

UNIVERSIDADE TECNOLÓGICA FEDERAL DO PARANÁ
DEPARTAMENTO ACADÊMICO DE DESENHO INDUSTRIAL
CURSO TECNOLOGIA EM DESIGN GRÁFICO

STHEFANIA DARLING GONÇALVES DE ARAÚJO

TATUE COM ELA: CAMPANHA DE DIVULGAÇÃO E APOIO À MULHERES
TATUADORAS

TRABALHO DE CONCLUSÃO DE CURSO

CURITIBA

2019

STHEFANIA DARLING GONÇALVES DE ARAÚJO

**TATUE COM ELA: CAMPANHA DE DIVULGAÇÃO E APOIO À MULHERES
TATUADORAS**

Trabalho de Conclusão de Curso de graduação, apresentado à disciplina de Trabalho de Conclusão de Curso, do curso superior de Tecnologia em Design Gráfico do Departamento Acadêmico de Desenho Industrial – DADIN – da Universidade Tecnológica Federal do Paraná – UTFPR, como requisito parcial para obtenção do título de Tecnólogo.

Orientadora: Lindsay Cresto

CURITIBA

2019



Ministério da Educação
Universidade Tecnológica Federal do Paraná
Câmpus Curitiba
Diretoria de Graduação e Educação Profissional
Departamento Acadêmico de Desenho Industrial

TERMO DE APROVAÇÃO

TRABALHO DE CONCLUSÃO DE CURSO 110

TATUE COM ELA: CAMPANHA DE DIVULGAÇÃO E APOIO À MULHERES TATUADORAS

por

Sthefania Darling Goncalves – 1548883

Trabalho de Conclusão de Curso apresentado no dia 03 de julho de 2019 como requisito parcial para a obtenção do título de TECNÓLOGO EM DESIGN GRÁFICO, do Curso Superior de Tecnologia em Design Gráfico, do Departamento Acadêmico de Desenho Industrial, da Universidade Tecnológica Federal do Paraná. A aluna foi arguida pela Banca Examinadora composta pelos professores abaixo, que após deliberação, consideraram o trabalho aprovado.

Banca Examinadora: Prof. Marco André Mazzarotto Filho (Dr.)
Avaliador Indicado
DADIN – UTFPR

Profa. Milena Maria Rodege Gogola (Esp.)
Avaliadora Convidada
DADIN – UTFPR

Profa. Lindsay Jemima Cresto (MSc.)
Orientadora
DADIN – UTFPR

“A Folha de Aprovação assinada encontra-se na Coordenação do Curso”.

RESUMO

ARAUJO, Sthefania, Tatue Com Ela: Campanha de Divulgação e Apoio á Mulheres Tatuadoras. Curitiba: UTFPR - Universidade Tecnológica Federal do Paraná. Tecnologia em Design Gráfico; Prof. Lindsay Cresto.

Este trabalho de conclusão de curso tem o objetivo de promover um aprofundamento teórico sobre a presença feminina no ofício da tatuagem e, como resultado deste estudo, uma campanha para a divulgação e apoio às mulheres tatuadoras. A partir de resultados de pesquisas, verificou-se um desconhecimento dessas profissionais por parte do público-alvo, levando à conclusão de que o desenvolvimento de uma campanha que incentivasse a divulgação dos trabalhos e o nome dessas profissionais em redes sociais fosse uma estratégia eficaz.

Palavras-chave: tatuagem, corpo, mulher, feminismo, tatuadora, campanha, design.

ABSTRACT

ARAUJO, Sthefania, Tatué With Her: Campaign for Disclosure and Support to Women Tattoo Artists. Curitiba: UTFPR - Federal Technological University of Paraná. Technology in Graphic Design; Prof. Lindsay Cresto.

This work of course completion is intended to promote a theoretical deepening on the presentation of a song and communication for women tattoo artists. Based on the research results, it was verified the existence of professionals by the target public, leading to the conclusion that the research encouraged the dissemination of work and professional organizations in an effective strategy.

Keywords: tattoo, body, woman, feminism, tattooist, campaign, design.

LISTA DE FIGURAS

Figura 1. Tatuagem masculina tradicional de Tonga Erro! Indicador não definido.	
Figura 2. A esquerda, um chefe de tribo neozelandesa e, a direita, um guerreiro neozelandês.	17
Figura 3. Esquemático da primeira máquina de tatuagem elétrica.....	18
Figura 4. Artoria Gibbons,1912.	20
Figura 5. Irene Woodward,1880.	20
Figura 6. Cartaz do show de Irene Woodward conhecida como La Belle Irene,1880.	21
Figura 7. Maud Wagner sendo tatuada por seu marido, Gus Wagner.	23
Figura 8. Maud Wagner, 1907.....	23
Figura 9. Mildred Hul, 1939.	24
Figura 10. Mildred Hul em seu estúdio,1939.....	25
Figura 11. Tattoo Emporium, estúdio de Mildred Hul, 1939.	25
Figura 12. Betty Broadbent, 1927.....	26
Figura 13. A esquerda, o cartaz circense anunciando Betty como atração e a direita sua foto real,1930.....	27
Figura 14. A esquerda, Cindy Ray exibindo suas tatuagens e posando ao lado das máquinas. A direita, cindy tatuando um cliente em seu estúdio em Melbourne, Austrália.	28
Figura 15. Grupo de punks, alguns com tatuagens, 1969.....	29
Figura 16. Vyvyn Lazonga, 2018.....	29
Figura 17. A esquerda, Jacci Gresham e a direita Laura Lee.	30
Figura 18. Jacci Gresham tatuando aos 67 anos.....	31
Figura 19. Janet 'Rusty' Skuse, 1970.	31
Figura 20. A esquerda, a tatuadora Luiza Fortes. A direita, tatuagem feita por Luiza.	32
Figura 21. Tatuagem feita por Lan Pravda.	33
Figura 22. Lan Pravda.....	33
Figura 23. Tatuagem feita por Lan Pravda.	34
Figura 24. Flávia Carvalho.	34
Figura 25. Exemplo de cobertura de cicatriz feita por Flávia Carvalho em seu projeto "A Flor da Pele".	35
Figura 26. Imagem postada na página do Facebook Daedra Tattoo.	36

Figura 27. Imagem da página do Facebook Daedra Tattoo.....	37
Figura 29. Hierarquia de componentes do Sistema de Identidade Visual.....	43
Figura 30. Pôster Modernismo Funkeiro: Mc Marcinho - Glamurosa (2000), 2016.	51
Figura 31. Pôster Modernismo Funkeiro: Kondzilla - Bumbum Granada (2016), 2016.	51
Figura 32. Estudo de marca.....	52
Figura 33. Aplicação da marca em alto contraste.....	53
Figura 34. Paleta de cores selecionada.....	54
Figura 35. Aplicação da paleta de cores.....	54
Figura 36. Post de divulgação de profissionais.....	55
Figura 37. Exemplos de posts no face book e instagram.....	56
Figura 38. Post de instrução de uso da tag.....	56
Figura 39. Peças para posts do Instagram.....	57
Figura 40. Aplicação em post 3D do Facebook.....	57
Figura 41. Pôster atrativo.....	58
Figura 42. Pôster informativo.....	59
Figura 43. Mockup da aplicação dos pôsteres.....	59
Figura 44. Mockup Bottons.....	60

LISTA DE GRÁFICOS

Gráfico 1. Resultado da pergunta 5 da pesquisa com tatuadoras.....	45
Gráfico 2. Resultado da pergunta 8 da pesquisa com tatuadoras.....	45
Gráfico 3. Resultado da pergunta 1 da pesquisa com o público.	46
Gráfico 4. Resultado da pergunta 2 da pesquisa com o público.	466
Gráfico 5. Resultado da pergunta 4 da pesquisa com o público.	47
Gráfico 6. Resultado da pergunta 5 da pesquisa com o público.	47

SUMÁRIO

1.INTRODUÇÃO	10
2. FUNDAMENTAÇÃO TEÓRICA.....	12
2.1 O CONTEXTO HISTÓRICO DA TATUAGEM	12
2.1.1 O corpo ao longo da história	12
2.1.2 O corpo sob influência do capitalismo.....	13
2.1.3 Tatuagem e as sociedades antigas.....	14
2.1.4 Tatuagem na Europa antiga.....	16
2.1.5 Origem da prática no ocidente	17
2.1.6 Tatuagem na América do Século XIX	18
2.1.7 Tatuagem e os shows circenses	19
2.2 MULHERES PIONEIRAS NA TATUAGEM.....	21
2.2.1 Maud Stevens Wagner.....	22
2.2.2 Mildred Hull	24
2.2.3 Betty Broadbent	26
2.2.4 Cindy Ray.....	27
2.2.5 Vyvyn Lazonga.....	29
2.2.6 Jacci Gresham	30
2.2.7 Janet 'Rusty' Skuse.....	31
2.3 TATUADORAS BRASILEIRAS	32
3. MÉTODOS E PROCEDIMENTOS	39
3.1 DESENVOLVIMENTO DE IDENTIDADE VISUAL.....	39
3.2 As Entrevistas	40
3.2.1. Identidade Visual.....	41
3.2.2. Elementos Da Identidade Visual	41
3.3 Briefing Identidade	43
3.4 Pesquisa de público.....	45
3.5 O nome	48
3.5.1. Marca	49
4. RESULTADOS	52
4.1 Redes sociais	55
4.2 Material físico.....	58

5. CONCLUSÃO.....	61
APÊNDICE I - ENTREVISTA ANA DIAS E CAROL PROCEK.....	62
APÊNDICE II - ENTREVISTA JULIANA NICOLELI	65
REFERÊNCIAS.....	68

1.INTRODUÇÃO

Com os avanços sociais dos últimos anos, o grande aumento nas discussões relacionadas a gênero e a retomada das ideias do movimento feminista, os papéis das mulheres na sociedade ao redor do mundo vêm sendo questionados. Tais discussões vêm trazendo mais autonomia e colocando em pauta os problemas enfrentados no dia a dia das mulheres, principalmente em relação ao assédio moral e físico.

O movimento feminista no Brasil mesmo sendo pequeno em termos de visibilidade social, contribuiu de maneira fundamental para a reversão das desigualdades de gênero no país e, apesar de a conexão não ser tão estreita, existe uma relação entre a história das lutas das mulheres e os processos de mudanças econômicas e sociais que ocorreram no Brasil” (GARCIA, 2015).

Quando concentrada a análise sobre o tema deste projeto, que é o núcleo artístico da tatuagem em específico, temos atualmente uma situação de impasse: ao mesmo tempo em que as tatuadoras conseguem mais espaço, participando em mais locais, ampliando sua atuação e tendo suas falas e opiniões mais ouvidas, por outro lado, ainda há muito preconceito na população com relação à capacidade técnica e profissional dessas tatuadoras.

Tendo esses aspectos e essa análise inicial em vista, esse trabalho tem como objetivo apresentar uma perspectiva diferente do mercado brasileiro de tatuagens, através da vivência da mulher, com objetivo de levantar possíveis prós e contras causados pela diferença de gênero.

Com o intuito de buscar informação sobre o tema e obter relatos reais, foram realizadas três entrevistas com diferentes tatuadoras. Através dos relatos obtidos é possível notar uma variedade de opiniões e perceber os diversos problemas a serem discutidos. O assédio foi assunto presente em todos os relatos e a necessidade de uma visibilidade maior posta como principal problema.

Tendo em vista esses problemas, definiu-se, em primeiro plano, o desenvolvimento de uma identidade visual que represente o coletivo das tatuadoras de Curitiba. Com base nos resultados das pesquisas realizadas no início do projeto, foram alterados os objetivos parciais do projeto, assim em vez de criar uma identidade visual para o coletivo, objetivou-se criar a identidade de uma campanha publicitária, com atuação tanto em mídias físicas quanto digitais, ainda mantendo o objetivo final de aumentar a visibilidade das tatuadoras de Curitiba.

Contemplando tais questões, foi feita análise do contexto histórico que relaciona a tatuagem à sexualidade e lê o corpo feminino como inferior e acessível, tornando o corpo suscetível ao assédio. Tal análise traz também como a tatuagem se relaciona com as camadas sociais e, mesmo hoje após sua popularização, ainda é vista de forma marginalizada.

Além da análise histórica, também foram abordadas as ferramentas que definem os passos para o desenvolvimento de uma identidade visual e campanha publicitária, apresentando tanto os passos introdutórios, quanto os passos finais do desenvolvimento.

2. FUNDAMENTAÇÃO TEÓRICA

Em busca de base para afirmações e conhecimento para o desenvolvimento do projeto, a contextualização histórica da tatuagem no corpo feminino é fundamental para fundamentar o projeto e seu teor social.

2.1 O CONTEXTO HISTÓRICO DA TATUAGEM

2.1.1 O corpo ao longo da história

Segundo Louro (2000), há uma idealização de que a sexualidade é algo inerente e natural ao ser humano, ou seja, de que as diferenças existentes ao longo da história entre homem e mulher são dadas em decorrência de uma diferença que ultrapassaria as barreiras culturais e sociais, sendo determinada apenas pelas características reprodutivas do ser humano. Essa idealização acaba por caracterizar a mulher como um ser naturalmente frágil e submisso ao homem. Esse conceito advém desde a antiguidade, perceptível a partir das mitologias de que temos conhecimento nos dias de hoje. A criação da mulher, no contexto mítico judaico-cristão, é dada como um elemento à parte, distinto da humanidade presente na criação do homem a partir do barro. Já na mitologia grega, Pandora é criada por Hefesto, a mando de Zeus, deus líder do panteão grego, com intenção de “agradar os homens”. Além da diferenciação em relação a sua origem, esse aspecto cultural também trouxe consigo um elemento de culpa, relacionando a origem do mal à mulher e a uma fictícia incapacidade de resistência à tentação, sendo essa origem o pecado primordial no caso judaico-cristão, no qual Eva é enganada pela serpente, e a liberação dos males sobre o mundo com a abertura da caixa de pandora, no caso grego.

