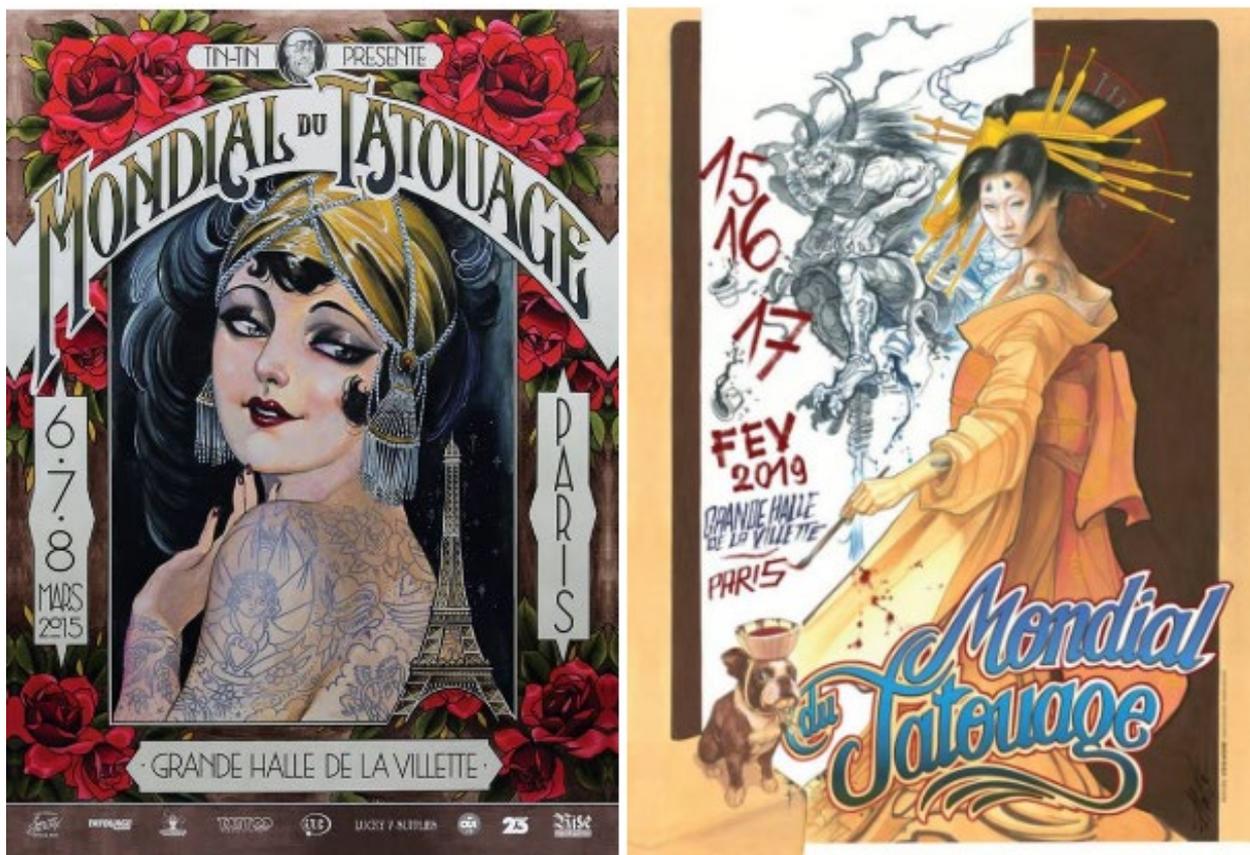
Fonte: Instagram, 2022

O primeiro é um estúdio privado (que só atende com hora marcada pelo artista) e o segundo um estúdio comercial (que atende por demanda), mas, no entanto, suas identidades visuais não são muito diferentes entre si. Possuem semelhanças na escolha do preto como cor predominante e nos formatos geométricos e ilustrativos.

Quanto aos estilos de tatuagem, os principais estilos são: Traditional, Neo Tradicional, Realismo, Oriental ou asiático, Neo Asian ou Neo Oriental, Blackwork e Maori ou Geométrico (FERREIRA, 2019), sendo um dos mais tatuados o estilo Neo Asian (TERRA, 2021).

É possível também observar os estilos de arte impressas nos cartazes de festivais de tatuagem, como é o caso do Mondial du Tatouage, um dos maiores festivais de tatuagem do mundo, que conta com mais de 400 artistas de tatuagem e 20 premiações, com músicos, personalidades e criatividade de subculturas alternativas (DR. MARTENS, 2019).

Figura 17 – Mondial du Tatouage 2015 e Mondial du Tatouage 2019



Fonte: Site oficial (2015)

5.1.3 Referencial artístico simbólico

Para Moles (1974), o cartaz caracteriza uma mensagem que parte da coletividade em direção ao indivíduo e que possui duas partes inerentes, quais sejam, a mensagem semântica e a mensagem estética. Miguel Frago (2019) aponta que parte importante do cartaz é, muitas vezes, a metáfora visual, que consiste na construção de imagens que representam conceitos ou simbolizam ideias mais complexas.

Um bom exercício da metáfora visual é a utilização dos símbolos nas cartas de tarot, onde cada elemento tem uma simbologia e um significado individual que compõem o significado inteiro da carta. Na figura 18 pode-se observar as cartas Sol, Lua e Estrela:

Figura 18 – Tarot de Waite



Fonte: Autoria própria (2022).

Padrões, arabescos e formas geométricas são recursos muito utilizados nas técnicas de tatuagem, enriquecem de detalhes as obras. Os grafismos indígenas brasileiros também são uma forma ancestral e sagrada de representação de símbolos e expressão da arte e identidade e é uma fonte de inspiração da moda e de diversos movimentos artísticos no Brasil.

Também se destaca o Art Nouveau, um movimento naturalista que utilizava muito dos arabescos para representar a natureza (PISSETTI e SOUZA 2011). Um dos mais celebres artistas do Art Nouveau foi Aubrey Beardsley, quem trouxe para suas ilustrações muito da natureza, de uma maneira disruptiva, pois tratava suas ilustrações de maneira intensa a partir do uso predominante do preto (BLYTHE, 2020).

Figura 19- Ilustrações do livro Le Morte d'Arthur



Fonte: Hero Magazine (2020)

5.1.4 Referencial tipográfico

Os tipos de tipografias encontradas num contexto de tatuagem são as mais variadas e artísticas, podendo ser influenciadas pelas modas da época e o tempo em que estão inseridas. A tatuagem *lettering* hoje em dia tem conquistado muito espaço na pele das pessoas tatuadas (MORAES, 2017). Também se encontram referências visuais dentro de outros contextos de artes e cartazes, como as fontes utilizadas pelo Art Nouveau. As referências tipográficas de *Lettering* e Art Nouveau citadas serão ilustradas no tópico 5.3.3.

5.2 Público-alvo

Simon Sinek (2018) propôs o Golden Circle para definição de um propósito de um produto, serviço ou empresa. Para este trabalho, foi definido tais critérios:

- **Por quê:** Para sensibilizar as pessoas com relação ao processo de tatuagem e suas origens
- **Como:** Através de um veículo comunicativo e artístico
- **O quê:** Cartazes ilustrados

Em seu livro, Kotler (2017) explica que para uma campanha de publicidade seja bem-sucedida, o primeiro passo é definir o público-alvo. O público em questão é aquele que tomam a decisão de compra ou a influenciam. Podem ser indivíduos, grupos, um público específico ou um público genérico. A decisão do público-alvo afetará todas as próximas decisões do comunicador sobre aquilo que vai ser publicado, seja no que vai ser dito, como vai ser dito, quando e onde e por quem será dito.

Ademais, existem alguns critérios-base para definir público-alvo com sucesso, são esses: idade, gênero, educação, indústria (quando a estratégia deve ser B2B, ou seja, *Business to Business*), profissão, interesses, influência, status civil. Para a pesquisa, consideramos idade, gênero, educação, profissão, interesses (focado no assunto tatuagem), status civil e adicionamos faixa salarial (KOTLER, 2017).

5.2.1 Questionário

Neste tópico serão abordados os resultados gerais do questionário desenvolvido pela autora. Os gráficos referentes a cada questão podem ser encontrados no Apêndice B.

Questão 1 - Você tem ou pretende ter alguma tatuagem?

Baseado nos critérios de público-alvo, foi lançada uma pesquisa *survey* (formulário online) para definições e características base do público-alvo. O formulário de pesquisa foi encerrado com 70 respostas. A primeira pergunta era uma questão filtro que facilita a identificação do público, pois só continuaria o questionário quem pretende se tatuar ou já é tatuado, uma vez que o trabalho se propõe a atingir aqueles interessados pelo assunto.

Cerca de 22,9% das respostas são de pessoas que não se encaixam no público-alvo e não continuaram a responder no questionário. As respostas seguintes

são do público restante que se encaixa no público-alvo e facilitou as definições para o projeto.

Questão 2 - Você se identifica com algum gênero? Qual?

A maioria das pessoas participantes da pesquisa se identifica como mulher e isso corrobora com o dado anterior de que a maioria das pessoas tatuadas são mulheres, como indica o Instituto Qualibest (2018).

Questão 3 - Qual sua idade?

Sobre a idade dos participantes, a maioria está entre 18 e 25 anos de idade, indicando que 45,3% dos participantes da pesquisa fazem parte de um público jovem.

Questão 4 - Qual seu nível de escolaridade?

O nível de escolaridade dos participantes, em maioria, foi de até ensino superior, ou seja, a maioria (54,7%) está cursando graduação ou possui uma graduação completa.

Questão 5 - Qual seu estado civil?

O estado civil dos participantes também foi um dado levantado, sendo a maioria correspondente a 64,2% estão solteiros.

Questão 6 - Qual sua faixa salarial?

Quanto a faixa salarial, os resultados indicam que as tatuagens podem ser feitas em qualquer classe social.

Questão 7 - Em que cidade você mora atualmente?

As pessoas participantes do questionário foram, em geral, residentes de Porto Alegre ou em outras cidades do estado do Rio Grande do Sul, sendo poucos participantes de outros estados, como Brasília.

Questão 8 - Qual sua profissão atual?

Existe também uma grande variedade de profissões e estados profissionais e uma representação diversa de pessoas na pesquisa, sendo grande parte da área da Tecnologia.

Questão 9 - Você gosta de participar de eventos que envolvem arte e tatuagem?

A maioria respondeu que gosta de participar de eventos que envolvem arte e tatuagem, podendo indicar que participariam de uma exposição de cartazes artísticos envolvendo tatuagem e design.

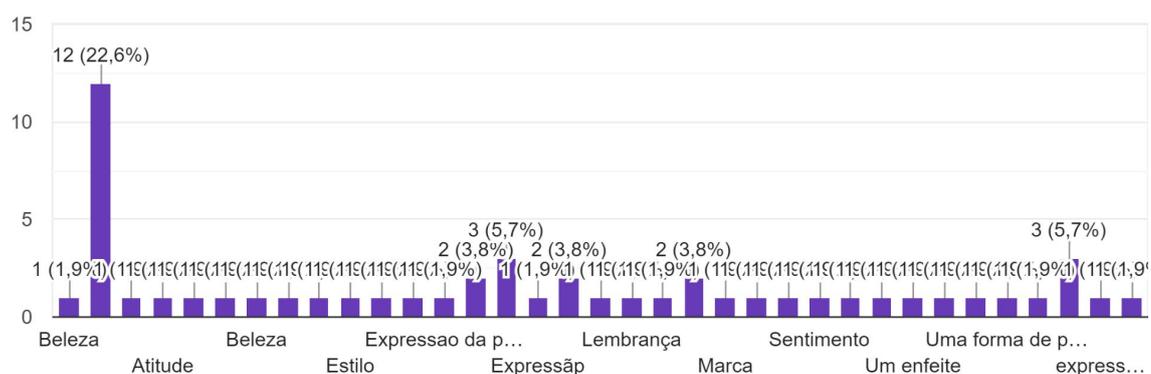
Questão 10 - Defina, em uma palavra, o que a tatuagem significa para você

Ao final do questionário, foi levantada uma questão de caráter qualitativo para coletar percepções sobre o que as pessoas enxergam como tatuagem e o que significa para cada pessoa. A palavra mais escolhida foi ARTE, em seguida EXPRESSÃO. Seguindo essa linha de raciocínio, conceitos como estética, estilo, enfeite e afins também foram selecionados pelas pessoas no formulário de pesquisa.

Figura 20 – Gráfico das respostas de percepções

Defina, em uma palavra, o que a tatuagem significa para você

53 respostas



Fonte: Autoria Própria (2022)

O perfil do público alvo traçado pela pesquisa foi de pessoas de diversas faixas etárias, profissões e origens variadas, o que corrobora com os dados de mercado que indicam que o público tatuado pode ser bem diverso. A maioria dos respondentes é da região de Porto Alegre, gostaria de participar de eventos artísticos, está em estado civil solteiro(a), concluiu ou está cursando ensino superior e têm até 32 anos, sendo que 60,4% se identificam com o gênero feminino. Ao que tudo indica, o trabalho será bem sucedido se atender a este público-alvo.

5.3 Análise de referências

5.3.1 Cartazes

Aqui serão analisadas as composições de cartazes como referencial para estrutura e seus elementos para a construção do projeto.

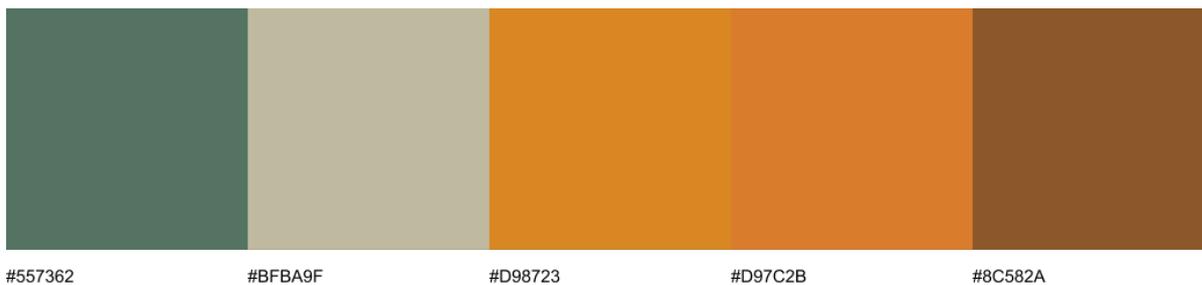
Figura 21 - Grid Orphée aux enfers (1878)



Fonte: Criado pela autora (2022)

- **Grid:** Grid Hierárquico, de acordo com a lógica de Beth Tondreau (2010) O tipo de grid valoriza os elementos na ilustração e permite um balanço entre recursos visuais e tipografia.
- **Cores:** Cores complementares, como laranja e verde, com laranja em destaque. De acordo com a psicologia das cores (FARINA, 2006), o laranja pode trazer sensações de energia, alegria, euforia, calor e festa.

Figura 22 - Paleta de cores



Fonte: Autoria própria (2022)

- **Recursos visuais:** 1º plano: pessoas, olhares direcionados para diferentes cantos da obra; 2º plano: uma plateia de pessoas; 3º plano: no topo, cavalos relinchando.
- **Tipografia:** Letras estilizadas que interagem com as ilustrações, pelo menos 3 estilos diferentes, mas similares entre si e que estão em harmonia no cartaz.

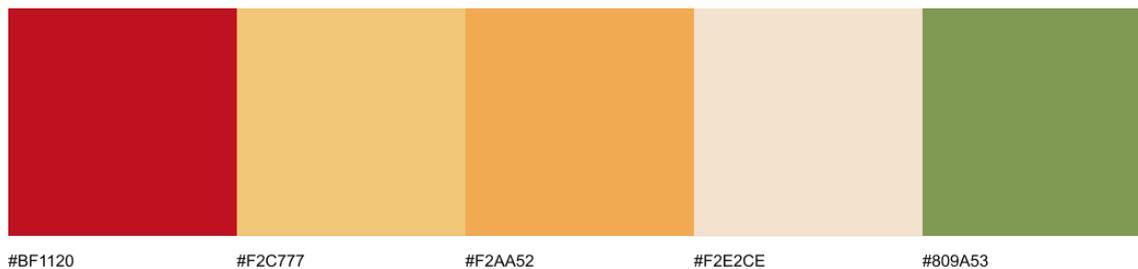
Figura 23 - Grid Cycles Perfecta



Fonte: Autoria própria, 2022

- **Grid:** Grid de Coluna Única. O grid destaca completamente o rosto feminino presente na ilustração e separa ilustração de título.
- **Cores:** Tons quentes e terrosos. A cor que se destaca é o rosa avermelhado ou alaranjado, essas cores unidas podem ter significados psicológicos e materiais relacionados a lábios, mulheres, energia, paixão, emoção, sensualidade, euforia, alegria, entre outros conceitos.

Figura 24 - Paleta de cores



#BF1120

#F2C777

#F2AA52

#F2E2CE

#809A53

Fonte: Autoria própria (2022)

- **Recursos visuais:** A beleza estética da mulher ilustrada como sendo principal recurso, cabelos esvoaçantes dando movimento para o cartaz, a ilustração “invade” o título do cartaz com partes do cabelo e “foge” pela moldura.
- **Tipografia:** Apenas um estilo tipográfico tratado em dois tamanhos.

Figura 25 - Grid de Fantaspoa 2022



Fonte: Autoria própria, 2022

- **Grid:** Grid Hierárquico. O Grid contribui no balanço entre as informações, dando mais espaço e destaque para a ilustração, mas permitindo a leitura de todos os elementos e proporcionando hierarquia de informações
- **Cores:** O fundo do cartaz é utilizado como base que contrasta suavemente com o vermelho da ilustração e dos demais detalhes em vermelho. O vermelho em destaque, neste caso, pode remeter a intensidade, perigo, sangue, fogo, chama, furor e violência, pois está num contexto de terror.

Figura 26 - Paleta de Cores



Fonte: Autoria própria (2022)

- **Recursos visuais:** O título e a ilustração constroem a primeira impressão do cartaz, que já transmite toda a mensagem do Nosferatu.
- **Tipografia:** Título estilizado de fácil leitura, letras espaçadas.

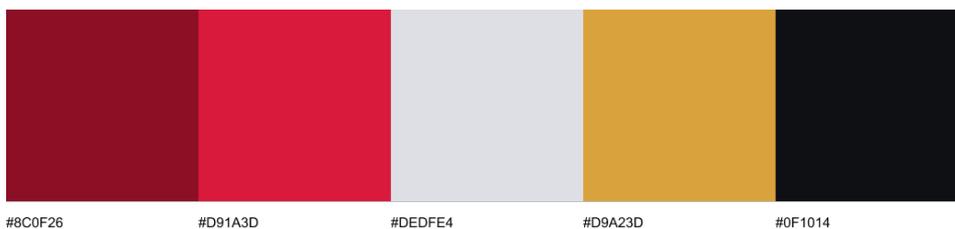
Figura 27 – Grid do cartaz Mondial du Tatouage 2015



Fonte: Autoria própria, 2022

- **Grid:** Grid Hierárquico. Proporciona um destaque à ilustração sem comprometer a hierarquia das informações presentes.
- **Cores:** Cores que vibram o olhar do telespectador alinhadas a cores mais sóbrias. O vermelho entra novamente em destaque na ilustração, desta vez podendo despertar sensualidade, calor, lábios, vigor e extroversão.

Figura 28 – Paleta de cores



#8C0F26

#D91A3D

#DEDFE4

#D9A23D

#0F1014

Fonte: Autoria própria, 2022

- **Recursos visuais:** A ilustração tem um estilo que, juntamente com as vestes da pessoa ilustrada, cria uma ambientação estilo anos 20.

- **Tipografia:** Título estilizado e curvado que envolve a ilustração e os demais elementos, seguido dos textos de apoio que possuem formato mais romano e geométrico.

Análise Final

Figura 29 - Comparativo entre cartazes

OBRA				
CORES				
SENSAÇÕES	energia, alegria, euforia, calor e festa.	feminino, paixão, emoção, sensualidade, euforia e alegria.	intensidade, perigo, sangue, furor, violência e terror.	sensualidade, calor, lábios, vigor e extroversão.
TIPOGRAFIA	letras estilizadas que interagem com as ilustrações, pelo menos 3 estilos	apenas um estilo tipográfico tratado em dois tamanhos	título estilizado de fácil leitura, letras espaçadas	estilizado e curvado que envolve a ilustração, formato romano

Fonte: Autoria própria, 2022

5.3.2 Temática

Nesta etapa, serão analisados referenciais dentro do contexto da temática da tatuagem. Será feita uma interpretação da imagem através dos requisitos sugeridos

em Leitura de Imagem na Prática Pedagógica (PAULA, 2009), com a adição do critério “estilo” e subtração de alguns outros.

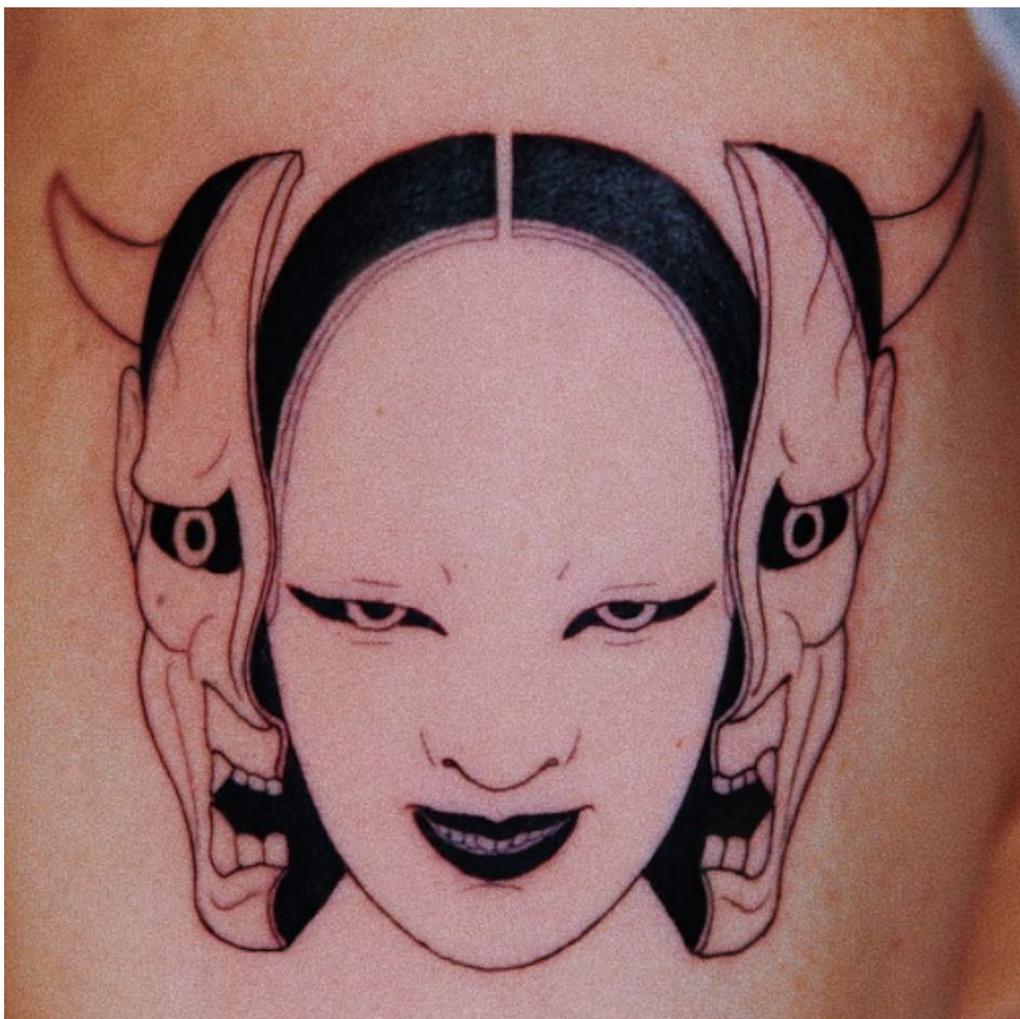
Figura 30 – Tatuagem Neo Tradicional



Fonte: Instagram da artista Maria Livia (2022)

- **Estilo:** Estilo Neo tradicional, com nuances Art Nouveau.
- **Cores predominantes:** Predominantemente laranja e rosa-avermelhado
- **Texturas:** Possui luz e sombra, diversas texturas e detalhes em vermelho estilo grafismos.
- **Composição:** Duas figuras principais dividindo o mesmo plano, acima, há um tigre com a pata abraçada na mão da mulher que está abaixo.

Figura 31 – Tatuagem Neo Oriental



Fonte: Instagram do artista Suzani (2022)

- **Estilo:** Neo oriental, temática de terror
- **Cores predominantes:** Preto puro em pele
- **Texturas:** Utilização de fios, sem luz, sem luz e gradiente de sombra, apenas preenchimento fechado
- **Composição:** Plano único, no centro, a cabeça de um ser andrógono e uma máscara hannya (cortada ao meio), muito comum na tatuagem oriental (SHIMADA 2021).

Figura 32 - Grace Neutral Femme Fatale Ecobag Ilustrada



Fonte: Instagram Grace Neutral (2021)

- **Estilo:** Ilustração com nuances cartoon.
- **Cores predominantes:** Branco no preto.
- **Texturas:** Em geral a ilustração é lisa com detalhes do arame farpado em rastelado.
- **Composição:** Foco na mulher, já que se trata de uma “Femme Fatale”, com arame farpado como moldura.

Figura 33 – Tatuagem Psicodélica



Fonte: Instagram da artista Alley Macau (2021)

- **Estilo:** Neo oriental psicodélico.
- **Cores predominantes:** Preto na pele.
- **Texturas:** Diversas texturas no quimono, compondo a estampa
- **Composição:** Uma pessoa com quadro olhos vestindo um chapéu e um quimono, referencial japonês.

Análise final

Figura 34 - Quadro comparativo entre estilos de tatuagem

OBRA				
ESTILO	Estilo Neo tradicional, com nuances Art Nouveau.	Neo oriental, temática de terror	Ilustração com nuances cartoon	Neo oriental psicodélico
CORES	Predominante mente laranja e rosa-avermelhado.	Preto puro em pele	Branco no preto	Preto na pele
TEXTURAS	Possui luz e sombra, diversas texturas e detalhes em vermelho estilo grafismos.	Utilização de fios, sem luz e gradiente de sombra, apenas preenchimento fechado.	Em geral a ilustração é lisa, com detalhes do arame farpado em rastelado	Diversas texturas no kimono, compondo a estampa
COMPOSIÇÃO	Duas figuras principais dividindo o mesmo plano, acima, há um tigre com a pata abraçada na mão da mulher que está abaixo.	Plano único, no centro, a cabeça de um ser androgino e uma máscara hannya cortada ao meio	Plano único foco na mulher - já que se trata de uma "Femme Fatale"-, o arame farpado serve de moldura para figura principal.	Uma pessoa com quadro olhos vestindo um chapéu e um kimono, referencial oriental.

Fonte: Autoria própria (2022)

5.3.3 Recursos

Breve análise de possíveis recursos e elementos visuais para enriquecer a ilustração e composição dos cartazes. Serão observados alguns fragmentos específicos das obras a seguir, e não o todo.

Figura 35 – Carta Tarot



Fonte: Autoria própria, 2022

- **Metáfora visual:** As ilustrações no tarot são enriquecidas em símbolos e simbologias. (Interpretações retiradas por livro o Tarot Tradicional de Waite).
- **Signos/símbolos:** Todos os símbolos e signos contribuem para a composição de significados e representações da carta de tarot.
 - A Lua: No centro, superior a todos os outros símbolos, a Lua iluminada é o ponto focal da ilustração. Significados espirituais possíveis para lua: mistério, forças ocultas, silêncio, ciclos.
 - Número da carta: O número 18 também pode representar mistérios, ciclos e magia.

- Animais: Os cães representam os guardiões da noite. O escorpião representa intensidade e misticismo.
- O cenário: As torres, em terceiro plano, representam estruturas mentais. As montanhas, e a grama, representam aquilo que é terreno. A água fala sobre sentimentos, mergulho profundo.

Todos os símbolos e signos contribuem para a composição de significados e representações da carta de tarot.