Esse conceito foi mantido no decorrer dos anos no âmbito das sociedades patriarcais. Segundo Alves e Pitanguy, até o século XIX, a vida da mulher era administrada segundo os interesses dos homens que a cercavam, sendo-lhe imposta uma aura de pudor e submissão, pois tinha como função apenas a gestação. Esse controle patriarcal pode ser evidenciado com o voto exclusivamente masculino na maioria dos países até o final século XIX, com destaque para o movimento sufragista e para a Aliança Internacional do Sufrágio feminino, fundada em Berlin, 1904, que vieram a contrapor essa situação ao longo de todo século.

Segundo Rocha-Coutinho (1994), as diferenças biológicas entre os sexos se tornaram diferenças socioculturais entre os gêneros, ainda mais reforçadas através da biologia e da medicina. Em “A descendência do Homem”, Darwin descreve diferenças biológicas entre o homem e a mulher, reforçando a inferiorização da mulher na sociedade. Ele coloca o homem como superior à mulher em qualquer atividade que exija pensamento, imaginação, razão ou destreza, revelando o discurso sexista presente no final do século XIX.

Segundo Angeli (2003), a medicina, utilizando-se de um argumento técnico, serviu como fundação para a estagnação da relação de poder entre homem e mulher, reservando para a mulher apenas o ambiente privado, com um espaço social delimitado e utilitarista, com funções voltadas para reprodução e cuidado da prole. Segundo Caixeta e Barbato, aos homens é dado um espaço público, voltado para realização de desafios profissionais e capaz de exercer poder sobre a sociedade. Já para as mulheres, é dado o cuidado da família, sendo elas responsáveis pela educação dos filhos e manutenção do lar.

2.1.2 O corpo sob influência do capitalismo

Com a ascensão da burguesia no século XVIII e, posteriormente, o desenvolvimento do mercado publicitário moderno no século XIX, viu-se no corpo feminino um potencial de exploração comercial, utilizando-o como atrativo para venda dos mais diversos produtos. Segundo Boris e Cesídio (2007), o corpo, através da sociedade capitalista que visa apenas o lucro e o consumo, foi desvinculado de sua espontaneidade e naturalidade, tornando sua sexualidade um valor de mercado desumanizado, ou seja, essa caracterização do corpo feminino como atrativo visual e objeto de desejo com objetivo comercial, desapropriou as mulheres da sua sexualidade e do seu erotismo. Essa utilização do corpo acabou por criar uma dicotomia conflitante quanto a visão da mulher sobre ela mesma: ao mesmo tempo em que a sociedade exigia dela castidade e pureza, a publicidade lhe mostrava uma sexualidade exacerbada, que, ao mesmo tempo, a vendia como objeto e lhe impunha um padrão de beleza inconsistente com a realidade.

No entanto, esse conceito foi colocado à parte durante a primeira metade do século XX. No período das duas grandes guerras, sob influência do capitalismo, as mulheres se tornaram, pela primeira vez na sociedade ocidental, parte significativa da mão de obra. Com o objetivo de manter como prioridade a produção, o consumo e o lucro, o capitalismo deixou

de lado as tradições socioculturais de gênero através da ação de ferramentas de comunicação que propagandearam os privilégios da esfera pública para a mulher.

Passados os conflitos bélicos, com o ambiente pós-guerra, essas mesmas ferramentas agiram de forma inversa para o retorno do status quo pré-guerras. Sua intenção era a de culpabilizar as mulheres que atuavam no ambiente público, relacionando as jornadas de trabalho à ausência da presença feminina na criação e educação dos filhos no ambiente privado. Em contraponto, essa participação da mulher no ambiente público vem em um crescente, influenciado, em especial, pela atuação do movimento feminista. Segundo Angeli (2003), os movimentos feministas, em conjunto com conquistas históricas das mulheres, foram expandindo cada vez mais a presença delas no ambiente público, assim como dando cada vez mais direitos sobre seus próprios corpos. Todavia, conquistas ainda são possíveis, com destaque para o mercado de trabalho, no qual a ideologia masculina do século XIX ainda perdura em muitos setores, incluindo os estúdios de tatuagem.

Não só a tatuagem, mas a prática de adornar o corpo, tem origem pré-histórica, sendo um elemento universal dentro das sociedades humanas datadas dessa época. Sua prática era um elemento central de sua cultura, e, apesar de ser um procedimento bastante característico devido a técnica necessária para as marcações sobre o corpo, sua origem não pode ser pontuada em um só povo, tribo ou cultura. Registros indicam a presença de corpos tatuados em diferentes regiões do globo, sendo os primeiros entre o povo da polinésia e os povos africanos (Bodies of Subversion, 2013), que, até onde a história aponta, não tiveram contato até então, impossibilitando a troca de informações e miscigenação cultural.

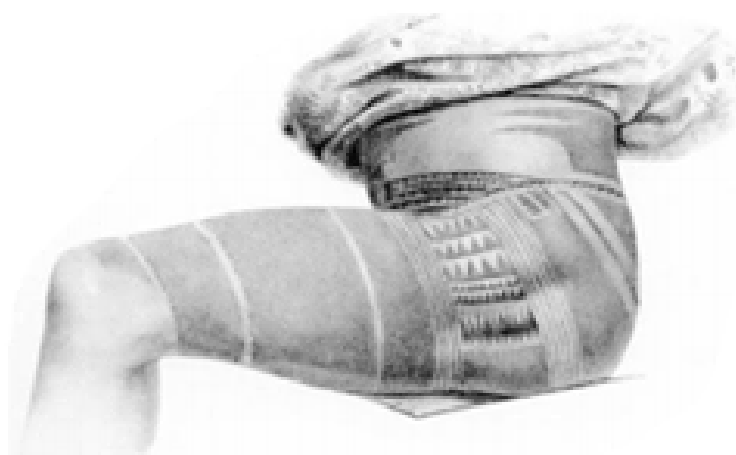
2.1.3 Tatuagem e as sociedades antigas

A função da tatuagem nas sociedades pré-históricas pode ser fracionada em diferentes aplicações, sendo elas sociais, religiosas e bélicas.

Devido a associação dos ritos como práticas precisas para comunhão com o sobrenatural, a tatuagem tinha como função religiosa não apenas como amuleto de boa sorte, mas como a personificação da dedicação do indivíduo para com a divindade em questão.

Nas antigas sociedades de Tonga e Samoa, a inscrição dos corpos com tinta era de uso religioso. No caso de Tonga, sua técnica era passada seguindo um modelo de sacerdócio, no qual a autoridade religiosa da sociedade possuía um grande status perante os demais, destacando assim a importância da tatuagem. De maneira semelhante, na sociedade de Samoa, os jovens eram tatuados em conjunto. Como parte do ritual religioso, os amigos e parentes dos "iniciados" participavam através de orações e celebrações.

Figura 1. Tatuagem masculina tradicional de Tonga.



Fonte: Audrey Porcella, 2009

No caso dos indígenas da América do Norte, as inscrições simbolizavam, em sua maioria, elementos de guerra e caça, com algumas outras aplicações pontuais na sociedade. Suas funções variavam entre as tribos, dentre elas o número de animais já caçados e sucessos em combates com outras tribos. Alguns povos iam além, no entanto, utilizando também como parte do ritual de matrimônio para as mulheres e como método de passagem para o pós-vida, tatuando até mesmo os corpos de pessoas já falecidas para assegurar suas crenças.

Além das utilizações já citadas, é possível pontuar também seu uso como método de linguagem e identificação do indivíduo dentro da própria sociedade. Essa aplicação revela também o papel da tatuagem como elemento de comunicação em sociedades pré-escritas, nas quais os papéis de cada um eram identificados através das marcações que o indivíduo carregava. Como marcação de escravos de povos derrotados ou capturados, a tatuagem foi utilizada muitos anos depois, na sociedade grega (século V), costume adquirido dos persas, os quais os gregos tiveram muito contato (em especial bélico).

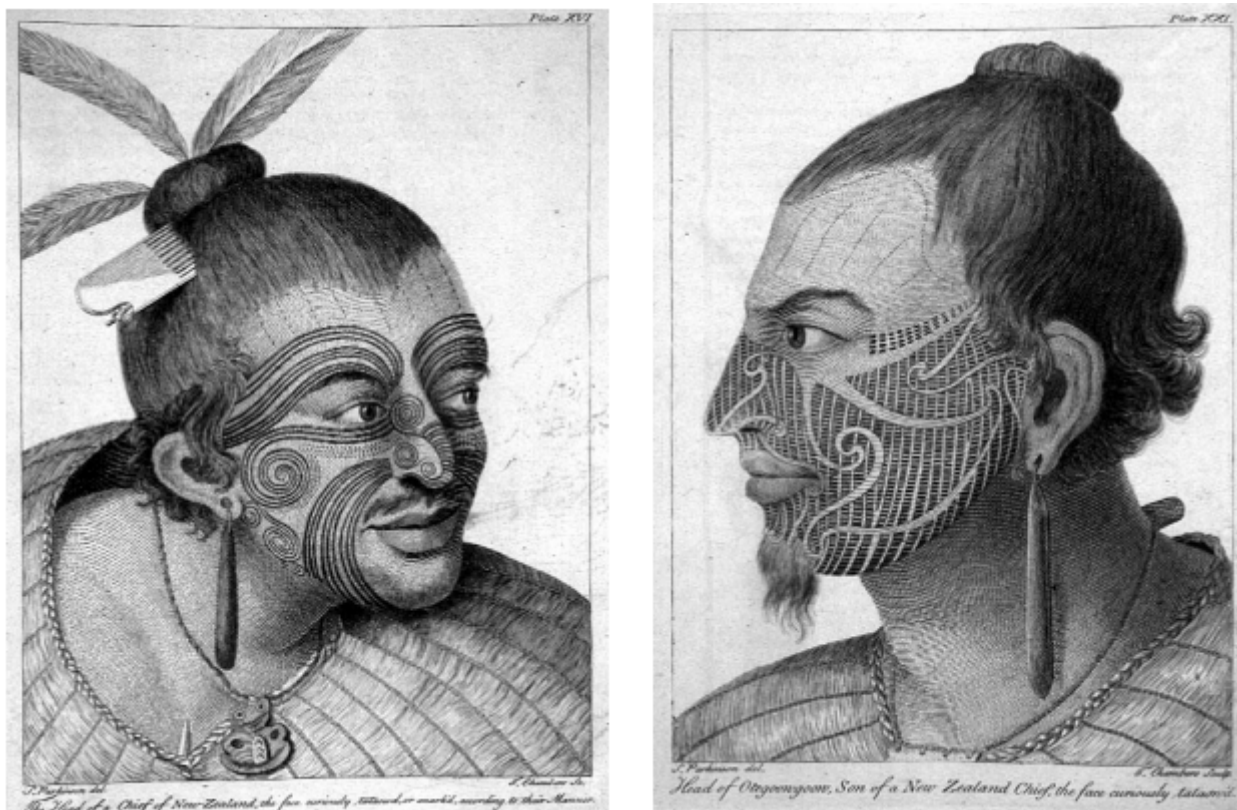
2.1.4 Tatuagem na Europa antiga

Passados vários séculos, a tatuagem tem seu primeiro contato com a Europa pós Roma, habitada por uma população que, em sua maioria, é cristã. É importante ressaltar esse aspecto da cultura da Europa nesse capítulo histórico, pois o cristianismo teve papel principal no conflito que, em alguns aspectos, se estende até os dias atuais.

Como outras religiões abraâmicas, o cristianismo tem como um de seus dogmas a santificação do corpo do indivíduo, pois o mesmo, segundo sua crença, é feito a imagem e semelhança do próprio criador. Portanto, alterações feitas no corpo humano que envolvam marcações ou colocação de elementos estranhos são tidas como impuras segundo seus olhos, o que acaba gerando até os dias de hoje muito atrito. Além disso, muitos dos povos praticantes desses costumes também possuíam ritos de sacrifício em suas religiões, o que reforçou ainda mais a associação da tatuagem como sacrilégio.

Ainda no continente europeu, Joseph Banks (1743-1820), importante botânico e biólogo, também teve relevância na construção social da tatuagem. Banks, em suas pesquisas, entrou em contato com nativos praticantes das técnicas de tatuagem. Em seus relatos, Banks ilustra a mentalidade do povo europeu de sua época, utilizando-se do termo “absurdo”, no sentido de não ver sentido ou lógica no exercício da técnica em questão. Banks também teve a oportunidade de não só entrar em contato com os povos, mas de entrevistar indivíduos pertencentes a essa cultura, e, quando indagados a respeito das marcas, muitos não sabiam nem dizer o real sentido delas, demonstrando o quão tradicional e antigo era o costume.

Figura 2. A esquerda, um chefe de tribo neozelandesa e, a direita, um guerreiro neozelandês.