Figura 36 – Ilustrações do livro le Morte d'Arthur

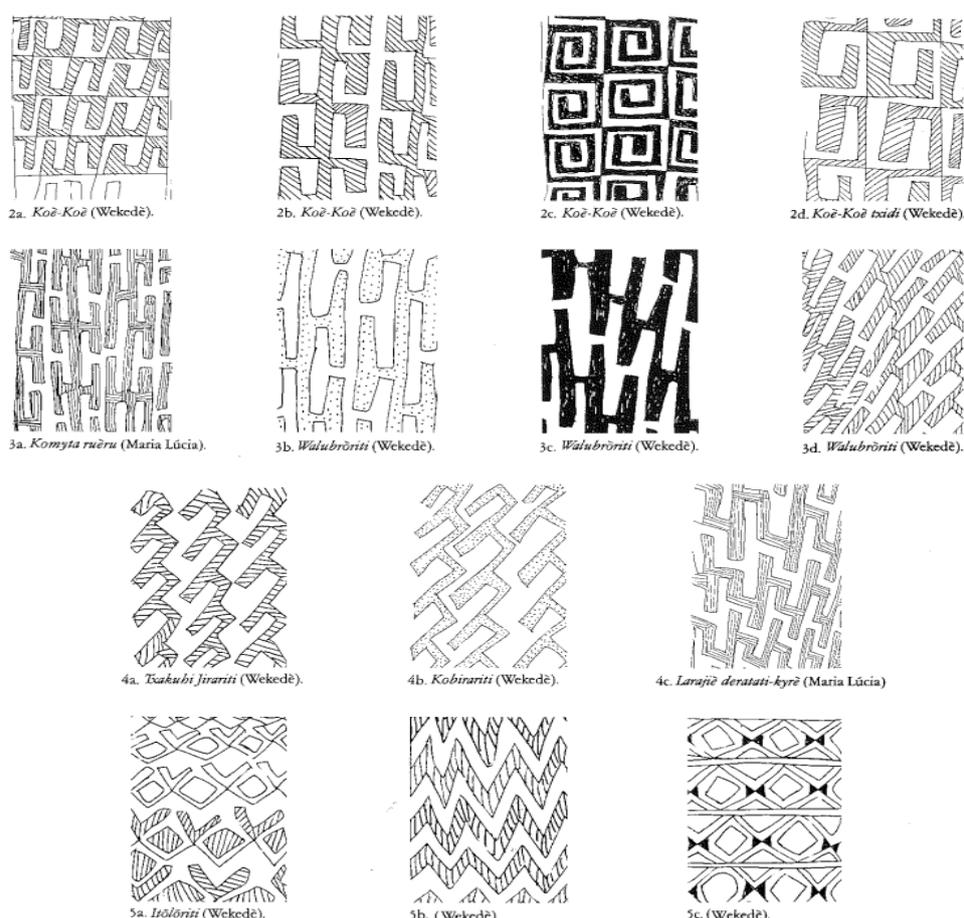


Fonte: Revista Uniandes, 2019

Clímax é uma das diversas ilustrações feitas para Salome. Na imagem, Salome segura uma cabeça, cuja o sangue parece se misturar e se tornar parte de do longo cabelo da figura feminina. Os olhares intensos contrastam com os traços sutis e lineares, criando um aspecto de mistura entre feiura e ternura (DUQUE, 2019)

- **Estilo:** Art nouveau
- **Cores predominantes:** Preto e branco
- **Texturas:** Aspectos do preto que criam impressões ópticas de sombreado puro
- **Composição:** Duas figuras humanas se encaram no primeiro, no centro. Ao redor elementos visuais como texturas com formas elípticas no canto superior esquerdo e, no canto inferior direito, uma flor nascida do que pode ser sangue ou tecido.

Figura 37 – Grafismos Karajá



Fonte: Etnolinguística (2000)

Os grafismos indígenas são artes ancestrais que carregam diversos significados e são em geral utilizados como pintura corporal. Para o projeto, foram referenciados e serviram de inspiração, mas não foram copiados e nem esvaziados, em respeito às técnicas ancestrais.

Figura 38 – Referencial tipográfico Nouveau



Fonte: Pinterest (2020)

Fontes em estilo Art Nouveau, utilizadas em arquiteturas nouveau e estruturas do movimento artístico. Em estilo display, estilizadas, formas em geral curvilíneas e abertas.

Figura 39 - Tatuagem em lettering no pescoço



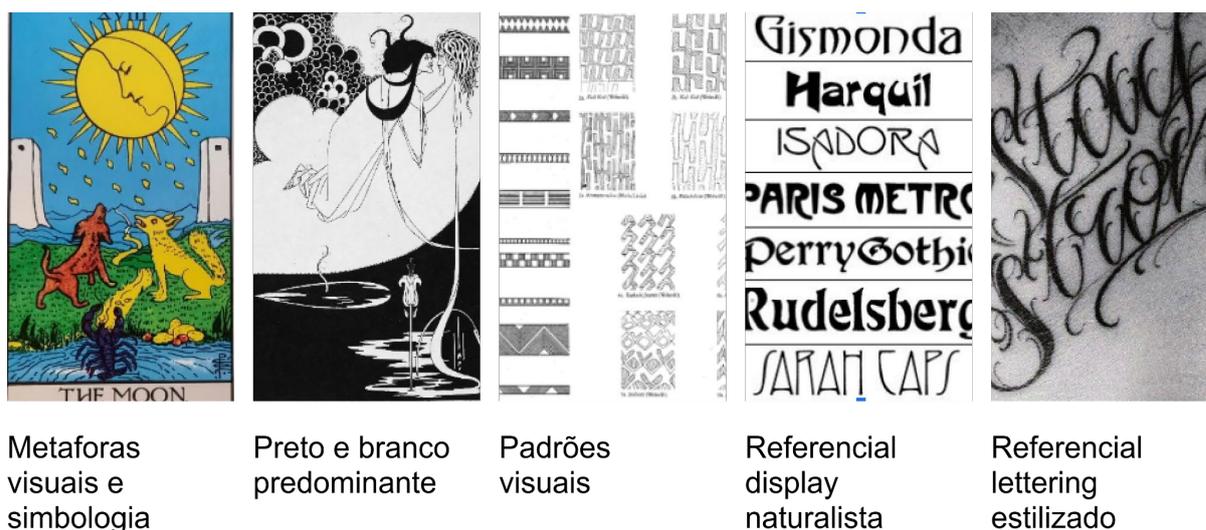
Fonte: Pinterest (2019)

Na figura 36, observa-se uma fonte estilizada em caligrafia lettering para uma tatuagem no pescoço. Este tipo de caligrafia é caracterizado pela mistura de estilos variados para a criação de uma fonte personalizada.

Análise final

Para análise final dos recursos, foram selecionados os elementos que mais chamam a atenção para as finalidades do projeto em cada recurso estudado.

Figura 40 - Tabela principais elementos nos recursos



Fonte: Autoria Própria (2022)

5.4 Definição

Este capítulo apresenta as funções e requisitos, sendo que funções são as boas práticas desejadas em um cartaz e requisitos são as condições, exigências e especificações para os cartazes dentro deste projeto.

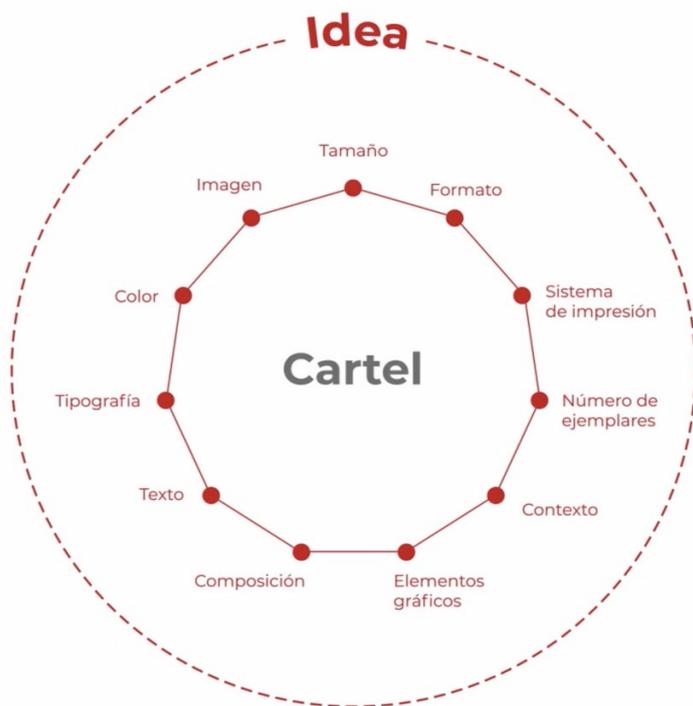
5.4.1 Funções

Miguel Frago (2019) aponta ainda que o cartaz deve ter 5 funções principais alinhadas às práticas de design:

- 1) **Função informativa:** Deve transmitir determinada mensagem a um determinado público
- 2) **Função persuasiva e retórica:** O cartaz também deve cumprir uma função persuasiva e retórica com mensagens que provocam uma resposta por parte do receptor.
- 3) **Função estética:** O cartaz deve ser atraente e impactante, assim como esteticamente adequado para seu público
- 4) **Função educativa:** Contribuindo para o enriquecimento cultural dos espectadores e sua educação.
- 5) **Função ambiental e urbana:** Proporcionar caráter e personalidade para os espaços urbanos

5.4.2 Requisitos:

Figura 41 – Funcionalidade e estética



Fonte: Site Domestika (2019)

- **Tamanho** O tamanho deve ser padrão A3
- **Formato** Formato retrato
- **Imagem** Próprias para impressão
- **Cor** 3 cores, sendo 1 cor de destaque
- **Tipografia** Que complemente a ilustração e mantenha um padrão visual
- **Texto** Seja curto e de impacto
- **Composição** Que mantenha uma identidade visual
- **Outros elementos gráficos** Que reforcem a identidade visual
- **Contexto** Que seja exposto em paredes de estúdio
- **Número de exemplares** 5
- **Substrato** Offset
- **Gramatura** 300
- **Tipo de impressão** Digital

Foram realizados testes de impressão para visualizar e comparar os tipos de impressão e as cores antes que se imprima todos os cartazes. Substratos e

gramaturas foram comparados, selecionando aqueles que estavam mais adequados ao projeto. O tamanho da folha condiz com o local no qual produto final foi exibido, permitindo que houvesse espaço nas paredes dos estúdios possíveis compradores.

Os cartazes se propõem a ser uma junção das Funções e dos Requisitos citados, apresentando função informativa, retórica, estética, educativa e ambiental nos tamanhos, formato, imagem, cor, tipografia, texto e composição adequados com os tópicos, referências e recursos estudados.

5.5 Criar

5.5.1 Conteúdo dos cartazes

Cada cartaz foi responsável por carregar uma história ou mensagem das respostas coletadas pela pesquisa de público-alvo e pelas pesquisas exploratórias previamente feitas, devendo também respeitar os pré-requisitos delimitados nas listas de requisitos do projeto.

O primeiro conceito, História, surgiu a partir da pesquisa exploratória inicial que deu início ao projeto através do livro *Uma História da Tatuagem no Brasil*, que explicitou como a tatuagem anda junto das civilizações há milênios e no Brasil já estava presente entre povos indígenas muito antes de 1500 (JEHA, 2019), sendo assim é possível relacionar tatuagem à palavra história e ressaltar sua relação com a história.

Os conceitos Arte e Expressão, foram apresentados pelo próprio público-alvo no formulário online (Tópico 5.2.1) onde, na última questão, as pessoas tinham de preencher, a partir de suas visões, o que significava tatuagem para elas, tendo a maioria respondido Arte e Expressão e similares. Esses termos andam lado a lado e não é à toa que foram os mais identificados pelos respondentes do formulário. É possível entender a relação que a tatuagem tem com a arte e a expressão do ser humano, pois na pele podemos produzir arte e com a pele podemos expressar ideias, sensações, pontos de vista, visões, etc. As histórias de Alley (@alleyallemacau) e Grace (@graceneutral) retratam a vida de quem vive pelos conceitos de Arte e Expressão, através de suas artes como tatuadoras e trazendo arte tatuada no corpo.

O conceito de Liberdade surgiu de um exercício da palavra sendo relacionada com liberdade de existir, de ser e surgiu também a partir das sensações que a liberdade pode trazer como, por exemplo, um grande alívio. Foi também investigando as histórias que a tatuagem proporciona que se encontrou história de superação e liberdade, nos relatos das pessoas que “se libertam” da baixa autoestima através de tatuagens após a luta contra o câncer e recuperam suas identidades (iG Delas 2019).

Identidade é o último conceito e um dos mais fáceis de assimilar com a tatuagem. Como foi visto anteriormente, Marques (1997) aponta como as pessoas utilizam a tatuagem como forma de encontrar e se relacionar com suas próprias identidades. A cantora Linn da Quebrada carrega esse conceito junto de sua luta cotidiana por ter sua identidade como travesti respeitada, mostrando como a tatuagem pode ser um serviço e veículo de luta e identidade.

A decisão de traçar histórias de figuras que se identificam com identidades de gênero alinhadas ao feminino foi também alinhada à pesquisa de público-alvo e a pesquisa publicada por Gaúcha ZH (2018) que indica que o público tatuado é majoritariamente feminino, visando promover representatividade e identificação com as figuras ilustradas.

5.5.2 Identidade visual dos cartazes

O estilo visual dos cartazes é baseado em todos os estudos feitos anteriormente em referências (Tópico 5.3) com algumas decisões tomadas durante o processo de produção para que se adequassem ao estilo próprio da autora do projeto.

A escolha das cores foi pré-definida através de um estudo de psicologia das cores. O vermelho foi associado ao conceito de História, pois de acordo com a psicodinâmica das cores (2006), as sensações cromáticas adquiridas pela cor vermelha estão muito associadas a intensidade e energia, também é uma cor muito usada pelas tribos indígenas para pintura do rosto e corpo, como na foto:

Figura 42 - Etnia Karajá



Fonte: Conexão Tocantins (2018)

O conceito Expressão foi associado ao roxo violeta, pois causa sensações cromáticas associadas ao mistério, ao profundo, fantasia e profundidade e espiritualidade, também é a cor presente nos olhos de Grace Neutral, a personalidade escolhida para representar o cartaz.

Para Arte, foi escolhida uma cor que remete à leveza e, contrastada com preto, cria efeito de vibratibilidade. É uma cor estimulante e luminosa, que carrega consigo também um tom de criatividade.