Fonte: Audrey Porcella, 2009

2.1.5 Origem da prática no ocidente

A utilização da tatuagem por indivíduos no mundo ocidental teve uma única origem, posteriormente se dividindo em duas facetas bastante distintas. Marcada na história como uma prática de marujos, a tatuagem teve seu início nas navegações, principalmente realizada como lembrança de viagens. Além disso, muitos ainda traziam consigo membros dessas culturas, em especial da polinésia, tidos como exóticos em meio à realidade europeia.

Nesse momento a percepção da tatuagem se divide em duas: primeiramente, esse contato mais intenso construiu uma imagem de selvageria e primitividade, causando consequentemente uma inferiorização do costume. Aliada ao aspecto exótico, muitos desses nativos acabaram sendo vítimas de um comércio humano e os primeiros a serem escravizados e utilizados em exposições, prática que se tornou mais comum nos anos seguintes no meio circense.

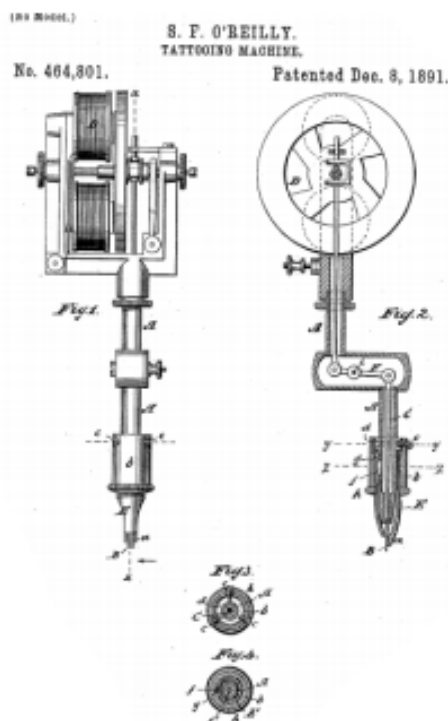
Posteriormente, com uma certa popularização entre os viajantes, a alta sociedade europeia viu na tatuagem uma oportunidade de distinção dos demais através da utilização

de marcas únicas, principalmente pela dificuldade de acesso de grande parte da população por conta do custo elevado dos equipamentos e tintas. O costume tornou-se tão popular entre a nobreza que o rei inglês Jorge V e o Tsar Russo Nicolau II fizeram viagens ao Japão em busca dessas inscrições e, como muitos dessa época, em busca da sensação de aventura.

2.1.6 Tatuagem na América do Século XIX

Com a invenção da primeira máquina elétrica de tatuagem, patente atribuída ao desenvolvedor Samuel O'Reilly, os custos altos da realidade europeia foram drasticamente reduzidos, possibilitando um acesso muito maior nos centros urbanos dos Estados Unidos, que, em paralelo, trouxe de volta a percepção de primitividade à prática. No entanto, apesar do novo costume na cultura americana, apenas os civis recebiam o preconceito da população em geral, devido ao surgimento de uma tradição relacionada a tatuagem dentro do imaginário militar americano.

Figura 3. Esquemático da primeira máquina de tatuagem elétrica.



Fonte: Audrey Porcella, 2009

Proveniente dos marujos, o costume estendeu-se até os soldados dos EUA, criando um paralelo com a visão da igreja católica sobre a tatuagem, porém, nesse caso, de maneira contrária, pois ela se tornou um elemento associado ao patriotismo e, conseqüentemente, digno do respeito que os EUA têm para com os seus militares.

2.1.7 Tatuagem e os shows circenses

A Associação com rebeldia e a ideia de aberração também se difundiu através dos shows circenses e o pensamento de degeneração genética, percebido com maior intensidade durante o século XIX.

Marcado por uma sociedade expansionista que começava a ter uma miscigenação cultural mais significativa, o século XIX foi palco para os shows circenses que percorriam os países. Em suas caravanas, uma de suas principais atrações eram as “galerias vivas de imagens”, que nada mais eram do que homens e, posteriormente, mulheres com o tronco e membros completamente tatuados. É importante ressaltar que, além da posição de aberração que esses homens e mulheres eram colocados, muitas vezes o processo era feito de maneira forçada, sobre vítimas escravizadas de sequestros. Outra relação formada durante esses anos foi a da sexualidade feminina para com a tatuagem, pois, em geral, os shows eram realizados com as mulheres seminuas, o que vinha de encontro com o costume da época que prezava por uma imaculabilidade das mulheres.

Figura 4. Artoria Gibbons, 1912



Fonte: Filipe Lopes (2016)

Figura 5. Irene Woodward, 1880.



Fonte: Filipe Lopes (2016)

Figura 6. Cartaz do show de Irene Woodward conhecida como La Belle Irene, 1880.



Fonte: Filipe Lopes (2016)

Em contraponto a suas origens, é possível perceber a predominância da rejeição da tatuagem ao longo da sua história no ocidente, sendo ela associada a diversos setores marginalizados ao longo dos anos. Sua presença no ocidente, no entanto, foi constante desde sua origem, sendo a tatuagem muitas vezes utilizada como identificador de um grupo, podendo esse ser respeitado, no caso dos soldados, ou marginalizado, no caso dos artistas circenses.

2.2 MULHERES PIONEIRAS NA TATUAGEM

Como citado anteriormente, a tatuagem ganhou uma forte associação a marginalidade na sociedade. Parte do motivo dessa associação vem das mulheres prostitutas, em especial artistas circenses que apresentavam muitas tatuagens como parte

do apelo erótico. Atuando em *shows freaks*¹, muitas vezes as tatuagens eram utilizadas de inspiração para histórias falsas usadas como roteiro para o show com objetivo de chocar o público.

A ideia de rebeldia também era associada de forma negativa pela população em geral, mas essa associação era vista com bons olhos frente a onda feminista do final do século XIX que defendia a retomada dos direitos da mulher sob seu próprio corpo. A tatuagem também era uma forma de demonstrar o poder que a mulher tinha ao marcar sua própria pele, também como forma de libertação sexual, essa ideia seria melhor explorada nos movimentos feministas dos anos 70. Muitas das mulheres que foram referência por terem seus corpos tatuados exibiam sua pele como um troféu, símbolo de sua liberdade e autonomia.

2.2.1 Maud Stevens Wagner

Algumas dessas mulheres se apaixonam pela beleza da tatuagem a ponto de se dedicarem a aprender o ofício. Maud Stevens Wagner (1877 - 1961) , considerada a primeira mulher a ser tatuadora no ocidente, Stevens aprendeu a tatuar com seu marido, o tatuador Gus Wagner, após concordar em terem um encontro romântico na condição de que Gus a ensinasse tatuar, posteriormente, se tornou referência como difusora da vertente artística, realizando trabalhos tanto sobre colegas de trabalho quanto sobre alguns interessados do público dos espetáculos. Sua paixão ao processo era tamanha que, apesar dos avanços tecnológicos que se sucederam, Stevens continuou a utilizar sua técnica manual para realização de suas obras. O casal teve uma filha, Lovetta, que também se tornou tatuadora.

¹ Significado de Freak - O que é, Conceito e Definição." <https://www.significados.com.br/freak/>. Acessado em 24 abr. 2018.

Figura 7. Maud Wagner sendo tatuada por seu marido, Gus Wagner.



Fonte: Carol T. Moré (2015)

Figura 8. Maud Wagner, 1907.



Fonte: Carol T. Moré (2015)

2.2.2 Mildred Hull

Mildred Hull (1897 - 1947) também começou sua carreira no setor circense de entretenimento como dançarina exótica, mas logo que foi exposta ao processo de tatuagem, Hull vira ali sua real vocação. Ganhando destaque através de sua expressão artística, a tatuadora chegou a ser capa da revista *Family Circle*, momento esse sem precedentes na cultura americana, o qual uma mulher coberta de tatuagens era retratada em uma revista sobre cuidados da casa nacionalmente conhecida.

Apesar do grande impacto na cultura da tatuagem, Hull se suicidou aos 50 anos, deixando poucos documentos acerca de sua participação na história. Todavia, sua alcunha de “Mãe da tatuagem moderna” revela sua relevância no meio até os dias atuais.

Figura 9. Mildred Hul, 1939



Fonte: Letícia Cardoso (2017)

Figura 10. Mildred Hul em seu estúdio, 1939.



Fonte: Letícia Cardoso (2017)

Figura 11. Tattoo Emporium, estúdio de Mildred Hul, 1939.



Fonte: Letícia Cardoso (2017)

2.2.3 Betty Broadbent

Betty Broadbent (1909-1983) nasceu na Filadélfia, porém seu interesse por tatuagens se iniciou em Atlantic City, aos 14 anos. Através da sua paixão pela tatuagem, Broadbent iniciou sua carreira circense, que lhe proporcionara visibilidade para influenciar seu tempo. Mais tarde, aos 30 anos, Broadbent atingira tamanha fama e relevância que, durante a Exposição do Mundo de 1939, sua beleza seria concorrente com a visão tradicional de beleza da época.

Além disso, também foi uma das mulheres que ganhou destaque por ter mais de 350 desenhos em seu corpo. Considerada uma das mulheres tatuadas mais belas Broadbent optou por se tornar tatuadora ao se aposentar do ramo do entretenimento, se tornando pioneira no uso de equipamentos elétricos para tatuagem (LOPES, 2015).

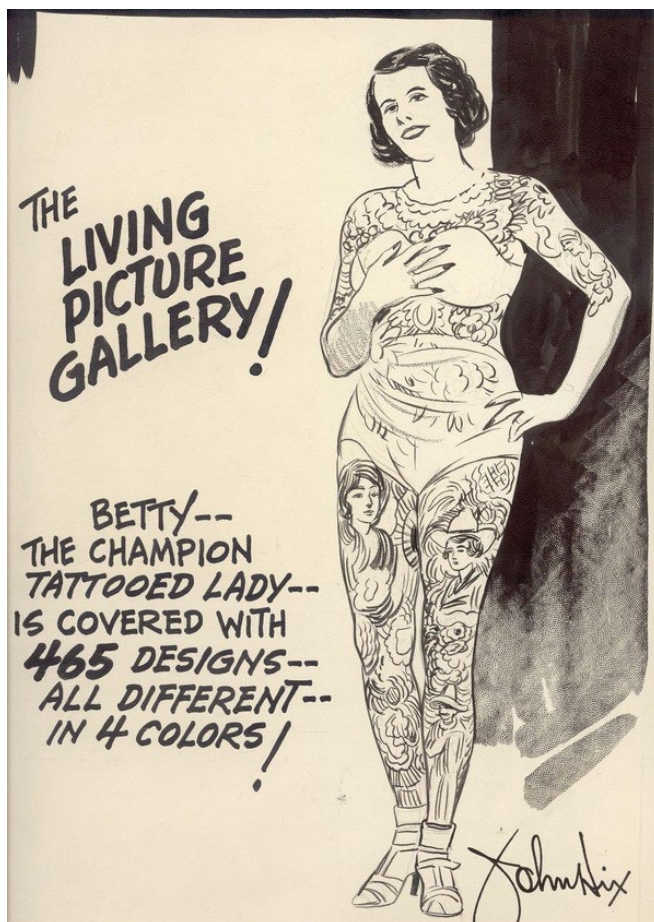


Figura 12. Betty Broadbent, 1927.

Fonte: Raquel G. Rebelo (2012)

Figura 13. A esquerda, o cartaz circense anunciando Betty como atração e a direita sua foto real, 1930

Fonte:



Raquel G. Rebelo(2012)

Com o passar do tempo o público da tatuagem foi se abrangendo sofrendo uma transformação. Nas décadas de 50 e 60 no século XX, gangues e tribos urbanas como o movimento punk e hippie se apropriam da tatuagem como manifestação artística e forma de expressão. A partir dessa popularização, a tatuagem foi ganhando mais adeptos e se tornando mais acessível com diversos tipos de traços e estilos.

2.2.4 Cindy Ray

Em 1956, Cindy Ray se tornava uma musa para os tatuadores da época. Passando por dificuldades financeiras, Cindy Ray entra para o mundo da tatuagem ao aceitar um anúncio no jornal feito em 1956 pelo fotógrafo Harry Bartram, que solicitava uma modelo que aceitasse ser tatuada. Após 4 tatuagens inicialmente, tomou gosto e decidiu se dedicar ao ofício e aprender a tatuar. Anos depois casou-se com um tatuador que, após ter sua

mão quebrada, foi substituído por Cindy em seu próprio estúdio, prática que perdurou por anos (Inked Models. 2015) .

Figura 14. A esquerda, Cindy Ray exibindo suas tatuagens e posando ao lado das máquinas. A direita, cindy tatuando um cliente em seu estúdio em Melbourne, Austrália.



Fonte: Man Magazine, 1963.

A tatuagem passa por uma ressignificação de valores e começa a sofrer um processo de aceitação na sociedade. Entre os anos 80 e 90 a ideia de tatuagem como profissão passou ser difundida principalmente com a chegada das máquinas elétricas. Com a epidemia da AIDS² a preocupação com instrumentos descartáveis e esterilizados também passa a ser bem vista. Essa modernização no processo de tatuar estabeleceu o conceito de estúdio com conotação artística como é visto na atualidade. (LEITÃO, 2004).

² "Uma população dizimada: como foi o auge da AIDS nos anos 1980" 6 mar. 2015, <http://www.ladobi.com.br/2015/03/aids-1980/>. Acessado em 25 abr. 2018.

Figura 15. Grupo de punks, alguns com tatuagens, 1969.



Fonte: Bruci Winterwolf, 2015

2.2.5 Vyvyn Lazonga

Vyvyn Lazonga, apaixonada por desenho desde criança, começou, em 1972, seu aprendizado e experiência com tatuagem. Residindo em Seattle, liderou seu primeiro estúdio em 79, após ver vários homens serem promovidos apesar de menos experientes e tendo de lidar com equipamentos muitas vezes com defeito. Devido à dificuldade de conserto dos equipamentos, muitas vezes seu patrão deixava sua funcionalidade de lado para dar lugar a enfeites. Segundo ela, a preocupação dele em ter uma mulher trabalhando em sua loja não dizia respeito à qualidade do trabalho que ela executa, e sim às aparências. Lazonga era muitas vezes ridicularizadas em convenções, recebendo assédios morais de tanto colegas quanto clientes.

Figura 16. Vyvyn Lazonga, 2018.

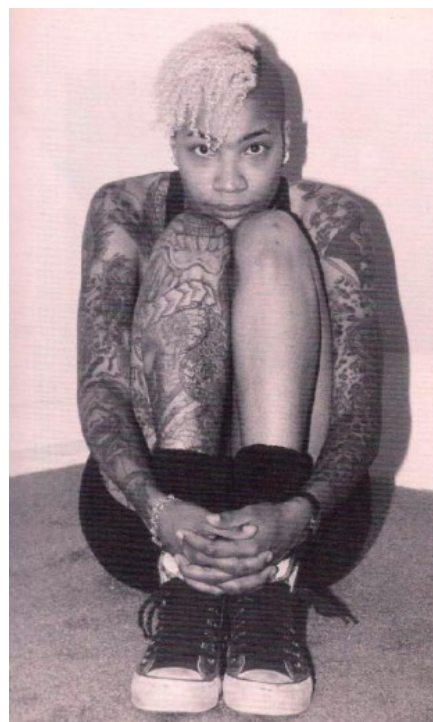
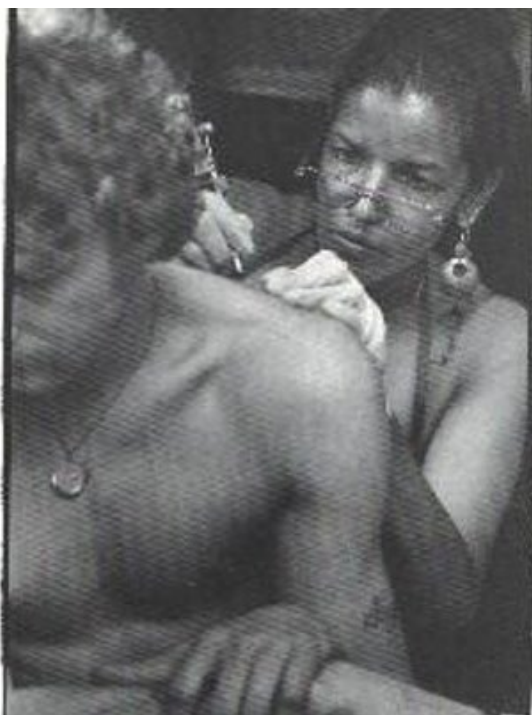


Fonte: Instagram @vyvyn (2018)

2.2.6 Jacci Gresham

Na mesma época surgem nomes importantes como Jacci Gresham, a primeira mulher negra tatuadora que iniciou seu trabalho em 1976 em Nova Jersey, sendo a única representante até final dos anos 90. Laura Lee, uma das mulheres que Gresham tatuou, apesar de não ser profissional da área, foi uma importante representatividade para o corpo tatuado da mulher negra, principalmente por carregar em suas tatuagens símbolos da luta contra discriminação racial. Ela foi influência para muitas mulheres negras usarem eu corpo como representação da ideologia do movimento negro que luta contra ideias racistas ainda presentes nos dias de hoje.

Figura 17. A esquerda, Jacci Gresham e a direita Laura Lee.



Fonte: Twitter(@AartAccentTat2); Jupiter Coroa (2014)

Ainda hoje Gresham atua como tatuadora carregando não somente o título de mulher negra pioneira mas também de uma das tatuadoras mais antigas ainda exercendo a atividade.

Figura 18. Jacci Gresham tatuando aos 67 anos.



Fonte: Jeanie Riess (2014)

2.2.7 Janet 'Rusty' Skuse

Um exemplo do machismo exercido no corpo da mulher ao longo dos anos é a história de Janet 'Rusty' Skuse. A tatuadora, que anteriormente trabalhava na marinha, foi expulsa de seu cargo em 1979 depois de descoberta uma pequena tatuagem em seu pulso, enquanto os homens marinheiros exibiam suas tatuagens confortavelmente à anos. Janet então passou a trabalhar com seu tatuador com quem aprendeu o ofício e futuramente se casou. Ela defendia a ideia de que a tatuagem só tinha aceitação quando associada ao corpo masculino e passou a tatuar quase que completamente seu corpo aparecendo no Guinness - Livro de Recordes³ por 20 anos como a mulher mais tatuada da Grã- Bretanha. 'Rusty' faleceu em 2007.

Figura 19. Janet 'Rusty' Skuse, 1970.



Fonte: Stella St. Tidewolfe (2011)

³ "Guinness World Records: Home." <http://www.guinnessworldrecords.com.br/>. Acessado em 25 abr. 2018.

2.3 TATUADORAS BRASILEIRAS

No Brasil ainda temos muitas mulheres tatuadoras que conquistaram seu espaço. Luiza Fortes é uma delas, neta de Lygia Pape, artista renomada do movimento neoconcretista. Luiza ficou famosa por sua diversidade e estilo colorido, atuando desde 2013 no Rio de Janeiro.

Figura 20. A esquerda, a tatuadora Luiza Fortes. A direita, tatuagem feita por Luiza.



Fonte: Geiza Martins (2017)

Outra tatuadora que conquistou inúmeros fãs é a Lan Pravda. Sua técnica consiste em misturar várias técnicas distintas e criar desenhos surrealistas. Apesar de seu passado no design gráfico, Lan atualmente utiliza da tatuagem para expressar seu lado artístico.

Figura 21. Tatuagem feita por Lan Pravda.



Fonte: Instagram @lan.pravda (2016)

Lan aplica uma metodologia no desenvolvimento de suas tatuagens, utilizando conceitos de hierarquia visual com precisão de formas geométricas que compõem elementos do seu aspecto estético. Segundo a entrevista dada no site para a Revista Glamour, sua experiência como designer influenciou muito nisso.

Figura 22. Lan Pravda.



Fonte: Geiza Martins (2017)

Figura 23. Tatuagem feita por Lan Pravda.



Fonte: Instagram @lan.pravda (2016)

Em Curitiba, tatuadoras como Flávia Carvalho do estúdio Daedra Tattoo ganhou destaque ao iniciar um projeto social “A Flor da Pele”, que contemplava tatuar gratuitamente mulheres com cicatrizes, sendo elas vítimas de violência ou de doenças como o câncer de mama. Com grande repercussão no Brasil todo, esse projeto se tornou um símbolo de sororidade, inspirando diversas mulheres a se sentirem mais confortáveis com seus corpos. Muitas vítimas também se sentiram incentivadas a procurar ajuda dispostas a cobrirem as marcas de um passado doloroso.

Figura 24. Flávia Carvalho.



Fonte: Flávia Carvalho - Facebook (2018)

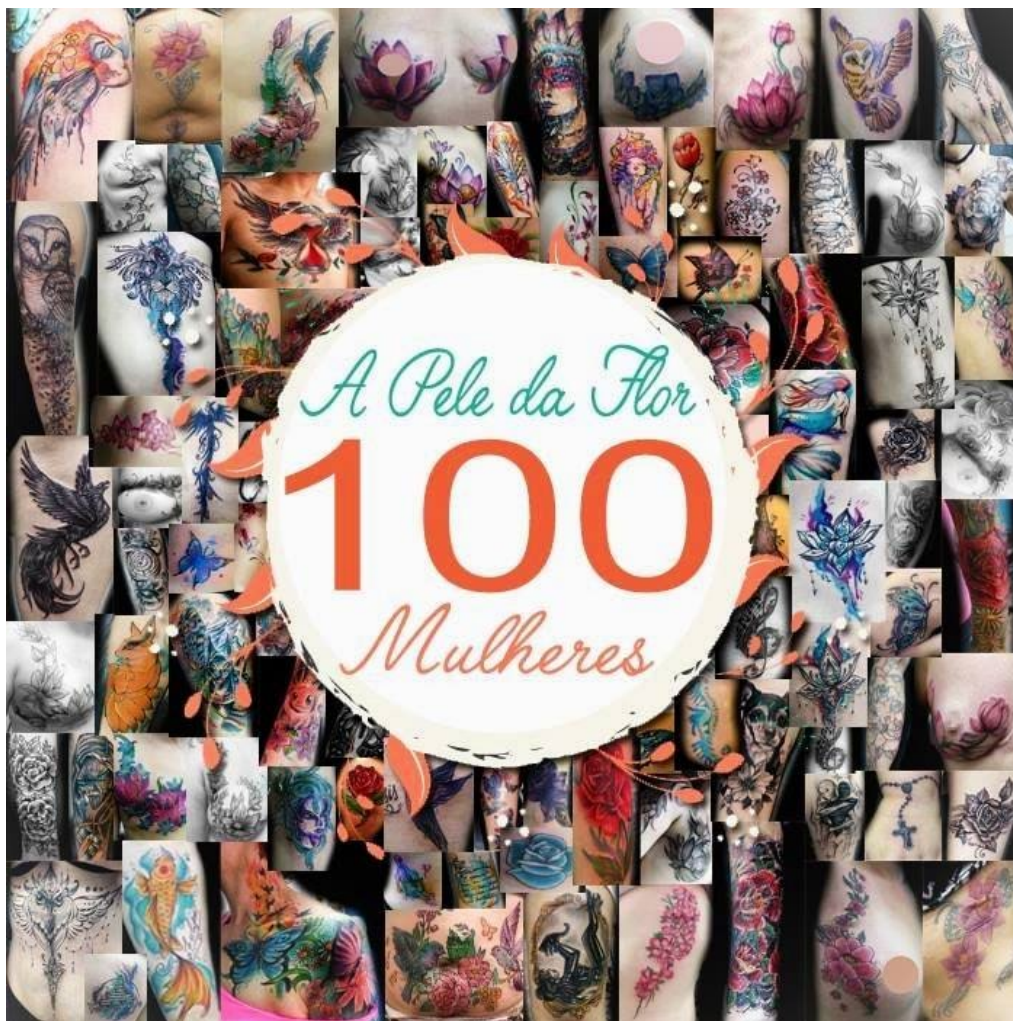
Figura 25. Exemplo de cobertura de cicatriz feita por Flávia Carvalho em seu projeto “A Flor da Pele”.



Fonte: Renata Mendonça (2015)

Recentemente, Flávia comemorou em suas redes sociais que o projeto “A Flor da Pele” havia alcançado 100 participantes, sendo 34 casos de violência doméstica, 39 de automutilação e 27 de mastectomia. Ela explica que, após ouvir inúmeras histórias, ela entende que as mulheres buscam empoderamento estético com objetivo de ressignificar a marca da cicatriz *“Se hoje eu falo sobre saúde mental e libertação afetiva, é para que mulheres descubram o quanto podem ser fortes, o quanto podem superar dificuldades e serem donas de si.”*

Figura 26. Imagem postada na página do Facebook Daedra Tattoo.



Fonte: Flávia Carvalho (2018)

Além do projeto “Flor da pele” Flávia ainda iniciou o “Projeto Acácias”, que consiste em lecionar minicursos gratuitos de tatuagem para mulheres artistas que estejam precisando de um novo ofício. Flávia conta em sua página pessoal do estúdio Daedra Tattoo que a ideia surgiu de ver a necessidade financeira que algumas mulheres passam e como isso afeta principalmente mães solo.

Figura 27. Imagem da página do Facebook Daedra Tattoo.



Fonte: Flávia Carvalho (2018)

Flávia explica em seu post que a ideia surgiu a fim de gerar mais oportunidades para mulheres quem não tem espaço no mercado de trabalho e muitas vezes passam por situações de dificuldade financeira.

Alguns relatos quanto as realidades das tatuadoras na região de Curitiba foram coletadas para compreender a situação atual passadas por mais de 6 décadas. A tatuadora Carol Procek, comentou que, como mulher, sua dificuldade é o preconceito com o desempenho de seu trabalho. Ela afirmou que por ter um traço mais pesado a maior parte do seu público é masculino, mas que muitos ficam receosos por ela ser uma mulher, “Os caras pensam que vai ser algo meio assim... não sei, não tão bem feito. Ter um certo preconceito de por ser mulher não deve “mandar bem”.

Na entrevista feita com a tatuadora Juliana Nicoleti, vemos como a influência desses padrões instituídos no corpo da mulher reflete no comportamento e pensamento da sociedade. Juliana afirma que em meados de 1995 e 2000 poucas mulheres se aventuravam ao ofício da tatuagem com medo de ser vista como “vagabunda⁴” perante a sociedade, o trabalho era associado de forma pejorativa à sexualidade e à intimidade da mulher, atribuindo ao seu corpo pouco valor. Até mesmo a técnica de solda das agulhas que acabava queimando os dedos era algo a ser taxado como uma característica de quem usava entorpecentes ilícitos.