O conceito Liberdade foi relacionado ao verde que, de acordo com o livro *Psicodinâmica das Cores em Comunicação*, esta cor “contém a dualidade do impulso ativo e a tendência ao descanso e relaxamento”, pode ser associado a calma, frescor e suavidade.

Segundo Pastoureau (1997) e também Heller (2004), a cor azul é a preferida por mais da metade da população ocidental, de modo que se identifiquem mais facilmente com esta cor, e algumas das associações afetivas possíveis são intelectualidade, serenidade, verdade, sentido e sentimento profundo. Portanto, essa cor representa Identidade no cartaz.

O fundo preto em cada cartaz e a decisão das artes em linhas brancas surgiu por inspiração de Aubrey Beardsley. Além disso, o preto é muito utilizado em tatuagens, principalmente estilo “*Blackwork*”, que é um dos principais estilos de

tatuagem (Mário Ferreira, 2019). Preto é uma cor predominante no mundo da tatuagem, seguido do branco, geram uma composição contrastante e de impacto, estando presente nos logotipos apresentados anteriormente (figura 16) dos estúdios Graúna Tatuaria e Verani Tattoo.

O estilo presente nas ilustrações é um misto de inspirações nas referências analisadas e da própria capacidade artística em ilustração da autora, também um equilíbrio entre estilo artístico da autora e as limitações das técnicas utilizadas.

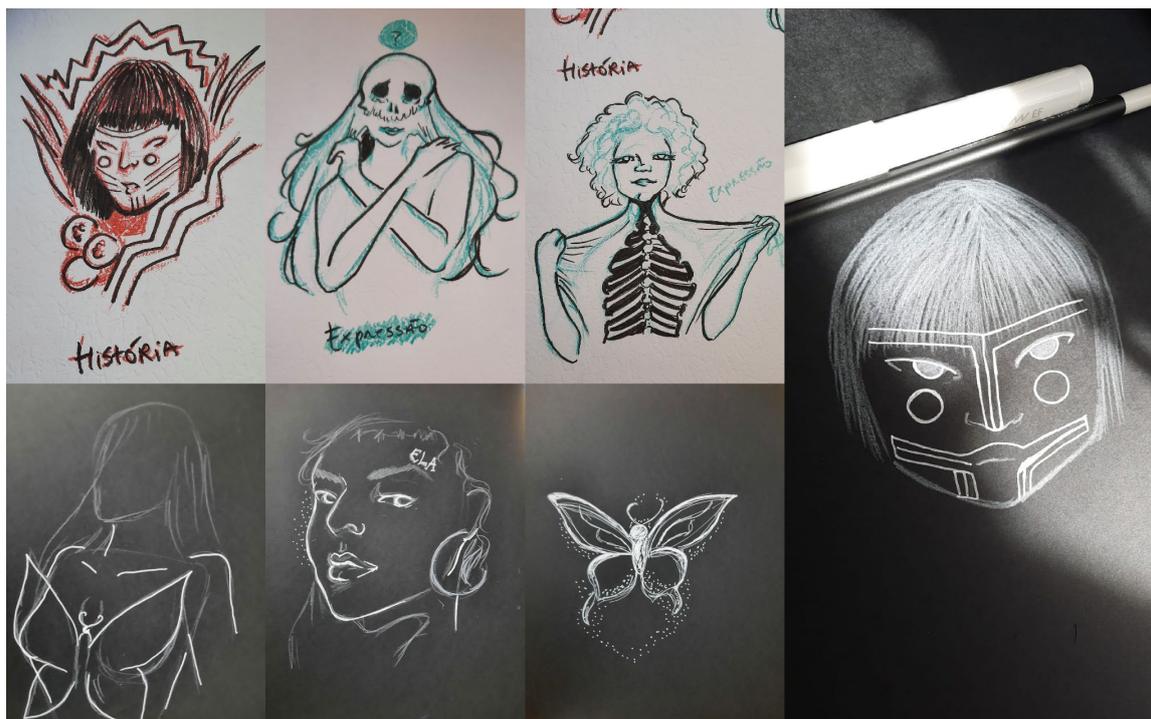
A tomada de decisão nos estilos também foi influenciada por uma série de fatores durante a construção dos cartazes, principalmente para preservar uma identidade visual e reforçar as narrativas propostas em conteúdo dos cartazes.

Além das cores, os elementos principais que foram replicados em todos os cartazes são “cabelos esvoaçantes”, inspirados nas ilustrações de Alphonse Mucha. As bordas, que são recortes de alguma parte da figura desenhada transformadas em um novo recurso visual e os padrões de fundo da imagem, sempre criados a partir de algum detalhe presente nas ilustrações.

O grid utilizado também foi replicado em todos os cartazes, organizando as ilustrações na mesma composição visual, com as mesmas margens. A escolha da tipografia foi feita a partir de uma série de testes de composição e através da observação e avaliação crítica das referências citadas no Tópico 5.3. Foi selecionado o estilo tipográfico mais condizente com o segmento e o mercado da tatuagem, conforme estudado no Tópico 5.1.4.

5.5.3 Modelação

Figura 43 - Montagem dos cartazes



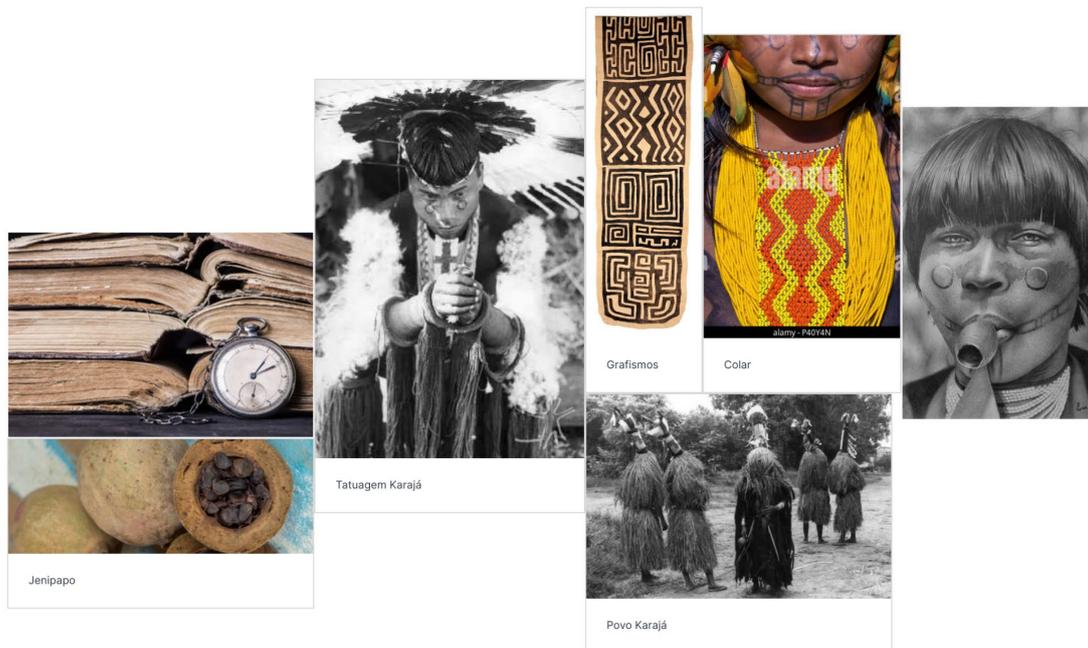
Fonte: Criado pela autora, 2022

Para cada conceito foram exercitadas algumas ideias posteriores, que foram evoluídas em seguida. Alguns dos exercícios envolviam tentativas de comunicação através de metáforas visuais como “virando do avesso” para retratar expressão. Tais ideias foram descartadas, pois foram identificadas como de difícil entendimento.

Foram testados diferentes papéis e contrastes de cores para comparação entre mídia física e mídia digital. A intenção inicial era de que as ilustrações fossem desenhadas em papel preto, mas com os testes feitos foi constatado a partir destes testes de luz e cor que o ideal seria criar os desenhos em fundo branco, para inverter a cor digitalmente após vetorização. As demais referências visuais encontram-se no Apêndice C.

Tatuagem é história

Figura 44 - Moodboard "Tatuagem é história"



Fonte: Criado pela autora (2022)

Elementos desejados: Povo indígena, natureza, tatuagem por escarificação, grafismos, luta, pintura corporal. Cada ilustração foi desenhada a partir de um referencial fotográfico que facilitou sua criação. Para retratar História, foi feita uma busca de referências visuais indígenas da tribo karajá e utilizada a figura de uma jovem da tribo Karajá.

Figura 45 - Jovem Karajá



Fonte: Flickr Além da Lente Fotografia (2011)

A foto retrata uma jovem da tribo Karajá, com as tatuagens, roupas e pinturas típicas da tribo. A ilustração criada a partir da imagem:

Figura 46 - Obra inicial e produto final



Fonte: Criação da autora, 2022

Foi definido durante a criação que o olhar da jovem na ilustração seria redirecionado para o sentido do usuário ou telespectador. Para transformação do meio físico para digital, procurou-se manter as definições de detalhes da obra durante a vetorização, finalmente foram invertidas as cores, alcançando o efeito desejado para todas as obras seguintes.

Para criação de um fundo estilizado, foram identificados os grafismos presentes na vestimenta da pessoa na ilustração e replicados para criação de um fundo padronizado. Para enriquecer a ilustração, foram selecionadas as flores presentes entre o cabelo da figura como adornos.

Todos os cartazes devem seguir a mesma composição para garantir uma unidade visual, portanto definir a composição do primeiro cartaz acarretaria a organização visual dos demais, para reforçar a identidade das obras. Foi crucial realizar vários testes de composição e tipografia neste processo. Ao todo foram feitos 18 testes de composição e tipografia, como indica a figura abaixo:

Figura 47 – Testes



Fonte: Autoria própria (2022)

A composição escolhida foi a que estava com a composição mais esteticamente voltada para o destaque da ilustração e título e estava mais alinhada às funções do cartaz. A tipografia selecionada foi a que estava mais condizente ao segmento da tatuagem, para reforçar o assunto.

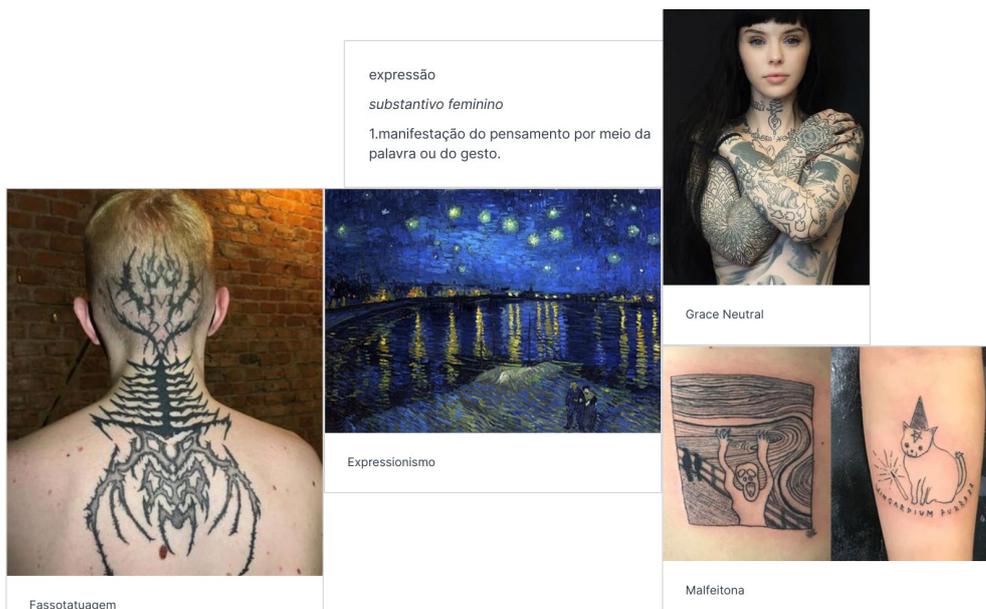
Figura 48 - Alternativas finais



Fonte: Autoria própria (2022)

Tatuagem é expressão

Figura 49 - Moodboard "Tatuagem é Expressão"



Font Autoria própria (2022)

Elementos desejados: Grace Neutral, arabescos, grafismos, tatuagem. O modelo imagético desta ilustração foi a própria Grace Neutral em um dos seus ensaios fotográficos. A pele coberta de tatuagens em destaque, com os dois braços em posição fechada em X e semblante suave, porém impactante.

Figura 50 – Referencial imagético: Grace Neutral



Fonte: Instagram (2020)

Figura 51 - Obra inicial e produto final

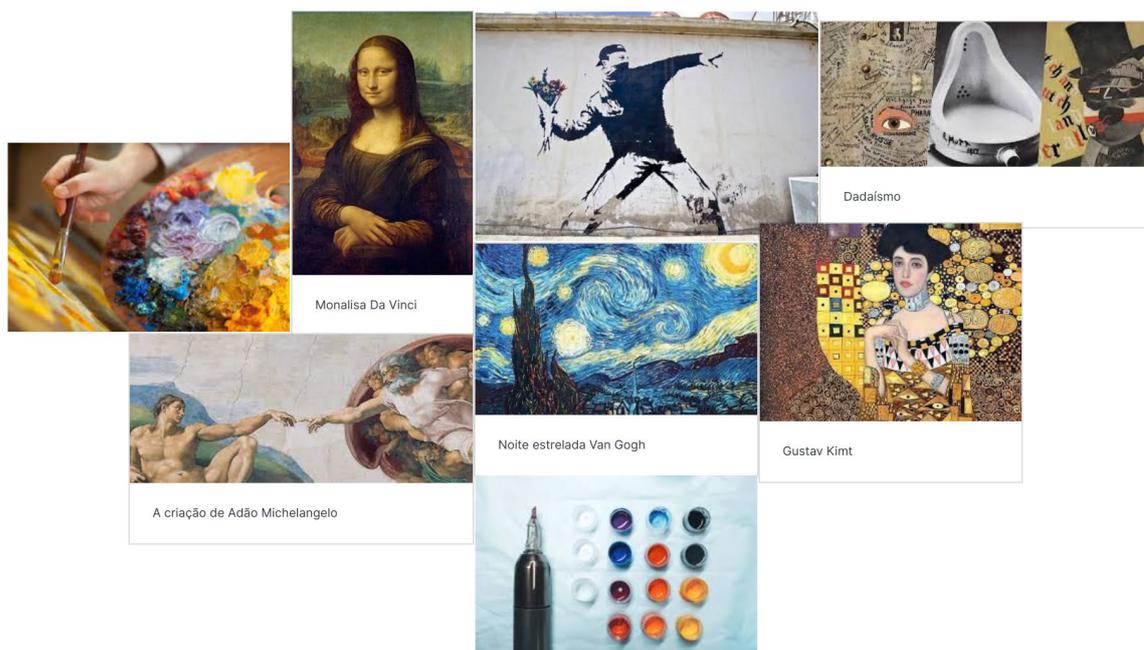


Fonte: Autoria própria (2022)

As flores presentes nas tatuagens do braço de Grace foram escolhidas para adornar os cantos. A tatuagem no centro do pescoço da figura gerou o padrão de fundo.