⁴ Significado de vagabunda *substantivo feminino*
1. m.q. VADIA.

Vemos ainda como a influência do pensamento prevalece em tempos atuais. Juliana continua: “tinha muito homem também, muito velho, bêbado, cara cheirador de coca também. Por falar nisso, hoje em dia eu não posso mais usar nada, meu coração já faz tututu e acha que vai morrer. Hoje em dia aqui é tudo fit. Teve uma época que todo mundo tatuava cheirado, muito louco. A maioria da galera tá tudo caduca hoje. Eu tô assim porque eu era dona do estúdio né...tinha mais responsabilidade. Hoje em dia as meninas não passaram pelo que a gente passou...porque se fosse assim assediador a gente já botava pra correr. Já falei pra um cara "quer parar de se alisar em mim?"

Tem menina que posta foto sexy mostrando tudo. Eu acho que Instagram de trabalho é de trabalho...o pessoal é pessoal. As meninas não sabem lidar com assédio. ”

A diferença de opiniões fica clara com o depoimento da tatuadora Carol Procek:

Eu acho que hoje em dia está mais fácil, principalmente por ter mais mulheres conhecidas, tem também o Sampa Tattoo (um estúdio só de mulheres em São Paulo). Mas ainda tem gente das antigas que é difícil levar a sério uma menina que quer ser tatuadora. Ainda não é a mesma coisa que um cara mas hoje em dia tá mais fácil. Aqui em Curitiba falta muito um grupo para se ajudar, um grupo coletivo que poderia ter um grupo no Facebook.

Analisando os relatos em conjunto com o contexto social em que essas profissionais vivem, é perceptível que suas opiniões refletem muito do que era direcionado a seu próprio corpo. Uma sugestão da sociedade em que o corpo feminino deve ser preservado.

Por outro lado, as tatuadoras se colocam na mesma capacidade técnica dos demais profissionais, não se limitando à utilização de técnicas tidas como “femininas” (traços mais finos). Além disso, conforme a crescente do movimento feminista, a quantidade de mulheres nesse setor comercial tem aumentado com os anos, apesar da frente ideológica tradicional que contradiz suas habilidades e capacidades técnicas.

É perceptível, portanto, um cenário positivo, em que a mulher tem tido cada vez mais espaço de atuação, inclusive no que diz respeito aos estúdios de tatuagem, e mais autonomia sobre seu próprio corpo. Porém, as marcas de séculos de opressão ainda podem ser visualizadas nos dias de hoje, expressas através da dúvida quanto à capacidade profissional da mulher, sendo possível expandir ainda mais as reivindicações por igualdade.

3. MÉTODOS E PROCEDIMENTOS

Reunir informações é o primeiro passo para o desenvolvimento de um projeto. Tendo isso em mente, a procura por profissionais que seriam a fonte dessa informação começou, a princípio, através da internet, no entanto a fim de obter informações mais concretas, foram realizadas entrevistas pessoalmente com mulheres tatuadoras de Curitiba, gravadas em áudio e redigidas posteriormente.

Considerando a opinião das entrevistadas, foi pensado como proposta uma identidade visual que transmitisse uma unidade entre as mulheres tatuadoras em Curitiba. Um briefing foi proposto para essas profissionais, porém, avaliando a variedade grande de respostas, uma nova análise foi feita considerando a dificuldade em englobar a diversidade de profissionais, pensando nisso foi sugerida a opção de uma campanha para atender o público de forma mais ampla.

Uma pesquisa mais abrangente foi feita em redes sociais (Facebook e Twitter) a fim de obter dados do público geral. Essa pesquisa foi postada em grupos diversos não relacionados com tatuagem para conseguir identificar uma forma de desenvolver uma campanha que atinja a maior quantidade de pessoas possível.

3.1 DESENVOLVIMENTO DE IDENTIDADE VISUAL

O projeto tem como base a metodologia sugerida no, de Maria Luísa Peón, em sua obra *Sistemas de Identidade Visual*, sugere uma metodologia linear para o desenvolvimento de identidades visuais. Seu método pode ser dividido em 3 etapas, tendo início ainda na identificação do problema, passando para desenvolvimento e testes, são definidas 3 fases de sistema:

- Fase A - A fase da problematização que permite a diagnóstico do problema. Considera todos os dados variáveis do trabalho que será desenvolvido, organizado para possibilitar uma solução. É fundamental considerar as possibilidades de solução que atenderá as necessidades do cliente/público atendido.

- Fase B - A definição da identidade. Considera a geração de alternativas a partir do parâmetro comum definido como solução. Essas alternativas serão associadas a conceitos que possam atender essa ideia de solução definidos a partir do briefing. Essa etapa também consiste em aperfeiçoamento visual como definição de cores, tipografia e resolução de possíveis problemas de aplicação. Seguindo para a validação, as alternativas devem passar por aprovação do cliente, no caso do projeto, essa validação será feita através de formulário assim como o briefing.
A alternativa final será escolhida de acordo com a correspondência do formulário.

- Fase C - Consiste em determinar de forma concreta a usabilidade da identidade criada definindo assim um manual de aplicação, um Manual de Identidade Visual. O manual deve conter objetivamente orientações técnicas de reprodução gráfica de acordo com a proposta do projeto. Considerando que essas informações devem atender de forma clara e coesa o entendimento de profissionais da área de comunicação. Essas informações devem preservar as qualidades do projeto validadas pelo cliente e contempladas em simulações da aplicação em contexto real.

3.2 AS ENTREVISTAS

As perguntas desta entrevista foram desenvolvidas pensando na experiência pessoal de cada tatuadora e seu relato no mercado de trabalho. Pensando também na disponibilidade de cada profissional, foram feitas apenas 5 perguntas chaves envolvendo sua vivência no mercado para que a entrevistada se sentisse confortável em expressar suas opiniões livremente. As perguntas são:

- 1. Como você se tornou tatuadora e porquê?**
- 2. Qual sua maior dificuldade atuando como tatuadora?**
- 3. Como seus clientes te encontram?**
- 4. Porque você acha que seus clientes escolhem você?**
- 5. Você acha que é mais difícil ser tatuadora sendo mulher?**

Apesar de muitas respostas positivas inicialmente, apenas 3 tatuadoras se sentiram confortáveis em serem entrevistadas pessoalmente e com áudio gravado, felizmente as 3 entrevistadas tinham perfis muito diferentes o que demonstra que mesmo com suas características particulares, há similaridades em seus relatos associadas ao fato de serem mulheres. As entrevistadas são Ana Dias, Carol Procek, que trabalham no mesmo estúdio, portanto suas entrevistas foram ao mesmo tempo, e Juliana Nicoleti @juliana_tattoofofa que tem seu estúdio próprio e é veterana na profissão.

3.2.1. Identidade Visual

A identidade visual é base para o desenvolvimento de qualquer projeto. É ela que proporciona a experiência de reconhecimento ao público alvo. A identidade visual determina uma coleção de veículos que permitam a identificação de elementos básicos hábeis para aplicação, sendo eles: Logotipo, símbolo, marca, cores e texturas institucionais e tipografia. Esses elementos devem conter características de fácil compreensão visual, clara diferenciação e associação simbólica ou subliminar a um ou vários conceitos a serem transmitidos. O Briefing é a ferramenta de projeto usada para determinar o escopo da identidade visual. É necessário aplicar a metodologia de briefing que mais se adapte para identificar os conceitos, necessidades e resoluções que a proposta em questão pretende oferecer. Ele também é necessário para orientar pesquisas de público a fim de identificar as possíveis associações e interpretações que fujam do conceito proposto na identidade.

3.2.2. Elementos Da Identidade Visual

Os elementos da identidade visual podem ser classificados em 3 etapas: primários, secundários e acessórios.

Primários: São elementos que determinam todos os seguintes, cuja a aplicação é fundamental no funcionamento do sistema de identidade. São eles:

- Logotipo: O logotipo ou simplesmente logo é necessariamente composto apenas de letras. Também pode ser a marca em si caso seja cumprada com a função de transmitir os conceitos determinados na identidade;

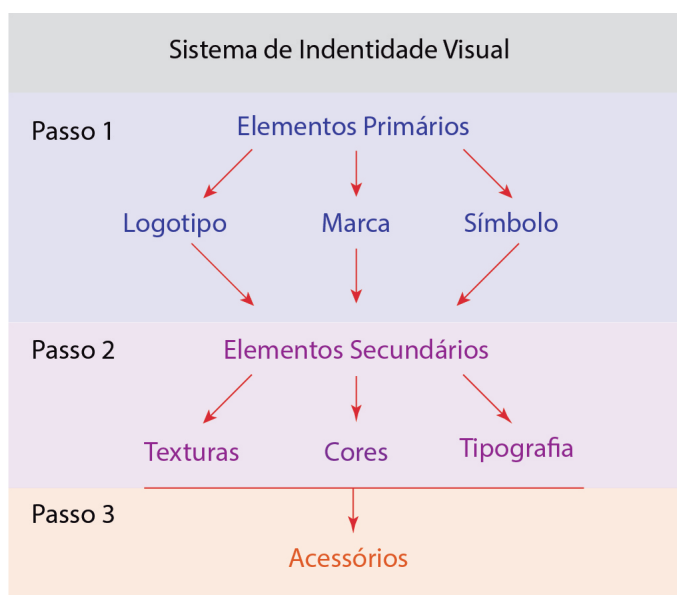
- Símbolo: O Símbolo é um elemento gráfico ou tipográfico usado atribuir significado aos conceitos da identidade. É necessário que haja harmonia em harmonia com o logotipo;
- Marca: A marca é a união do logotipo e do símbolo que tem como objetivo ser determinante no desenvolvimento de outros elementos e busca expressar os conceitos da identidade de melhor maneira possível. É importante destacar que somente o logotipo também pode ser uma marca se for assim o suficiente para cumprir a função.

Secundários: Elementos que, apesar da alta importância, são dependente ao uso de um elemento primário na identificação e frequentemente derivam de componentes dos mesmos. São eles:

- Cores: A cor é usada no auxílio da identidade como forma de associação cognitiva. A paleta de cores pode ser determinada de acordo com o significado atribuído no código cultural que o público alvo está inserido;
- Texturas: São padronagens complementares às cores.
- Tipografia: A tipografia assim como as cores também possui significado atribuído a um código cultural, é necessário que ela além de funcional transmita os conceitos da identidade servindo de reforço e apoio a marca.

Acessórios: São elementos incluídos ao sistema de identidade por também conter características das etapas anteriores, no entanto voltados para aplicações. Normas de layouts, aplicação de assinatura publicitária ou mascotes são alguns exemplos. Esses elementos são normalmente ligados ao marketing.

Figura 29. Hierarquia de componentes do Sistema de Identidade Visual.



3.3 BRIEFING IDENTIDADE

Para determinar qualquer elemento em um projeto é necessário primeiro pensar em sua estrutura. O briefing é uma terminologia usada para determinar o método de captação de informações com o objetivo de definir conceitos aplicados no processo de desenvolvimento de um projeto qualquer, sendo ele uma identidade visual, um site ou um impresso. Existem vários modelos de briefing com metodologias específicas para cada tipo de projeto, no entanto, certas práticas são comuns a todas, como por exemplo a definição de resultados pretendidos ou até mesmo informações mais palpáveis como o prazo de entrega.

Podemos pensar no briefing como um roteiro: ele vai oferecer uma estrutura linear com intuito de alcançar o resultado proposto no projeto. É fundamental que o briefing e as informações coletadas sejam registradas: isso permite uma documentação que pode ser reproduzida e, em caso de alterações, garante a integridade de dados evitando possíveis erros na interpretação.