Tatuagem é arte

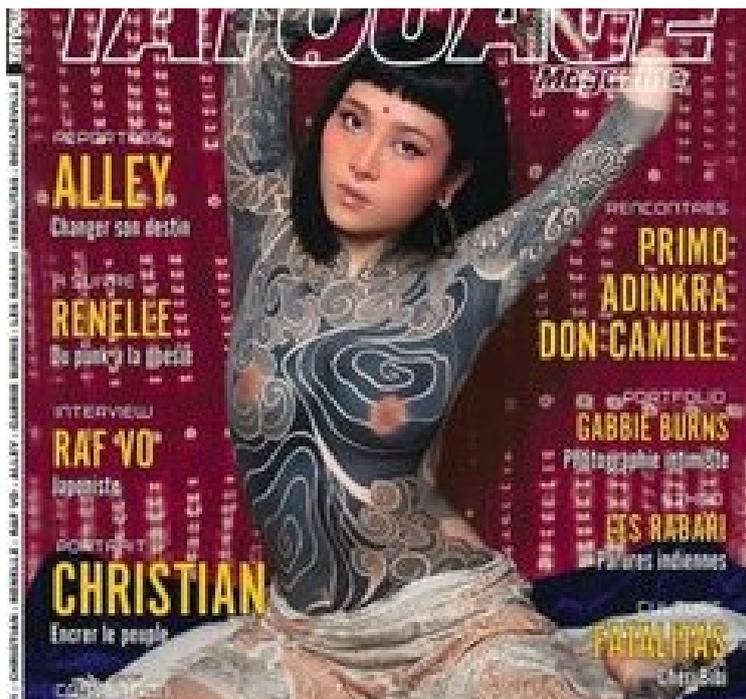
Figura 52 – Moodboard “Tatuagem é arte”



Fonte: Autoria Própria (2022)

Elementos desejados: Arte livre, tintas, tatuagens, Alley Long, amarelo.

Figura 53 - Referencial Imagético: Alley para Tatouage Magazine



Fonte: Tatouage Magazine

Figura 54 - Obra inicial e produto final



Fonte: Autoria própria (2022)

Foi feita uma busca por elementos que pudessem compor a imagem. As nuvens presentes nas tatuagens de Alley Long criaram um padrão fluido para o fundo. As teias no cotovelo da artista formaram os adornos presentes no canto do cartaz.

Tatuagem é liberdade

Figura 55 - Moodboard "Tatuagem é Liberdade"



Fonte: Autoria Própria, 2022

Elementos desejados: Asas, borboletas, braços abertos, sensação de plenitude. Foram utilizadas mais de uma imagem como base na construção da ilustração do cartaz Liberdade:

Figura 56 - Modelos Imagéticos



Fonte: Instagram

Figura 57 - Obra inicial e produto final



Fonte: Autoria própria (2022)

A coroa é uma alusão remetente à coroa presente na estátua da liberdade, que representa a deusa romana *libertas* e está associada à independência (MACEDO, 2019). A borboleta simboliza a liberdade em muitas culturas, pois possui asas para ir aonde quiser. É símbolo de alma e imortalidade. Devido à transformação de casulo em borboleta, algumas culturas atribuíram a esse animal o simbolismo de renascimento e ressurreição. No Japão, elas também representam lazer abundante, alegria e vaidade feminina (PASTORE, 2009)

Figura 60 - Obra inicial e produto final



Fonte: Autoria própria (2022)

O arame farpado, tatuagem localizada na testa de Linn, próxima ao seu cabelo, serviu de base para o fundo padronizado e para o adorno dos cantos do cartaz.

Resultados

Todas as ilustrações após vetorizadas e tratadas, foram impostas em fundo preto e ajustadas à composição definida pelo cartaz História, o grid foi replicado em todas as obras para manter a identidade visual.

Figura 61 - Cartazes finalizados



Forte: Criação da autora, 2022

5.6 Ouvir

De acordo com André Grilo (2019), existem características fundamentais e indissociáveis no design de um produto. Essas características ajudam a explicar a sua existência, e o tornam inteligível para seus usuários e para os atores do ecossistema onde o produto está inserido.

Para Charles S. Peirce (2003) semiótica é o estudo geral das representações, que leva em conta os signos em todas as formas e manifestações, linguísticas ou não, e a observação e análise das propriedades entre sistemas significantes e signos.

Para Gomes Filho (2006), dimensões semióticas caracterizam-se em:

- Dimensão pragmática: É a descrição da compreensão lógica do produto, de como ele é formado. São suas leis de funcionamento e sua utilidade.
- Dimensão sintática: Refere-se à descrição e à compreensão do funcionamento técnico do produto, sua organização física e estrutural, visual, e suas inter-relações sistêmicas.
- Dimensão semântica: Diz respeito à dimensão do próprio objeto e do que ele pode significar, no contexto de várias relações entre signos diversos. É a significação do produto.

Um dos métodos da metodologia HCD (em Design Kit Org) é a coleta de “*feedback*” contínua, ou seja, a constante reunião de informações sobre o que as pessoas percebem sobre o design que está sendo proposto como um processo sem fim e essas informações são tão importantes quanto o próprio processo de criação. Testar ideias, protótipos e determinar como definir, mensurar e evoluir o trabalho de design. É necessário sempre envolver os usuários e interessados no projeto enquanto ele ainda está em evolução e não somente quando está pronto.

Para coleta de feedback dos usuários e público-alvo, foi estruturado um teste para este projeto, que foi baseado e inspirado nas definições e instruções do *Preference Testing* ou Teste de Preferência (também conhecido como teste de desejabilidade), sugerido pela companhia User Interviews, que propõe analisar e entender como as pessoas percebem e respondem a diferentes variantes e designs. É um estilo de teste que se baseia na desejabilidade do produto para entender e mensurar o sucesso deste produto de maneira qualitativa (USER INTERVIEWS, 2022).

Ainda de acordo com User Interviews (2022) para condução do teste é recomendado primeiramente identificar os objetivos da pesquisa, em seguida planejar o funcionamento e estrutura do teste, e finalmente estruturar perguntas qualitativas para conduzir o experimento.

Os objetivos desta pesquisa, alinhados aos objetivos projetuais, são principalmente avaliar as alternativas criadas na modelação dos cartazes para coletar informações dos usuários e entender se cumprem o propósito de sensibilizar o público-alvo com relação aos conceitos apresentados. A análise das alternativas será focada nos elementos ilustrativos dos cartazes e no que eles representam e causam

em emoções e sentimentos nos usuários. Serão entendidas as dimensões semióticas dos cartazes, suas funções e utilidades, suas compreensões e significados finais. A finalidade é, em suma, mensurar aquilo que é subjetivo e materializar em informações que definem o sucesso ou insucesso do produto, indicando se projeto precisa de modificações ou se está pronto para ser lançado.

O teste adaptado pela autora consiste em três etapas:

- Percepções e sensações do produto;
- Leiturabilidade e inteligibilidade dos cartazes;
- Desejabilidade do produto.

Todas as etapas totalizam 1h de execução com usuários selecionados a partir da pesquisa de Público-alvo, ou seja, o recrutamento será baseado em pessoas de faixas etárias diversas, focado em pessoas tatuadas, e majoritariamente feminino.

Etapa 1: Percepções e sensações do produto

Esta etapa consistiu em apresentar somente as ilustrações para os participantes e coletar percepções e sensações sobre estas, fomentando a discussão com perguntas posteriormente. A pesquisadora apresenta as etapas da pesquisa e explica as fases, durante 10 minutos.

1ª Fase: Num primeiro momento, os participantes apenas observam as ilustrações e escrevem aquilo que percebem sobre as imagens num pedaço de papel. Sem compartilhar uns com os outros, para que não haja interferências de opiniões. Este momento dura 5 minutos.

2ª Fase: A pesquisadora faz uma série de perguntas sobre as ilustrações para serem respondidas também individualmente. Esta etapa dura 5 minutos.

Perguntas:

- O que você enxergou em cada ilustração?
- Quais as etnias percebidas nas ilustrações?
- Existem elementos que chamaram mais a sua atenção?

3ª Fase: Os participantes agora recebem pequenos textos de apoio com as histórias das ilustrações e mais 5 minutos e 5 opções dos conceitos pré-definidos dos cartazes para relacionar às ilustrações apresentadas.

4ª Fase: A fase final da primeira etapa consiste no debate dos participantes a respeito das ilustrações durante 10 minutos.

Etapa 2: Leitabilidade e inteligibilidade dos cartazes

Nesta etapa, a pesquisadora apresenta as alternativas finais da criação. O objetivo desta é entender a leitura e legibilidade dos cartazes.

5ª Fase: Os participantes têm 5 minutos para observar todos os protótipos de cartazes.

6ª Fase: Os participantes devem responder às perguntas individualmente. 5 minutos.

Perguntas:

- Qual foi o primeiro elemento que chamou sua atenção? E o último?
- O que você leu primeiro?
- O que você entende do que você viu?
- Você teve dificuldade em entender os cartazes? Por quê?

Etapa 3: Desejabilidade do produto

7ª Fase: A pesquisadora faz perguntas a respeito da desejabilidade do produto. 5 minutos.

Perguntas:

- Onde você imagina este produto?
- Você compraria este produto?
- Quem você imagina que deseja um produto assim?

Fase final: Agora os participantes e a pesquisadora finalizam as discussões e debates, e opiniões gerais sobre os cartazes, gerando insumos e conclusões para a pesquisa. 15 minutos.

5.6.1 Resultados da pesquisa

Etapa 1

1ª Fase: Percepções gerais. Para facilitar o entendimento, os desenhos foram atribuídos a letras:

Figura 62 - Ilustrações atribuídas a letras



Fonte: Autoria própria (2022)

Figura 63 - Participantes escrevendo suas percepções



Fonte: Autoria própria (2022)

Desenho A: As percepções deste desenho foram diversas, uma participante relatou ter visualizado uma “entidade” relacionada aos elementos águas e ar. Um participante relatou conexão com a natureza. Outras palavras usadas também foram “ascensão”, “alívio”, “espírito”, “leveza”, “força” e “coragem”.

Desenho B: Uma das participantes conseguiu ver semelhança entre a ilustração e a cantora Linn da Quebrada e utilizou as palavras “significante” e “enriquecedor”. Um dos participantes relatou a seguinte frase: “A mulher com o espelho me transmitiu a ideia de identidade, de pertencimento, de olhar para o espelho e se reconhecer”. Outras palavras utilizadas foram “feminilidade”, “força”, “leveza”.

Desenho C: Para todos os participantes, a ilustração C remete à cultura indígena, além disso, trouxeram conceitos como “força”, “ancestralidade”, “expressão”. E um dos participantes relatou o seguinte: “Me passa esperança, me sinto positivo com o futuro, uma vida mais integrada e respeitosa com a natureza”. Para descrever a figura, foram atribuídas palavras como “guerreira” e “protagonista”.

Desenho D: “A disposição do cabelo me sugere algo selvagem e indomável. O que chama atenção são os olhos (parecem de demônio)” foi o que escreveu um participante. Os olhos tatuados foram percebidos pelos participantes num geral, a figura também foi descrita como corpo tatuado que passa sensação de “expressividade” e “liberdade”. Também foi mencionado “sentir-se bem consigo mesmo através de uma expressão artística”.

Desenho E: Um relato de uma participante: “Essa ilustração me remete ao uso do próprio corpo como veículo de expressão da arte”. Os participantes repararam que a figura na ilustração é uma pessoa com deficiência. Um dos participantes entendeu a etnia da figura como sendo indígena, outros perceberam-na como asiática. Algumas palavras utilizadas para conceituar foram “equilíbrio”, “energia”, “juventude”.

2ª Fase: Visão geral das perguntas

Os participantes relataram perceber mulheres de diversas etnias negra, indígena, cabocla, branca e asiática. Um dos relatos foi “Todas as ilustrações me transmitem força feminina, porém sem símbolos bélicos ou que remetem à agressividade [...] Todas parecem estar em movimento”. Dos elementos que mais chamaram atenção, os participantes comentaram que a tatuagem é o denominador comum em todas as ilustrações.

3ª Fase: Relação com os conceitos. Para esta etapa, foram numeradas histórias para as ilustrações para permitir que os participantes pudessem fazer a relação entre história, ilustração e conceito.

Figura 64 - Participantes colando post-its nas ilustrações



Fonte: Autoria própria (2022)

Resultados:

Figura 65 - Ilustrações com post-its das escolhas dos participantes



Fonte: Autoria própria (2022)

- O desenho A, foi relacionado à Liberdade pela maioria dos participantes, mas também foi identificado como História, Expressão e Identidade e sua história foi reconhecida por todos, história 4.
- A ilustração B foi quase unanimemente relacionada à Identidade e sua história foi reconhecida por todos, que a relacionaram ao texto 5.
- A história da ilustração C foi alinhada para todos os participantes, relacionando-a à história 1 e quase todos os participantes à relacionaram ao conceito História, porém alguns relacionaram também à Identidade e Arte.
- Na figura D, todos os participantes reconheceram o texto relacionado à ilustração de Grace Neutral, a figura foi relacionada principalmente a Expressão e Arte, com dois votos cada, mas também Identidade e Liberdade.

- A ilustração E também foi unanimemente relacionada a sua história, porém o conceito ficou diluído em votos em Arte, Expressão com dois votos, Identidade, Liberdade e História.