Pensando em um processo de desenvolvimento de identidade, um briefing foi proposto para as profissionais tatuadoras de Curitiba com o objetivo de reunir opiniões que pudessem orientar na criação dessa marca. A quantidade de respostas não foi razoável,

mas ainda assim as opiniões diferentes ajudam a transparecer a variedade que o mercado oferece. As perguntas são:

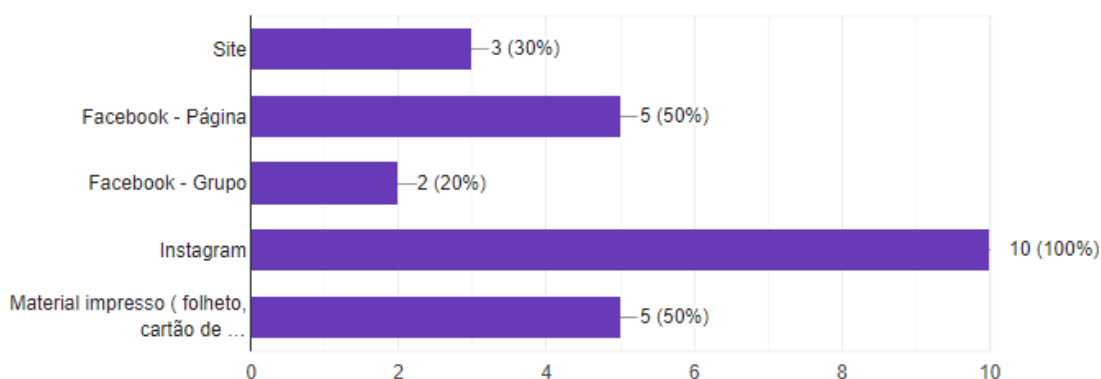
- 1. Esse projeto é destinado a tatuadoras de Curitiba e Paraná. De qual estado você é?**
- 2. Qual gênero você se identifica?**
- 3. Você trabalha no ramo da tatuagem a quanto tempo?**
- 4. Qual seu estilo de tatuagem?**
- 5. O projeto tem como objetivo ajudar a trazer mais espaço e visibilidade para tatuadoras mulheres. Assinale a alternativas que você concorda.**
 - a. Acho legal, preciso que divulguem meu trabalho
 - b. Acho legal, não preciso mas sei que muitas mulheres precisam
 - c. Acho legal, não participaria mas acho legal.
 - d. Não acho legal, não sinto necessidade
- 6. De maneira objetiva, descreva quais adjetivos e sensações que, na sua opinião, melhor descrevem seu trabalho como uma mulher tatuadora?**
- 7. Pensando exclusivamente nesse projeto de coletivo, qual imagem você gostaria que ele transmitisse, de forma que abrangesse várias mulheres tatuadoras que gostariam de se sentir representadas?**
- 8. Pensando de forma coletiva e visando abranger maior quantidade de público, quais meios de divulgação você acha necessário a aplicação dessa marca? Marque 1 ou mais.**
 - a. Site
 - b. Facebook - Página
 - c. Instagram
 - d. Material impresso (folheto, cartão de visitas, adesivo, cartaz)

Considerando os resultados e apesar da diferença de opiniões foi possível ver similaridades na inclinação para questões de representatividade feminina (Gráfico 1) e no meio de divulgação do projeto, que deixa claro a preferência pelas redes sociais Instagram e Facebook e de material gráfico físico (Gráfico 2). Por esse motivo a ideia da campanha se consolidou em atingir o público consumidor desses meios.

Gráfico 1. Resultado da pergunta 5 da pesquisa com tatuadoras.



Gráfico 2. Resultado da pergunta 8 da pesquisa com tatuadoras.



Considerando a mudança de objetivo e o foco em público geral, as perguntas voltadas para o desenvolvimento de uma identidade focada em um coletivo de tatuadoras não foram consideradas como relevantes no direcionamento atual do projeto.

3.4 PESQUISA DE PÚBLICO

Visando determinar o conceito principal da campanha uma pesquisa de público foi realizada através de um formulário na rede social Facebook, foi divulgado em diversos grupos de temas variados não associados a tatuagem. As perguntas foram desenvolvidas de forma que pudesse abranger um público mais amplo e direcionar suas preferências, dessa forma, houve um retorno extremamente positivo com mais de mil respostas.

As perguntas foram:

1. **Quantos anos você tem?**
2. **Qual seu gênero?**

3. Você possui tatuagem?

4. Se fosse fazer uma tatuagem, onde você procuraria o profissional?

- a. Recomendação de conhecido
- b. Internet (Google, Facebook, Instagram, etc..)
- c. Pontos comerciais físicos (shopping, salão de beleza, clínica, panfleto na rua)

5. Você se sentiria confortável tatuando com uma mulher?

Devido à grande quantidade de respostas, foi possível avaliar melhor a opinião geral e perceber que a faixa etária das pessoas interessadas é em sua maioria são jovens de 18 a 22 anos (gráfico 3). Também foi possível determinar que esse mesmo público se sente mais confortável em tatuar com profissionais indicados por amigos e conhecidos (gráfico 5), mas que também consideram seus trabalhos em redes sociais. Outro ponto importante foi que 99% se diz confortável em tatuar com uma mulher (gráfico 6), considerando que 15% das respostas veio do público masculino (gráfico 4).

Gráfico 3. Resultado da pergunta 1 da pesquisa com o público.

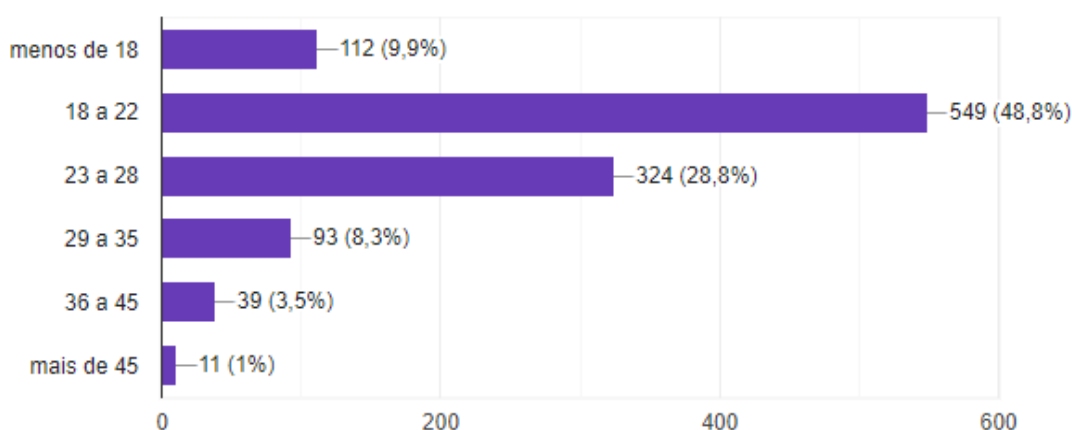


Gráfico 4. Resultado da pergunta 2 da pesquisa com o público.

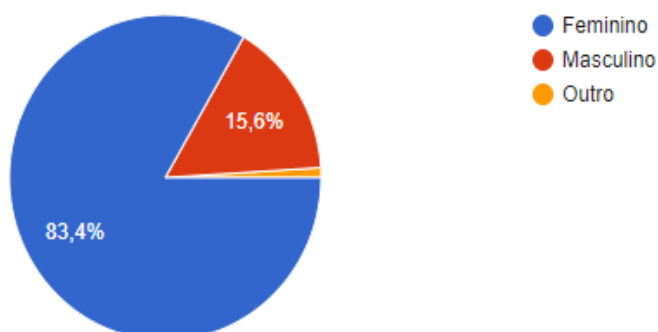


Gráfico 5. Resultado da pergunta 4 da pesquisa com o público.

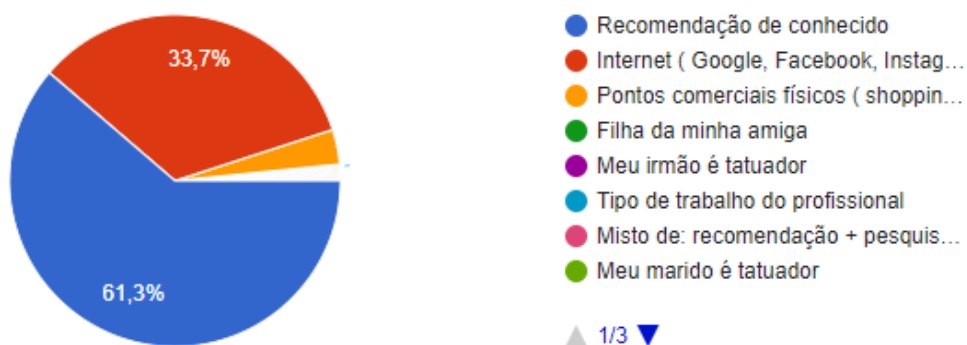
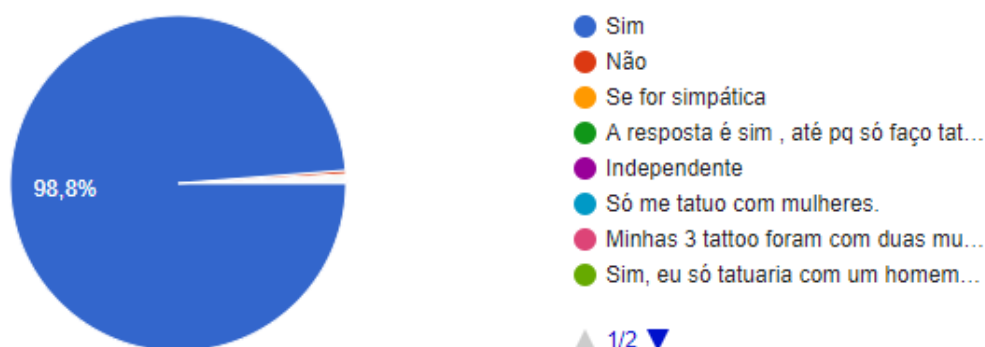


Gráfico 6. Resultado da pergunta 5 da pesquisa com o público.



Analisando esses dados, foi determinado que a campanha seria focada em incentivar a indicação de uma profissional mulher para que as mesmas tenham mais visibilidade. A ideia não seria apenas divulgar o trabalho de tatuadoras, mas induzir o público a se sentir inspirado a participar dessa divulgação. Pensando também na veiculação em redes sociais e em material físico como banners e brindes (bottons e adesivos), a ideia de criar uma tag⁵ com elementos simplificados, que seja direta e objetiva, foi estruturada para atender principalmente a rede social Instagram. Além disso, a tag possibilita o uso democrático de qualquer usuário que compartilhe do mesmo objetivo.

⁵ "O que é tag? - TecMundo." 6 mai. 2009, <https://www.tecmundo.com.br/navegador/2051-o-que-e-tag-.htm>. Acessado em 4 jun. 2019.

3.5 O NOME

Segundo Ries (2009, p. 83) “a decisão mais importante de marketing que você pode tomar é escolher o nome do produto”. Nomes são palavras capazes de dar sentido a objetos, ideias e indivíduos, além de transmitir sentimentos, orientar associações e desenvolver comunicação. No processo de desenvolvimento de identidades visuais, o naming é a etapa que é responsável pela criação do nome, podendo ser realizada através de diferentes metodologias, que visam trabalhar com a receptividade do mercado e com a sua eficácia para com o público.

Segundo Neumier (2008), sete são os critérios para a escolha de um bom nome, sendo eles:

- Distinguibilidade: capacidade de distinguir a marca;
- Brevidade: quão curto é o nome, o que facilita no processo de memorização do público;
- Conveniência: quão alinhado com a empresa está o nome em questão;
- Grafia e pronúncia fáceis: facilidade de se transmitir o nome através da escrita;
- Agradabilidade: quão agradável é o nome para o público;
- Extensibilidade: quão flexível é o nome quanto a suas diferentes aplicações;
- Possibilidade de proteção: capacidade de utilizar esse nome no que diz respeito a questão legal.

É perceptível a subjetividade de muitos dos pontos levantados dentre os critérios, como agradabilidade e facilidade para grafia e distinção do nome. Sendo assim, um dos papéis do design é a associação desses pontos a quantidades mais “mensuráveis”, através de metodologias de consulta ao público, sem desvalorizar, nesse processo, a análise técnica baseada na experiência do designer.

Tag em inglês tem o significado de “etiqueta”, ou seja, algo para marcação e identificação. Na linguagem de construção de sites, essa denominação é usada para categorizar elementos da estrutura do código que podem ou não estar visíveis, com a popularização desse termo a palavra também foi associada a algo que identifica ou representa ideias e ações, a prática é comum em redes sociais populares como Twitter e

Instagram. A tag tem uma associação estética atrelada ao símbolo “#” que possibilita indexação. Dessa forma, o nome foi pensado para atender uma característica simples e objetiva baseada em outras tags populares como por exemplo #NP que significa Now Playing, traduzido do inglês “Tocando agora”, essa tag é usada para identificar músicas que o usuário gostaria de expor que está escutando naquele momento. Outra referência seria a tag #LuteComoUmaGarota que se popularizou como bordão utilizado nas camisetas da marca Peita⁶ para demonstrar a força e determinação da mulher, subvertendo o sentido coloquial de inferioridade que o predicado “como uma garota” remete.

Foram desenvolvidas 3 opções de naming para a campanha:

Opção 1: #ElasTatuam demonstra que também há espaço para mulheres no universo da tatuagem além de ser mais abrangente, com essa tag é viável tanto indicar quanto explorar a ideia por trás da campanha.

Opção 2: #TatueComEla é uma frase de ação o que torna implícito a indicação da profissional. Apesar de objetiva, a tag cria também uma indagação e instigar a busca por respostas, “tatuar com quem?” “ Quem é ela? ”, essas questões são respondidas através da profissional indicada.

Opção 3: #MinhaTatuadora entra como uma frase de apoio para a sentença “Minha tatuadora é...” ela passa uma ideia de proximidade e confiança para a indicação, trazendo mais credibilidade, também é possível complementar não apenas com um nome, mas também com adjetivos positivos descrevendo melhor o trabalho da profissional em questão.

Devido ao contexto de redes sociais, foi considerada a melhor opção o nome #TatueComEla. Esse nome carrega implícito a responsabilidade da indicação e a identificação da profissional tatuadora.

3.5.1. Marca

Segundo o Comitê de Melhor Prática de Branding “A Marca eficaz é o conjunto de signos e representações, organizadas em rede significativa, que identifica um produto / serviço / empresa ou entidade, diferenciando-o de seus concorrentes ou similares. Quando

⁶ "PEITA." <https://peita.me/>. Acessado em 8 jun. 2019.

eficaz, é capaz de determinar a preferência dos consumidores e/ou a admiração dos interlocutores da marca” (ABA, Guia de Identidade Visual e Naming, 2010).