4ª Fase: Debate

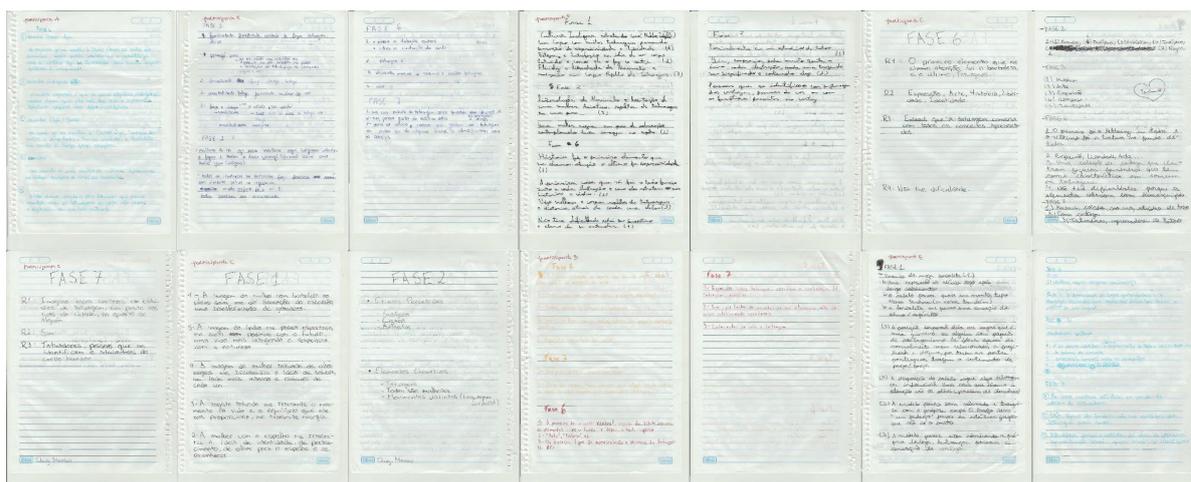
Nesta fase, os participantes puderam interagir e convergir a respeito das ilustrações, expondo suas opiniões. Em maioria, compartilharam que suas ilustrações favoritas foram a que representa Arte e a que representa História, mas uma participante afirma que sua favorita é a que representa a Liberdade.

Neste momento de debate, os participantes afirmaram perceber uma unidade visual nas ilustrações e comentaram sobre os cabelos das figuras e que todas as figuras retratam pessoas no alinhamento feminino de identidade de gênero.

Etapa 2

5ª e 6ª Fases: Visualização e perguntas

Figura 66 - Depoimentos e percepções dos participantes



Fonte: Autoria própria (2022)

Na leitura dos cartazes, os primeiros elementos a chamarem a atenção da maior parte dos participantes é a fonte tipográfica em estilo *lettering* acompanhada da ilustração. A ilustração vem antes da fonte para uns, e para outros é a fonte. Para um dos participantes, no entanto, foi lido primeiro a frase “tatuagem é...”. Os elementos vistos em seguida são as figuras nos cantos dos cartazes. O fundo dos cartazes não foi mencionado, mas entende-se que é lido por último.

Entre o que os participantes relataram entender a respeito dos cartazes, foi mencionado “Os diversos tipos de representação e objetivos da tatuagem” e “Entendi que a tatuagem conversa com todos os conceitos apresentados”. Todos os participantes afirmam grande facilidade em compreender e ler os cartazes, inclusive um dos participantes relatou não ter dificuldades, pois “os elementos estavam bem hierarquizados”.

Etapa 3

7ª Fase e Fase final:

Dos contextos possíveis para exposição dos cartazes o cenário mais citado foi em estúdios de tatuagem, mas também em “museus”, “colados nas ruas”, “amostras artísticas”, “concurso e conferências de tatuagem”. 5 dos 6 participantes afirmaram que comprariam os cartazes, por se identificarem com o assunto e a estética. Aquele que não compraria o cartaz, relatou que é porque não se identifica com o estilo *lettering* da letra, no entanto gosta da ilustração. Foi mencionado que os cartazes seriam também desejados em outros substratos, como estampas de camisetas ou adesivos.

“[...] Achei muito bonita e única cada uma das ilustrações, cada uma trazendo seu significado e contando uma história” citação de um participante. Os participantes identificaram como principal público comprador estúdios e donos de estúdios de tatuagem e similares, também pessoas que se identificam com as figuras nos cartazes como “pessoas de cor ou com fenótipos presentes nos cartazes”, como foi mencionado por um dos participantes

5.6. 2 Visão da autora

Numa visão geral, as percepções dos participantes estão alinhadas àquilo que a autora intencionava e aos objetivos do projeto, pois despertaram sensações relacionadas ao mundo da tatuagem.

Sobre a relação dos conceitos, entende-se que conceitos abstratos e subjetivos variam da interpretação de cada indivíduo telespectador da obra, inclusive vale notar que a ilustração mais diluída em conceitos foi a que foi escolhida para retratar Arte, o

que se torna interessante tendo em vista que Arte é um dos conceitos mais subjetivos dos selecionados para representação e sensibilização da tatuagem.

A leiturabilidade do cartaz está dentro do esperado e intencionado também, uma vez que foi projetado para identificação dos conceitos e das ilustrações que estão em primeiro plano. A inteligibilidade também se mostrou eficiente, já que os participantes da pesquisa se sentiram confortáveis com os conceitos apresentados e não apresentaram dificuldades de entendimento.

Embora a maioria tenha declarado que adquiriria um cartaz para si, faz sentido os participantes desejarem os cartazes em outros veículos (como em camisetas ou adesivos), tendo em vista que os cartazes em si são muito mais apropriados em paredes de estúdio, de acordo com a visão dos participantes. Não havia tatuadores dentre os participantes da pesquisa, mas é possível inferir que o principal público comprador dos cartazes seria tatuadores e donos de estúdios de tatuagem, no entanto, seus clientes são pessoas que se tatuam e portanto elas também são usuários desta coleção.

Dos achados da pesquisa, dois chamam a atenção: a identificação das pessoas com as figuras e a relação das ilustrações com as histórias. Se mostrou muito necessária a decisão de retratar figuras etnicamente diversas e de gênero majoritariamente feminino, pois causou um impacto positivo na percepção das pessoas, principalmente as mulheres, que estavam em maioria na pesquisa de público-alvo, pois puderam se identificar e relacionar com as ilustrações. Também pode-se inferir a respeito das histórias e como elas foram importantes para relacionar e reforçar a finalidade das ilustrações com os conceitos, trazendo mais profundidade e interação emocional da obra com os usuários.

5.7 Implementar

Após a pesquisa constatar o sucesso do desenvolvimento dos cartazes, foram realizados dois testes de impressão previamente à impressão definitiva dos cartazes, para visualizar e avaliar dois tipos de gramatura e conferir a fidelidade das cores antes de imprimir de fato.

Figura 67 - Teste de impressão



Fonte: Leonardo Cortina (2022)

As cores nos arquivos estavam adequadas e prontas para impressão de todos os cartazes. Em seguida, foram impressos os textos de apoio às artes, que serviram para contar as histórias dos quadros. Finalmente, os cinco cartazes foram emoldurados para serem expostos.

5.7.1 Exposição dos cartazes

O estúdio privado de tatuagem Porão 381 aceitou participar do projeto e disponibilizou o espaço para a venda e exposição dos cartazes juntamente de um dia de Flash Tattoo Day. Cerca de 22 pessoas estavam prestigiando os trabalhos dos tatuadores e observando o projeto. Foi um dia de debate a respeito da tatuagem, criação e arte, contando com diversas tatuagens feitas na hora. Na imagem, um retrato do Flash Day + Expo (nome do evento).

Figura 68 - Arte de Divulgação do evento



Fonte: Isabella Smaniotto Bello (2022)

Houve um momento de apresentação da pesquisa e conceitos por trás da exposição, no qual todos puderam ouvir a respeito do processo de criação e interagir com depoimentos e percepções a respeito dos cartazes. “Eu não acrescentaria nem retiraria nada, esses são os significados da tatuagem para mim” relatou uma das participantes do evento. Alguns modelos de cartazes foram vendidos para os donos de estúdio que estavam presentes na exposição.

Figura 69 - Cartazes em exposição



Fonte: Leonardo Cortina (2022)

A decisão de fazer a exposição dos cartazes em um estúdio de tatuagem surgiu da necessidade de “tranquilizar” as pessoas a respeito da decisão de fazer uma tatuagem, antes ou depois de fazê-la e lembrar: tatuagem é muito mais que uma marca na pele.

Figura 70 - Apresentação dos cartazes



Fonte: Leonardo Cortina (2022)

6 CONCLUSÃO

Este projeto teve como principal objetivo o desenvolvimento de cartazes ilustrados e estilizados que comunicassem conceitos da tatuagem, a fim de solucionar a questão central “Como aproximar mais as pessoas dos conceitos e simbologias da tatuagem?” para o público-alvo mapeado na seção 5.2.

Foram analisados os conceitos e histórias em torno da tatuagem e estudados diferentes estilos artísticos para criação de cartazes ilustrados e exposição em estúdio de tatuagem. O usuário foi incluído no processo de projetar, colaborando com percepções e opinando a respeito do produto, sua desejabilidade e inteligibilidade foram testadas antes que os cartazes fossem de fato implementados, garantindo o sucesso da entrega.

A metodologia híbrida desenvolvida contribuiu para o processo de criação dos cartazes e para atividade criativa de desenvolvimento das ilustrações, pois previa um processo flexível e que envolvia o usuário e suas percepções em diversas etapas, promovendo um projeto humanizado e que fosse capaz de “tocar” as pessoas. As metodologias estudadas orientaram os caminhos e facilitaram a tomada de decisão durante o projeto, em destaque nas fases de pesquisa, que se mostraram cruciais para a elaboração de um roteiro de pesquisa que atendesse às necessidades e particularidades da criação de cartazes ilustrados.

A problematização (Tópico 5.1), etapa na qual foi feita a imersão no assunto cartazes e tatuagem, foi extremamente importante para o descobrimento das formas e funções do projeto e de que caminhos seriam tomados para criação dos cartazes e os conceitos e histórias que seriam abordados. A análise das referências, que não se limitaram ao mundo da tatuagem e incluíram referencial de outras fontes de arte e design, foi crucial para ampliação da percepção técnica e artística da autora em torno do assunto e conseqüentemente possibilitou a criação das ilustrações.

A pesquisa de público-alvo foi importante no entendimento de que tipo de usuários precisava-se atingir e no cruzamento das informações levantadas na *survey* com aquelas que foram coletadas através da pesquisa de mercado realizada previamente na justificativa (Tópico 2), que afirmavam o mesmo tipo de público e traçaram perfis parecidos do usuário tatuado.

As funções de um cartaz definidas nos tópicos 5.4.1 e 5.4.2 de Funções e Requisitos, respectivamente, serviram de base para conceituação dos cartazes e também foram objetivos atingidos pelo projeto; que é informativo, pois transmite uma mensagem, persuasivo, pois provoca uma resposta por parte do receptor, estético, pois é agradável aos olhos, educativo, pois contribui para o enriquecimento cultural acerca do tema tatuagem e possui funções ambientais e urbanas já que se propõe a estar exposto em contextos de espaços artísticos e culturais.

Com relação as dificuldades encontradas para realização do projeto, é possível citar alguns obstáculos na criação das ilustrações, em função de administração das expectativas e com relação aos resultados das figuras desenhadas, pois muitas vezes a autora se viu com dificuldades de alcançar um patamar artístico em função de suas próprias limitações técnicas, entretanto, isso foi contornado e solucionado através de diversos testes e tentativas até chegar no resultado desejado. Outras dificuldades encontradas estavam na decisão do estilo tipográfico que iria compor os cartazes, o que tomou bastante tempo de projeto. A visualização e busca das cores ideais em CMKY também desafiadoras porque necessitavam um conhecimento de materiais e processos gráficos. Estes obstáculos também foram superados com pesquisa e testes visuais, e a recomendação que surge a partir deste aprendizado é que se faça uma imersão um pouco mais aprofundada em estilos tipográficos e materiais e processos gráficos que envolverão os projetos futuros.

É possível afirmar que cada objetivo do projeto foi concluído, tendo em vista que o público-alvo recebeu muito bem as obras na pesquisa e exposição e que os cartazes geraram um debate positivo a respeito das histórias e conceitos que a tatuagem carrega, promovendo a reconexão das pessoas com o processo da tatuagem e alcançando a solução da pergunta central. Num primeiro momento, os cartazes estarão expostos em estúdios de tatuagem e poderão ser vendidos para tatuadores e donos de estúdios, no futuro, existem as possibilidades dos produtos serem comercializados em outros tipos de mídias físicas, como adesivos e camisetas, podendo alcançar um público comprador mais vasto.

REFERÊNCIAS

ALBERTI, Gabriela. **'Malfeitona', a tatuadora brasileira que se orgulha de fazer desenho 'feio'**. 2017. Disponível em:

<https://www.hypeness.com.br/2017/10/malfeitona-a-tatuadora-brasileira-que-se-orgulha-de-fazer-desenho-feio/>. Acesso em: 25 abr. 2022.

ALLEY MACAU. Sem Título. 16 jun. 2021. Instagram: @alleyallemacau. Disponível em: https://www.instagram.com/p/CRZb_xullas/. Acesso em: 05 jun. 2022

AMOS. **Qual Resolução de Foto eu Preciso para um Outdoor ou Pôster?** 2021. Disponível em: <https://bancosdeimagens.com/qual-tamanho-de-foto-preciso-imprimir-poster/#:~:text=Existem%20três%20tamanhos%20padronizados%20para,x%2029%2C7%20cm>. Acesso em: 01 maio 2022.

ARTVEE. **Orphée aux enfers (1878)**. Disponível em: <https://artvee.com/dl/orphee-aux-enfers/>. Acesso em: 20 abr. 2022

BASTOS, Agnaldo. **Quem tem tatuagem pode fazer concurso público?** 2021. Disponível em: <https://www.rotajuridica.com.br/advocacia-concursos/quem-tem-tatuagem-pode-fazer-concurso-publico/#:~:text=Decisão%20do%20STF%20sobre%20tatuagem,restrição%20a%20pessoas%20com%20tatuagem>. Acesso em: 10 abr. 2022.