A marca é a composição de símbolo e logotipo atribuindo significado para expressar os conceitos propostos. Ela pode ser definida através de um processo de estratégia de negócios e estratégia de marca para sintetizar seus valores. O nome, símbolo primordial que dá origem ao o processo de desenvolvimento da marca, deve ser coerente com os valores atribuídos. Considerando esses fatores é possível afirmar que a marca será eficaz em proporcionar uma experiência de comunicação com o público.

Pensando dessa forma, a ideia de criar uma identidade que dialogue com a cultura virtual foi definida como estética a ser explorada. Foi pensado em aplicar conceitos do Design Moderno⁷, em especial o abuso da tipografia em grids alternativos, usando como fonte de principal inspiração o projeto Modernismo Funkeiro, da designer Paula Cruz. Iniciado em Fevereiro de 2014 na rede social Tumblr⁸, o projeto Modernismo Funkeiro tem como objetivo usar letras de funks irreverentes e aplicar aos moldes do design modernista em posters e cartazes (figuras 30 e 31).

⁷ "História e Teoria do Design: Modernismo." 19 jun. 2009, <http://historiaeteoriodesign.blogspot.com/2009/06/modernismo.html>. Acessado em 8 jun. 2019.

⁸ "Significado de Tumblr (O que é, Conceito e Definição) - Significados." <https://www.significados.com.br/tumblr/>. Acessado em 8 jun. 2019.

Figura 30. Pôster Mc Marcinho - Glamurosa (2000), 2016.



Fonte: Modernismo Funkeiro (2016)

Figura 31. Pôster: Kondzilla - Bumbum Granada (2016), 2016.



Fonte: Modernismo Funkeiro (2016)

4. RESULTADOS

Tendo em vista a complexidade na construção de um signo que pudesse representar e unificar a diversidade de estilos de cada tatuadora, optou-se por priorizar a tipografia no desenvolvimento da comunicação visual da tag (figura 32).

Figura 32. Estudo de marca.



Assim sendo, a fonte tipográfica “Raleway Black”, uma fonte sem serifa destinada à títulos e outras utilizações de grande tamanho, foi escolhida por transmitir uma neutralidade visual, sem tender para uma estética carregada ou estereotipada (figura 33). Ao mesmo tempo, buscando garantir uma maior atratividade visual para a etiqueta, aplicou-se a versão bold da família tipográfica indicada acima, dando destaque para as letras em contraposição ao signo “#” presente na tag. Ao fundo, aplicou-se uma textura composta por diversas linhas finas e dispostas de maneira irregular como uma representação simbólica para a multiplicidade de estilos de tatuagem das profissionais.

Figura 33. Aplicação da marca em alto contraste.



Para a construção da paleta de cores o objetivo traçado foi o de não seguir para tons que reforçassem o estereótipo de gênero, como o rosa que é popularmente associado à feminilidade. Além disso, torna-se fundamental o distanciamento da comunicação visual de qualquer estereótipo dessa natureza pelo fato de o mesmo estar carregado por preconceitos de gênero, estigmatizando ao invés de expressar a diversidade de estilos e traços nos trabalhos das profissionais tatuadoras.

Optou-se, assim, pelo esquema complementar para a escolha das cores, utilizando dois tons diametralmente opostos no círculo cromático: o roxo e o amarelo (figura 34). A relação de contraste estabelecida entre essas duas cores no layout acaba por atrair o olhar do espectador e, conseqüentemente, aumenta o interesse do mesmo pela etiqueta (figura 35).

Figura 34. Paleta de cores selecionada.

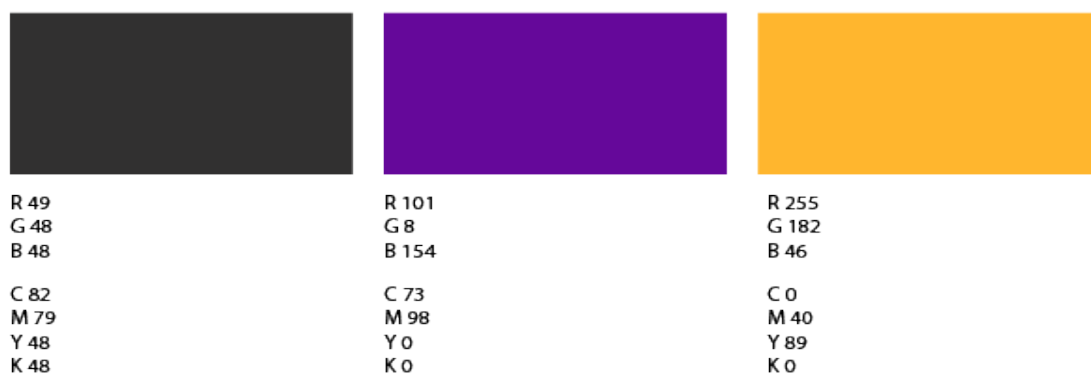


Figura 35. Aplicação da paleta de cores.



4.1 REDES SOCIAIS

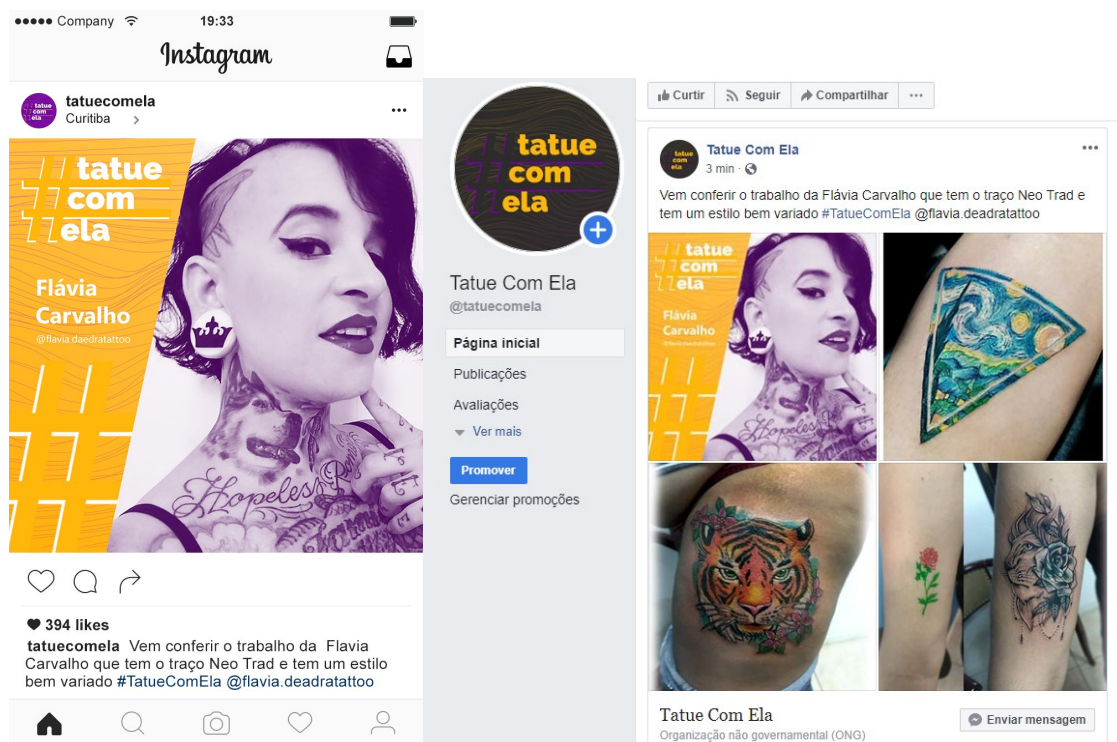
Foram desenvolvidas modelos de postagens para Facebook e Instagram baseados no objetivo dos posts em si. Dando prioridade para rede social Instagram, os posts foram divididos em divulgação de profissionais, instrução de uso da tag e da página/perfil, informação e problematização das motivações da campanha e post de divulgação da própria tag.

O post de divulgação de profissionais (figura 36) divulga o nome e trabalho da tatuadora com link para suas redes sociais.

Figura 36. Post de divulgação de profissionais.



Figura 37. Exemplos de posts no face book e Instagram.



O post de instrução (figura 38) de uso da tag tem como objetivo ensinar e engajar o público a indicar sua tatuadora, ou promover a ideia utilizando a marcação.

Figura 38. Post de instrução de uso da tag.



Informação e problematização das motivações da tag seriam postagens com maior seriedade e maior destaque para situações como assédio (figura 39), preconceito com o trabalho da mulher e a falta de visibilidade.

Figura 39. Peças para posts do Instagram.



Postagens de divulgação da própria página são de maior foco no Facebook incluindo interações para atrair o público como postagens 3D (Figura 40) e a capa em formato de vídeo animado, no Instagram essas interações são divulgadas nos stories.

Figura 40. Aplicação em post 3D do Facebook.



4.2 MATERIAL FÍSICO

Pensando em locais com grande concentração de pessoas da faixa etária que teve destaque na pesquisa de público, pôsteres foram desenvolvidos como material de apoio às redes sociais para serem expostos em bares e faculdades. Esses pôsteres foram divididos com dois objetivos, atrativo e informativo, no entanto, ambos com uma quantidade reduzida de texto para que o receptor consiga ler mesmo que esteja só de passagem pelo local.

Figura 41. Pôster atrativo.



Figura 42. Pôster informativo



Outros materiais de apoio foram desenvolvidos com exclusivo objetivo atrair o interesse do público mais jovem. Lambs (figura 43) e bottons (figura 44) seriam materiais de distribuição de brindes para ajudar a difundir a ideia da #TatieComEla.

Figura 43. Mockup da aplicação dos pôsteres.



Figura 44. Mockup Bottons.



5. CONCLUSÃO

O desenvolvimento da campanha “Tatue Com Ela” possibilitou a melhor compreensão da situação atual das tatuadoras de Curitiba. Sendo realizada uma análise sobre a história da mulher na sociedade, pode-se entender melhor os resultados obtidos nas entrevistas com as tatuadoras, principalmente quanto aos assédios físicos e morais sofridos.

Os diversos casos de tatuadoras explorados no texto, revelaram uma presença feminina forte nesse meio, apesar dos preconceitos presentes. Além disso, casos como o da Flávia Carvalho, revelam a preocupação não somente com o sucesso profissional próprio, mas também com a sociedade e com as outras mulheres.

As pesquisas realizadas foram de crucial importância para o direcionamento dos objetivos parciais do projeto. A primeira pesquisa, realizada entre as profissionais do meio, revelaram o foco necessário no meio digital, além de que, ao invés de uma identidade que comportasse todas as profissionais de Curitiba, seria mais efetivo a construção de uma campanha com o mesmo objetivo principal, que é a divulgação das próprias profissionais. A segunda pesquisa, realizada com o público das tatuadoras, revelou que não existe, na maioria dos casos, um preconceito com a capacidade técnica das tatuadoras, mas sim um desconhecimento das profissionais. Isso se torna perceptível pela forte inclinação do público a se tatuar com tatuadores indicados por conhecidos, o que incentivou a criar uma campanha de divulgação em redes sociais, que motive o público a compartilhar, de maneira orgânica, os nomes e obras das tatuadoras.

As peças obtidas como resultado do desenvolvimento da campanha foram satisfatórias, porém as mesmas não foram aplicadas em cenário real para terem seu impacto mensurado. Com o foco no digital, as peças foram pensadas para as principais redes citadas na pesquisa com o público (instagram e facebook), com posts diversificados para atrair atenção do público. Além disso, considerando os resultados da pesquisa, foram desenvolvidas peças físicas para utilização em locais de grande trânsito, com objetivo de ampliar ainda mais a divulgação da campanha.

Apesar do foco em Curitiba, a campanha pode ser implementada em qualquer parte do Brasil, devido ao teor majoritariamente digital de sua estrutura. No entanto, fica sugerido um futuro projeto, para que o mesmo venha a pesquisar as opiniões de profissionais e de público de todo Brasil.

APÊNDICE I - ENTREVISTA ANA DIAS E CAROL PROCEK

Ana Dias (@anaddiass)

Carol Procek (@carolprocektattoo)

Como você se tornou tatuadora e porquê?

A: Comecei com meu ex namorado que era tatuador, ele me ensinou, eu já desenhava antes, mas porque gostava, mas só tatuei mesmo depois de ser demitida, as coisas começaram a apertar então decidi tatuar. Faz 1 ano e meio que tatuo.

C: *Eu desde muito nova já vendia tatuagens de canetinha quando criança, depois de mais velha muita gente comentada que eu deveria tatuar, por causa disso comecei a fazer faculdade de Design Gráfico mas não terminei, não terminei muitas faculdades. Comecei a aprender com um cara que trabalha numa academia, ele não sabia muita coisa, só reproduzia sem estudar desenho. Ele me ensinou mas começou a dar em cima de mim junto com o filho dele.*

Isso me fez perder totalmente à vontade e fiquei 2, 3 anos sem tatuar, nesse meio tempo fiquei trabalhando em lugares como panificadora, sorveteria, mas eu tinha muita vontade de fazer algo que eu gostasse, muita gente ainda comentava que eu devia tatuar, foi quando a Nana (Nana Bardini @bardini_tattooist) me chamou para vir para o estúdio, e faz uns 2 anos que estou atuando.

Eu me afastei desse cara (que me ensinou a tatuar) porque ele era um tipo de pessoa que “pegava” todas as clientes ou tentava. Ainda mais que eram meninas de academia, com o corpão. E por causa deles eu poderia estar tatuando a muito mais tempo, com uma técnica muito melhor, mas na época eu perdi toda a vontade.