BARREIROS, Isabela. **POR QUE LINN DA QUEBRADA TEM 'ELA' TATUADO NO ROSTO?** 2022. Disponível em: <https://aventurasnahistoria.uol.com.br/noticias/reportagem/por-que-linn-da-quebrada-tem-ela-tatuado-rostho.phtml>. Acesso em: 11 abr. 2022.

BLYTHE, Finn. **The controversial career of Aubrey Beardsley, Art Nouveau's precocious prodigy**. 2020. Disponível em: <https://heromagazine.com/article/168156/aubrey-beardsley-tate>. Acesso em: 01 maio 2022.

BRASIL, Povos Indígenas no. **Artes**. 2018. Disponível em: <https://pib.socioambiental.org/pt/Artes>. Acesso em: 24 abr. 2022.

CHEONG, Vivianna. **Body of work: these macao entrepreneurs are inking a new era for tattoo culture**. These Macao entrepreneurs are inking a new era for tattoo culture. 2021. Disponível em: <https://macaonews.org/arts/culture/body-of-work-these-macao-entrepreneurs-are-inking-a-new-era-for-tattoo-culture/>. Acesso em: 10 maio 2022.

CONEXÃO TOCANTINS. **Jogos indígenas são realizados como alternativa para resgate da autoestima dos karajás**. 2012. Disponível em: <https://conexaoto.com.br/2012/10/29/jogos-indigenas-sao-realizados-como-alternativa-para-resgate-da-autoestima-dos-karajas>. Acesso em: 04 jun. 2022.

CONCEIÇÃO, Rodolfo Henrique Gonçalves. **Na Pele**. Florianópolis: Universidade Federal de Santa Catarina, 2013. Disponível em: <https://repositorio.ufsc.br/xmlui/handle/123456789/127349>. Acesso em 13 mai. 2022

DIÁRIO DO NORDESTE. **Linn da Quebrada, do BBB22, identifica-se como travesti e não como mulher trans; entenda a diferença.** 2022. Disponível em: <https://diariodonordeste.verdesmares.com.br/entretenimento/zoeira/linn-da-quebrada-do-bbb22-identifica-se-como-travesti-e-nao-como-mulher-trans-entenda-a-diferenca-1.3182855>. Acesso em: 11 abr. 2022.

DR MARTENS. **EVERYTHING YOU SHOULD KNOW ABOUT MONDIAL DU TATOUAGE FESTIVAL.** 2019. Disponível em: <https://blog.drmartens.com/everything-know-mondial-du-tatouage-festival/>. Acesso em: 26 abr. 2022.

DUQUE, Juliana F. **Spaces in Time: the influence of aubrey beadsley on psychedelic graphic design.** H-Art. Revista de Historia, Teoría y Crítica de Arte, Bogotá, n. 5, p. 15-38, jul. 2019. Universidad de los Andes. <http://dx.doi.org/10.25025/hart05.2019.02>. Disponível em: <https://revistas.uniandes.edu.co/doi/full/10.25025/hart05.2019.02>. Acesso em: 20 abr. 2022.

EDITORA BUCHER. **Criar Grids - 100 Fundamentos de Layout.** 2020. Disponível em: https://issuu.com/editorablucher/docs/issuu_grid_isbn9788521204947/5. Acesso em: 06 maio 2022.

PEREZ, Clotilde; BASTOS, Dorinhos; FARINA, Modesto. **Psicodinâmica das Cores em Comunicação.** 6 ed. São Paulo: Blucher, 2011.

ESPM, Empresa Jr.. **Público-alvo: aprenda como construir um ideal para sua estratégia.** 2020. Disponível em: <https://empresajrespm.com.br/publico-alvo-aprenda-como-construir-um-ideal-para-sua-estrategia/>. Acesso em: 03 maio 2022.

EQUIPE QUALIBEST. **Pesquisa revela comportamento e percepção das pessoas sobre tatuagens.** 2018. Disponível em: <https://www.institutoqualibest.com/blog/dicas/pesquisa-revela-comportamento-e-percepcao-das-pessoas-sobre-tatuagens/>. Acesso em: 17 abr. 2022.

FERRAZ, Regiane. **Grafismo: o que é, tipos, exemplos e sua importância na arte.** o que é, tipos, exemplos e sua importância na arte. 2021. Disponível em: <https://www.artesanatopassoapassoja.com.br/grafismo/>. Acesso em: 17 abr. 2021.

FERREIRA, Mário. **Bem-vindo ao Mundo da Tattoo.** 1º ed - Porto Alegre: Devir, 2019

FILHO, João Gomes. **Design do objeto: bases conceituais.** 4d. São Paulo: Escrituras, 2006.

FOLHA VITÓRIA. **Arrependimento? Cresce número de pessoas que removem tatuagens.** 2020. Disponível em: <https://www.folhavoria.com.br/saude/noticia/11/2020/arrependimento-cresce-numero-de-pessoas-que-removem-tatuagens>. Acesso em: 15 abr. 2022.

FRAGO, Miguel. **Introdução ao Design de Cartazes**. Domestika, 2019.

GARCEA, Beatriz. **Tatuagens da Linn da Quebrada: veja o que significa cada uma!** Disponível em: <https://www.fashionbubbles.com/destaque/big-brother-brasil/tatuagens-da-linn-da-quebrada/>. Acesso em: 06 jun. 2022.

GHIZONI, Tiago Santiago. **Do Porto à Pele: a história da tatuagem profissional no Brasil**. 2016. TCC (Graduação) - Curso de Jornalismo, Universidade Federal de Santa Catarina, Florianópolis, 2016. Disponível em: <https://repositorio.ufsc.br/handle/123456789/190301>. Acesso em: 20 mai. 2022.

GRACE NEUTRAL. Sem Título. 03 jun. 2021. Instagram: @graceneutral. Disponível em: <https://www.instagram.com/p/CPpq55LsxlD/>. Acesso em: 05 jun. 2022

GRILO, André. **Design para UX (Parte 1): Conhecendo as camadas semióticas de um produto**. 2019. Disponível em: <https://brasil.uxdesign.cc/design-para-experiencia-parte-1-conhecendo-as-camadas-semioticas-de-um-produto-c47ca30bb4ee>. Acesso em: 20 maio 2022.

IG DELAS. **Tatuagens pós-mastectomia trazem novo olhar sobre cicatrize**. 2019. Disponível em: <https://delas.ig.com.br/comportamento/2019-10-27/cicatrices-ressignificadas-tatuagens-criativas-trazem-novo-olhar-sobre-o-cancer-de-mama.html>. Acesso em: 13 maio 2022.

JEHA, Silvana. **Uma História da Tatuagem No Brasil**. 1 ed. São Paulo: Veneta, 2019.

KANDA, Denise. **Negócios: mercado de tatuagem vai além da arte e cresce durante a crise**. Disponível em: <https://economia.ig.com.br/2017-10-26/negocios-mercado-tatuagem.html>. Acesso em: 14 abr. 2022.

KOTLER, Philip; ARMSTRONG, Gary. **Principles of Marketing**. 17 ed. Global Edition. Londres: Pearson, 2017. 737 p.

MACEDO, Márcia. **Estátua da Liberdade**. 2019. Disponível em: <https://www.educamaisbrasil.com.br/enem/artes/estatua-da-liberdade>. Acesso em: 06 jun. 2022

MALFEITONA Tattoo: a arte de ser mal feito. Feira de Santana: Tv Olhos D'água, 2016. (7 min.), P&B. Disponível em: <https://www.youtube.com/watch?v=tVjBWobEdSY>. Acesso em: 25 abr. 2022.

MAMACASH. **“Tattooing is a political act.”**. Disponível em: <https://www.mamacash.org/en/tattooing-is-a-political-act>. Acesso em: 28 abr. 2022.

MATTÉ, Volnei Antônio. **O conhecimento da prática projetual dos designers gráficos como base para o desenvolvimento de materiais didáticos impressos**. 2009. 280 f. Tese (Doutorado) - Curso de Engenharia e Gestão do Conhecimento, Universidade Federal de Santa Catarina, Florianópolis, 2009. Disponível em:

<http://btd.egc.ufsc.br/wp-content/uploads/2010/06/Volnei-Antonio-Matte.pdf>. Acesso em: 12 abr. 2022.

MEN LIFESTYLE. **Estatísticas de tatuagem: quais ocupações são as mais tatuadas?** 2022. Disponível em: <https://pt.men-lifestyle.net/13598288-tattoo-statistics-which-occupations-are-the-most-tattooed>. Acesso em: 14 abr. 2022.

MOLES, Abraham A. **O cartaz**. Ed. Perspectiva, 197.

MONTEIRO, Livia. **A linguagem do Grafismo e a Identidade Cultural Indígena**. Disponível em: <https://blog.modacad.com.br/grafismo-identidade-cultural-indigena/>. Acesso em: 17 abr. 2022.

MORAES, Fernanda. **Lettering: o que você sabe sobre o estilo** <https://blog.tattoo2me.com/você-sabe-o-que-é-lettering-7234057dea63>. 2017. Disponível em: <https://blog.tattoo2me.com/você-sabe-o-que-é-lettering-7234057dea63>. Acesso em: 02 maio 2022.

PAULA, Daniele Rizental de. **Leitura de Imagem na Prática Pedagógica**. Disponível em: <http://www.diaadiaeducacao.pr.gov.br/portals/pde/arquivos/1577-8.pdf>. Acesso em: 21 abr. 2022

PASTORE, Paula Christina Falcão. Expressões idiomáticas americanas e brasileiras: Um estudo contrastivo baseado na simbologia animal. **Trama**, v. 5, n. 9, p. 85-98, 2009.

PEIRCE, Charles Sanders. **Semiótica**. 3 ed., São Paulo: Perspectiva, 2003.

P.INK. **About US**. Disponível em: <https://www.p-ink.org>. Acesso em: 13 maio 2022.

PISSETTI, Rodrigo Fernandes; SOUZA Carla Farias. **Art Déco e Art Nouveau: confluências**. Imagem, Caxias do Sul, v. 1, n 1, jun./dez. 2011. Disponível em: http://revistaimagem.fsg.br/_arquivos/artigos/artigo72.pdf. Acesso em: 22 abr. 2022

PREHISTORIA E HISTORIA ANTIGUA. **La campaña electoral en la antigua Roma**. 2016. Disponível em: <https://sanrod.org/la-campana-electoral-en-la-antigua-roma/>. Acesso em: 25 abr. 2022

ROQUE, Daniel Salomão. **Os grupos marginalizados que difundiram a tatuagem no Brasil**. 2020. Disponível em: <https://www.bbc.com/portuguese/brasil-51198299>. Acesso em: 26 abr. 2022

SHIMADA, Toshio. **Quais são os significado por trás da tatuagem Japonesa Hannya!** Disponível em: <https://toshioshimada.com/2021/10/28/quais-sao-os-significado-por-tras-da-tatuagem-japonesa-hannya/>. Acesso em: 21 abr. 2022.

SINEK, Simon. **Comece pelo porquê: Como grandes líderes inspiram pessoas e equipes a agir**. 1 ed. Rio de Janeiro: Sextante, 2018.

SUPERINTERESSANTE. **1º Censo de Tatuagem do Brasil**. Disponível em: <https://super.abril.com.br/comportamento/1o-censo-de-tatuagem-do-brasil-resultados/>. Acesso em: 15 abr. 2022.

TATOUAGE MAGAZINE. **Alley**. 2021. Disponível em: <https://www.tatouagemagazine.fr/alley/>. Acesso em: 17 maio 2022.

TATTOO2ME. **Tatuados no mercado de trabalho**. Disponível em: <https://blog.tattoo2me.com/tatuados-no-mercado-de-trabalho-ba73e93add92>. Acesso em: 13 abr. 2022.

TATTOOFILTER. **1st Sabah International Tattoo Convention**. Disponível em: <https://www.pinterest.co.uk/pin/694821048730894388/>. Acesso em: 20 abr. 2022

TERRA. **Entre os países com mais tatuados, Brasil é referência no estilo neo-asian**. Disponível em: <https://www.terra.com.br/noticias/entre-os-paises-com-mais-tatuados-brasil-e-referencia-no-estilo-neo-asian,9baee2f18a41c6cb49c13046867c9e8c209c2e9b.html#:~:text=Segundo%20pesquisa%20do%20Instituto%20Alemão,com%2046%25%20de%20pessoas%20tatuadas>. Acesso em: 10 abr. 2022.

USER INTERVIEWS. **Preference Testing**. Disponível em: <https://www.userinterviews.com/ux-research-field-guide-chapter/preference-testing>. Acesso em: 29 maio 2022.

VICE. **Grace Neutral nos bastidores do culto da beleza no Brasil**. 2016. Disponível em: <https://www.vice.com/pt/article/3dndwv/grace-neutral-nos-bastidores-do-culto-da-beleza-no-brasil>. Acesso em: 01 jun. 2022.

VIDAL, Lux (org.). **Grafismo Indígena: estudos de antropologia estética**. 2. ed. São Paulo: Nobel, 2000. Disponível em: http://etnolinguistica.wdfiles.com/local--files/biblio%3Avidal-2000-grafismo/Vidal_2000_Grafismo_indigena_OCR.pdf. Acesso em: 20 abr. 2022.

VIEIRA, Larissa. **Mesmo com pandemia, setor de tatuagens fatura 240% a mais em Ribeirão Preto, SP**. 2021. Disponível em: <https://g1.globo.com/sp/ribeirao-preto-franca/noticia/2021/04/25/mesmo-com-pandemia-setor-de-tatuagens-fatura-240percent-a-mais-em-ribeirao-preto-sp.ghtml>. Acesso em: 12 abr. 2022.

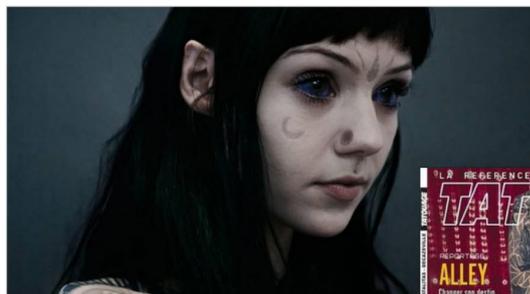
WAITE, Edith. **O Tarot Tradicional de Waite**. 4d. ed, São Paulo: Isis, 2021.
WORLD TATTOO EVENTS LOGO. **Mondial du Tatouage Paris #9**. Disponível em: <https://www.worldtattooevents.com/mondial-du-tatouage/>. Acesso em: 26 abr. 2022.