Eu já conhecia a Nana a um tempo e aí ela me chamou eu fiquei meio receosa, com medo, tinha um outro amigo nosso tatuador que também incentivou e acabou dando certo.

Qual sua maior dificuldade atuando como tatuadora?

C: As minhas tatuagens não são muito delicadas, tanto que a maior parte do meu público é homem, mas não sei eles relutam um pouco. Por eu ser uma mulher os caras pensam que vai ser algo meio assim... não sei, não tão bem feito. ter um certo preconceito de por ser mulher não deve “mandar bem”. Só agora que tem algumas mulheres se interessando mas até então.

Já aconteceu de eu tatuar um cara que ficava me encarando durante toda a tatuagem. Ele fez mais de uma comigo e sempre me encarando, me senti um pouco desconfortável por entender que ele estava com um interesse em mim mas não falou nada.

A: Pra mim na realidade é algo bom porque eu só faço traço mais delicado, então a maioria do meu público é mulher. As vezes aparece algum homem porque eu trabalho muito com o estilo neo tradicional que tem bastante homem que gosta, mas são bem poucos, eu até acho bom porque prefiro tatuar mulher por ter uma resistência maior a dor.

Já fui tatuar na casa de uma cliente, mas na verdade seria no primo dela, comecei a tatuar no antebraço e ele ficava tentando pegar no meu peito, não sabia nem o que fazer, eu me afastava e olhava na cara dele, mas depois de um tempo ele tentava de novo pôr a mão. Fui embora e nunca mais voltei pra terminar a tatuagem. Sempre pensei muito nisso, a gente imagina que se alguém tenta pegar no seu peito você vai reclamar mas na hora que aconteceu, fiquei sem reação, só conseguia pensar “ Meu Deus o que que eu faço?”

Como seus clientes te encontram?

A: Divulgava bastante pelo facebook, principalmente no grupo Clube da Alice e começaram a me indicar muito. Eu tenho um traço mais delicado então comentavam muito.

C: De primeira foi indicação de pessoas conhecidas, eu tinha uma página, mas agora o Instagram dominou muito. Os caras que tatuam indicam também, a maioria era alguém conhecido, amigo de amigos, mas agora está muito parado.

Porque você acha que seus clientes escolhem você?

No meu caso acho que é pelo meu estilo por ser mais comercial, tenho desenhos autorais e releituras de trabalhos que eu adaptei pro meu estilo.

No meu caso é já é por eu ser mulher, muito do meu público é mulher então elas se sentem mais à vontade. Fica mais confortáveis.

Você acha que é mais difícil ser tatuadora sendo mulher?

C: Eu acho que hoje em dia tá mais fácil, principalmente por ter mais mulheres conhecidas, tem também o Sampa Tattoo (um estúdio só de mulheres em São Paulo). Mas ainda tem gente das antigas que é difícil levar a sério uma menina que quer ser tatuadora. Ainda não é a mesma coisa que um cara mas hoje em dia tá mais fácil. Aqui em Curitiba falta muito um grupo pra se ajudar, um grupo coletivo que poderia ter um grupo no Facebook.

A: Também acho que agora tá bem mais fácil, ainda mais agora que ta popular o movimento feminista. As mulheres se ajudam e precisam se ajudar.

APÊNDICE II - ENTREVISTA JULIANA NICOLELI

Juliana Nicoleli @juliana_tattoofofa

Como você se tornou tatuadora e porquê?

Não sei porque eu me tornei tatuadora. Eu era artesã, trabalhei por muitos anos desde os 15 na feira do largo. Quando eu era pequena, tinha uma mulher que tatuava em uma barraca na rua, com uma bateria (na feira). (já vi tatuagem em kombi também), mas a minha 1 tatuagem foi quando eu era maior de idade (pressão do pai). Era mais no underground mesmo, mas isso não existe mais. Nos últimos 12 anos o mundo da tatuagem mudou muito, muitos de nós (vários tatuadores), que éramos só 6 estúdios, só no centro, só a gente tatuava.

Era muito rock, música alta, punk, e aquela coisa né, o traficante sentado com os amigos dele sendo tatuado. Aprendi tudo sozinha, Eu tenho amigo que tava preso e me pediu uma tatuagem "agora eu só tatuo asa, mulher, olha meu instagram", puta que pariu!, e ele é tatuador também, mas né, envolvido em droga por que antigamente todos os tatuadores eram envolvidos em droga. Eu andava no meio do povo da tattoo, e então, um tatuador que era viciado em crack, foi despejado de um dos estúdios mais antigos de Curitiba. Quando os donos entraram em contato comigo eu olhei e pensei "opa, essa eu não perco".

E você acha que teve alguma grande dificuldade?

No meu tempo era pior, não era toda essa facilidade de comprar equipamentos. Se a gente tinha uma tatuagem agendada pra amanhã a gente passava a noite soldando agulha. Tinha pouca mulher, muita mulher não queria ser taxada de vagabunda, e pra fazer as agulhas a mão queimava e ficava igual gente que usa crack, muita mulher não queria queimar a mão. Quando tinha muita tatuagem a gente não dava conta de fazer (além de que naquele tempo a gente era tudo bêbado e louco né). Aprendi a tatuar sozinha mas eu já era artesã.

Como seus clientes te encontram?

(Cliente que estava sendo tatuada no momento). Eu achei ela pelo instagram, fui pelo desenho. Então comecei a seguir mas tinha muito medo de fazer por causa da dor. Mas foi ali que eu achei, no instagram e pelo desenho dela.

Então, antes era no facebook. Eu nunca gostei de rede social, e a gente tinha que fazer flyer e cartão mesmo pra divulgar. Minha página do facebook tinha 70 mil seguidores. Há uns dois anos eu olhei e falei "vou deletar isso", e comecei a me focar no instagram mesmo. Mas não tem um jeito certo assim....tem muito de uma menina falar pra outra também. É que assim, eu já tenho uma história né...eu já tenho 43 anos...qualquer lugar de Curitiba você me encontra, desde sacolão até balada. Eu frequento tudo por que eu gosto de ver gente, tipo ir em shopping. Até os punk, os nóia, os traficantes, todo mundo me conhece. E as meninas falam umas pras outras (recomendação né), sim, e tem muita que tem vergonha de ir em estúdio...(conversa no estúdio). Por isso que veio essa vontade de só tatuar mulher sabe? Muito das meninas vinham e falavam "eu quero um desenho assim", mas os homens não sabiam agradar elas, então eu ia lá fazer o desenho, além de fazer toda a parte administrativa (até o lixo deles eu tirava). Então um dia eu falei "tchau pra vocês" e decidi tatuar só mulher. Por que elas querem tattoo fofa sabe? Então eu vou e faço o desenho fofo.

Porque você acha que seus clientes escolhem você?

Porque elas não tem vergonha de pedir um símbolo de infinito com o nome da mãe e do pai, ou só mãe e pai. Por que nos últimos 7 anos os tatuadores são todos formados, com experiência fora, com diploma, então eles só fazem trabalho autoral. E quando chega pra fazer um desenho mais simples tem tatuador que fala que não vai fazer. Eu sou de uma geração que quando aparecia algo assim a gente ia caçar o desenho. E revista de tatuagem era uma fortuna a assinatura. E daí você ia atrás, porque, a gente é de uma geração que é tatuador, tipo pintor de parede, um pintor de parede não pergunta, ele só vai lá e pinta. E normalmente, as clientes que eu atendo são meninas que querem algo mais delicadinho.

E também, o que irrita é quando vem alguém com uma tatuagem de outra pessoa, um print. Eu falo "então fala com quem fez o desenho, por que não vai ficar igual

Não é tão difícil achar, tem muita mulher fazendo sucesso na tatuagem do que homens, de uns 7 anos pra cá. A gente tá com muita visibilidade.

Já aconteceu alguma experiência diferente?

Teve um dia que estavam tatuando um traficante lá em cima e chega os PMs todos fardados embaixo. E assim, a gente deu um toque pro cara lá em cima "não deixa ele descer".

Primeira semana que me colocaram no clube da Alice, eu falei "quem me colocou nesse inferno?" "Me tira daqui".

E sábado eu faço um dia de tatuagem na hora, pessoal faz fila e eu vou fazendo uma atrás da outra. No último flash, a gente fez junto (eu e Marco) 75 tatuagens.

Nessa época que você tinha esse estúdio, você tatuava só mulher?

Não, tinha muito homem também...muito velho, bêbado...cara cheirador de coca também. Por falar nisso, hoje em dia eu não posso mais usar nada, meu coração já faz tututu e acha que vai morrer. Hoje em dia aqui é tudo fit.

Teve uma época que todo mundo tatuava cheirado, muito louco. A maioria da galera ta tudo caduca hoje. Eu to assim porque eu era dona do estúdio né...tinha mais responsabilidade. Você pode tatuar na rua sabe....mas você nunca vai na casa de ninguém tatuar. É perigoso, se não é uma pessoa conhecida...É perigoso.

Hoje em dia as meninas não passaram pelo que a gente passou...porque se fosse assim assediador a gente já botava pra correr. Já falei pra um cara "quer parar de se alisar em mim?"

Tem menina que posta foto sexy mostrando tudo. Eu acho que instagram de trabalho é de trabalho...o pessoal é pessoal. As meninas não sabem lidar com assédio.

REFERÊNCIAS

ABA. **Guia de Identidade Visual e Naming**. 2010. Disponível em: <https://1drv.ms/b/s!AvnM_sfF5sXWh2CshateHpJVMjmx>. Acesso em: 24 Abr. 2018.

ANGELI, D. **O corpo feminino em debate**. São Paulo: Ed. da UNESP 2003. 222 p. Disponível em: <<http://www.scielo.br/pdf/ref/v12n2/23973.pdf>>. Acesso em 17 Maio 2019.

BORIS, G. D. J. B., CESÍDIO, M. H. **Mulher, corpo e subjetividade**: uma análise desde o patriarcado à contemporaneidade. Fortaleza: Revista Mal-Estar e Subjetividade, Vol.7 p 451-478 2007. Disponível em: <<https://periodicos.unifor.br/rmes/article/view/1594/3576>>. Acesso em 17 Maio 2019.

CAIXETA, J. E. & BARBATO, S. **IDENTIDADE FEMININA - UM CONCEITO COMPLEXO**. Universidade de Brasília, Brasília: 2004 Disponível em: <<http://www.scielo.br/pdf/paideia/v14n28/10.pdf>>. Acesso em 17 Maio 2019.

COROADA, J. **Retomada do Espaço Que é Nosso**: uma abordagem de gênero. Trabalho de conclusão de curso, Universidade nacional de Brasília, Brasília 2014.

FRECENTESE, V. **Tattooing Identity**: An analysis of historical and contemporary tattooing practices among members of the military community. 2003. Disponível em: <<https://www.coloradocollege.edu/dotAsset/d65afbee-d1a8-4344-aa1a-9bd484caf732.pdf>> Acesso em: 16 Set. 2018.

FREITAS, A. **Guia da tatuagem**: conheça diferentes estilos de desenho. 2014. Disponível em: <<https://revistagalileu.globo.com/Sociedade/Comportamento/noticia/2014/09/guia-da-tatuagem-conheca-diferentes-estilos-de-desenho.html>>

GARCIA, C. C. **Breve histórico do Movimento feminista no Brasil**. 2015, Disponível em: <<http://flacso.org.ar/wp-content/uploads/2015/08/Capitulo-brasil-historia-do-feminismo.pdf>>. Acesso em: 20 Set. 2018.

LEITÃO, D. K. **Mudança de Significado da Tatuagem Contemporânea**. 2004.

LOPES, F. **As corajosas mulheres do século XIX**. 2015. Disponível em: <<https://www.tattoodo.com/a/2015/12/as-corajosas-mulheres-tatuadas-do-s%C3%A9culo-xix/>> . Acessado em: 25 Abr. 2018.

LOURO, G. L. **O Corpo Educado: Pedagogias da Sexualidade**. 2000.

MENDONÇA, R. **Tatuadora cobre cicatrizes para ajudar mulheres vítimas de violência a resgatar autoestima, BBC**. 2015. Disponível em: <http://www.bbc.com/portuguese/noticias/2015/07/150731_tatuadora_mulheres_violencia> . Acessado em: 25 Abr. 2018.

MIFFLIN, M. **Bodies of Subversion: A Secret History of Women and Tattoo** 3rd Edition. powerHouse Books: Janeiro de 2013.

MODELS, I. **Cindy Ray: a primeira musa tatuada**. 2015, Disponível em: <<https://www.inkedmodels.com.br/cindy-ray-a-primeira-musa-tatuada/#>> Acesso em: 20 Set. 2018

PEÓN, M. L. **Sistemas de Identidade Visual**. Rio de Janeiro: 2AB. 2003.

PÉREZ, A.L. **A identidade à flor da pele. Etnografia da prática da tatuagem na contemporaneidade**. 2005.

PHILLIPS, P. L. **Briefing: a gestão do projeto de design**. Blucher. 2008.

PORCELLA, A. **Tattoos: A Marked History.** 2009. Disponível em: <<https://digitalcommons.calpoly.edu/cgi/viewcontent.cgi?referer=&httpsredir=1&article=1006&context=socssp>> Acesso em: 16 Set. 2018.

ROCHA-COUTINHO, M.L. **Tecendo por trás dos panos. A mulher brasileira nas relações familiares.** Rio de Janeiro: Rocco 1994.