WAURA, AMATU. **A Origem da Tatuagem e as tatuagens feitas hoje em dia**. 2013. Disponível em: <https://acervo.socioambiental.org/sites/default/files/documents/wrd00030.pdf>. Acesso em: 15 mai, 2022

ZH, Gaúcha. **Brasileiros estão entre as 10 nacionalidades que mais gostam de tatuagens**. 2018. Disponível em: <https://gauchazh.clicrbs.com.br/colunistas/tulio->

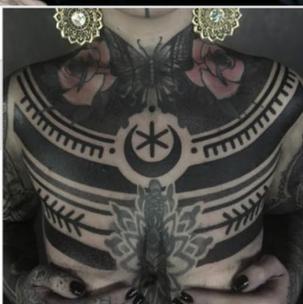
[milman/noticia/2018/08/brasileiros-estao-entre-as-10-nacionalidades-que-mais-gostam-de-tatuagens-cjkl5paw001li01muo4zxixkx.html](https://www.milman.com.br/noticia/2018/08/brasileiros-estao-entre-as-10-nacionalidades-que-mais-gostam-de-tatuagens-cjkl5paw001li01muo4zxixkx.html). Acesso em: 17 abr. 2022.

APÊNDICE A – MOODBOARD TEMÁTICA TATTOO

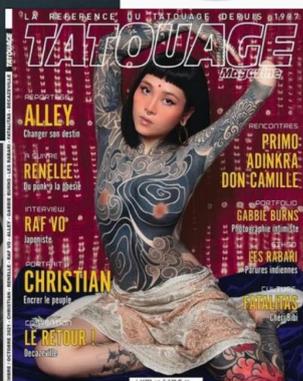


Grace Neutral

"Tattooing is a political act."
-Grace Neutral



João Art Allen



Alley Alley Long Macau Tatouage Revista

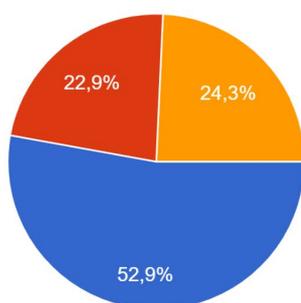


Ariel Oliveira, Fassotatuagem

APÊNDICE B – GRÁFICOS DE PESQUISA DE PÚBLICO-ALVO

Você tem ou pretende ter alguma tatuagem?

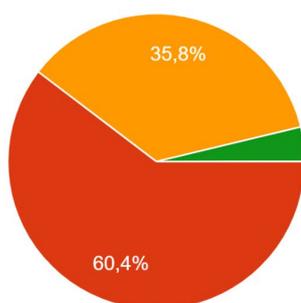
70 respostas



- Sim, tenho tatuagens
- Não tenho tatuagens, mas pretendo
- Não tenho tatuagens e nem pretendo fazer

Você se identifica com algum gênero? Qual?

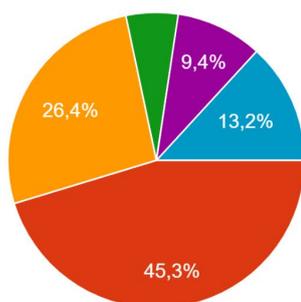
53 respostas



- Prefiro não declarar
- Me identifico como mulher
- Me identifico como homem
- Não me identifico com gênero binário

Qual a sua idade?

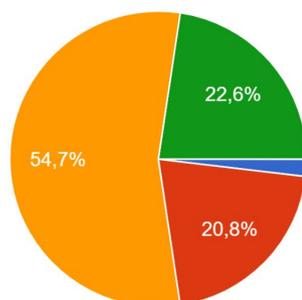
53 respostas



- Menor de 18 anos
- Entre 18 e 25 anos
- Entre 26 e 32 anos
- Entre 33 e 40 anos
- Entre 41 e 50 anos
- Acima de 50 anos

Qual seu nível de escolaridade?

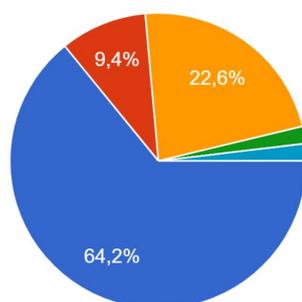
53 respostas



- Até ensino fundamental
- Até ensino médio
- Até ensino superior
- Após ensino superior (pós graduação, mestrado, doutorado...)

Qual seu estado civil?

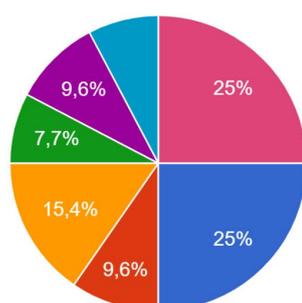
53 respostas



- Solteiro(a)
- Casado(a)
- União estável
- Divorciado(a)
- Separado(a)
- Viúvo(a)

Qual sua faixa salarial?

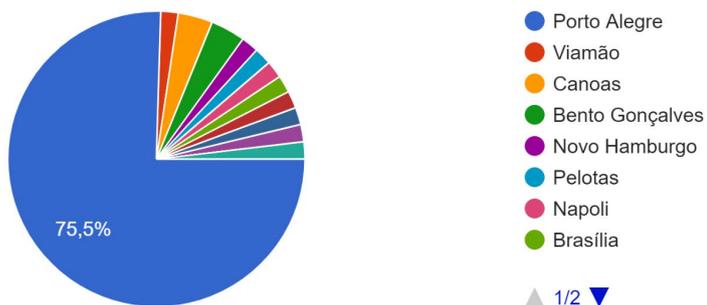
52 respostas



- Até R\$1.212 (salário mínimo)
- Entre R\$1.213 e R\$2.000
- Entre R\$2.001 e R\$3.000
- Entre R\$3.001 e R\$4.000
- Entre R\$4.001 e R\$5.000
- Entre R\$5.001 e R\$6.000
- Acima de R\$6.001

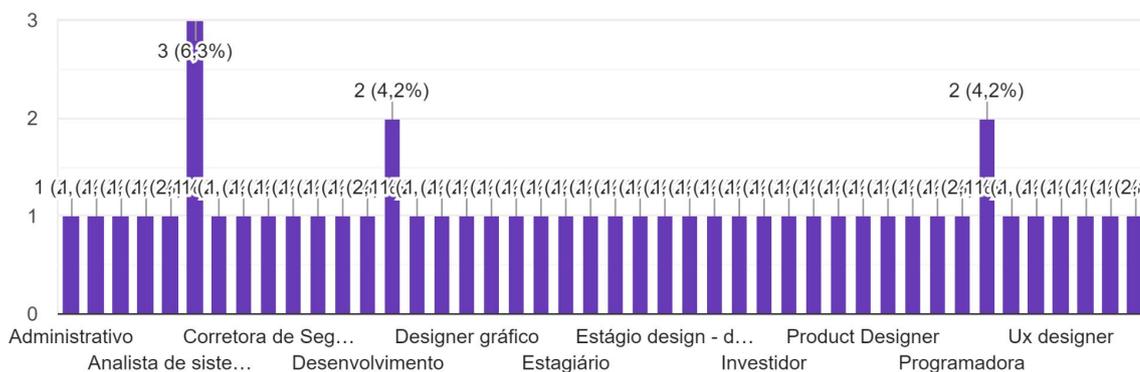
Em que cidade você mora atualmente?

53 respostas



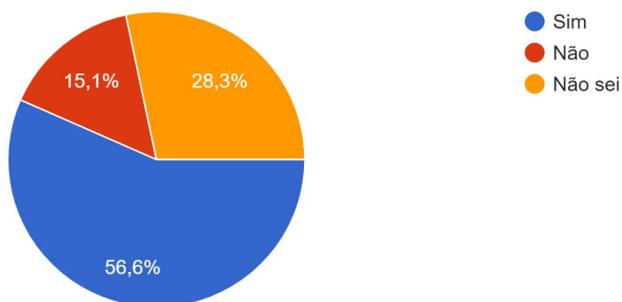
Qual sua profissão atual?

48 respostas

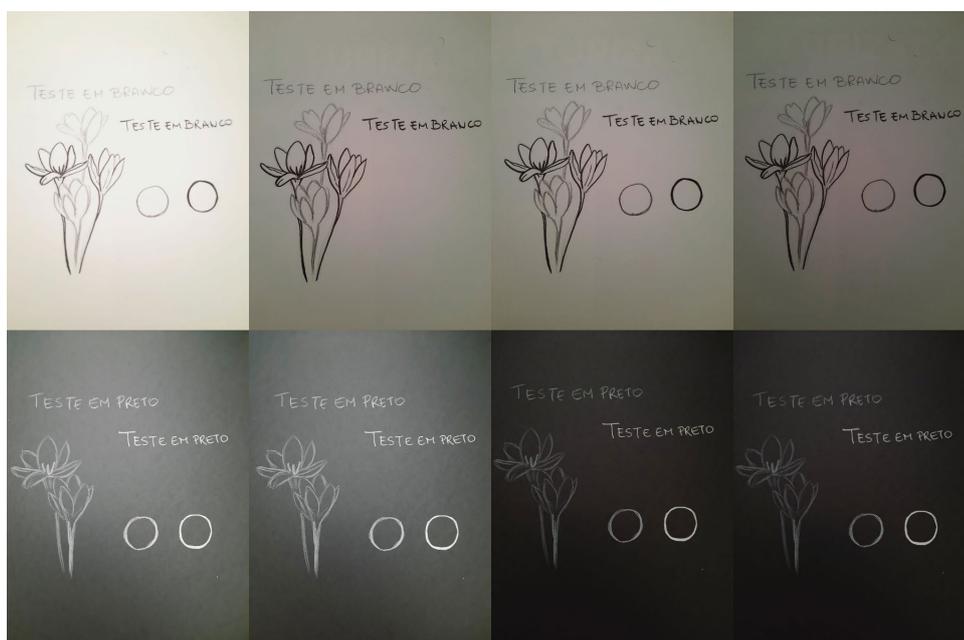


Você gosta de participar de eventos que envolvem arte e tatuagem?

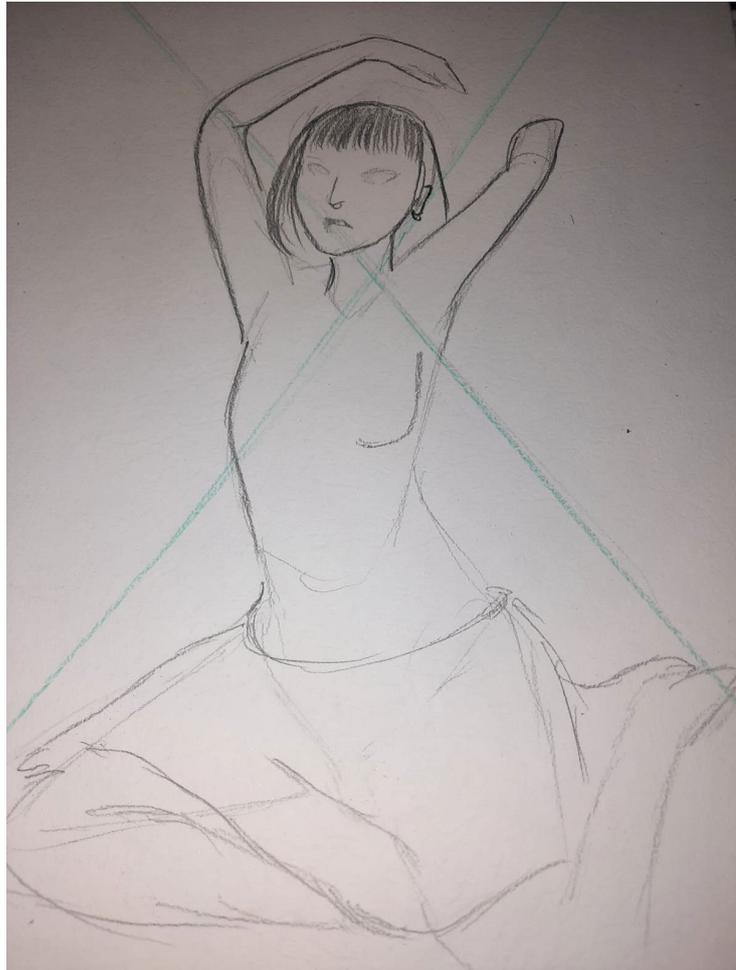
53 respostas

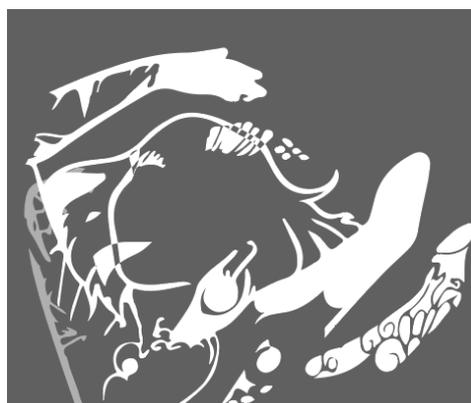


APÊNDICE C – RAFS E TESTES ILUSTRATIVOS











APÊNDICE D – TEXTOS DE APOIO DOS QUADROS



tatuagem é

Arte

Alley Long, de Macau (China), usa seu próprio corpo como forma de arte, superou o capacitismo tatuando mesmo com uma mão só. Ela é uma artista completa, que ilustra, tatua e pinta. Suas artes são estilo oriental e psicodélico.



tatuagem é

Expressão

Conhecida também como Alien Princess (princesa alienígena), Grace Neutral é uma tatuadora e apresentadora de TV que viajou pelo mundo procurando diferentes formas de beleza e expressão, inclusive aqui no Brasil, onde fez um mini documentário para VICE.



tatuagem é

Historia

A tatuagem já existia no Brasil muito antes de ser comercializada, diversas tribos brasileiras possuem registros de relações ancestrais e ritualizadas com a tatuagem. A tribo Karajá praticava tatuagem por escarificação, tatuavam-se dois círculos no rosto como ritual de iniciação.



tatuagem é

Identidade

A artista Linn da Quebrada tatuou “Ela” na testa para reforçar sua identidade como travesti. A tatuagem serve como facilitadora de identificação, mas também carrega muita luta e representatividade.

