

# PERPETUART: IDENTIDADE CRIATIVA APLICADA À PELE

*PERPETUART: CREATIVE IDENTITY APPLIED TO SKIN*

**Mariana Petry Biondo**

Universidade Regional do Noroeste do Estado do Rio Grande do Sul, Ijuí, RS, Brasil

**Diane Meri Weiller Johann**

Universidade Regional do Noroeste do Estado do Rio Grande do Sul, Ijuí, RS, Brasil

**Tarcisio Dorn de Oliveira**

Universidade Regional do Noroeste do Estado do Rio Grande do Sul, Ijuí, RS, Brasil

---

ISSN: 2594-9950

DOI: <http://dx.doi.org/10.31512/missioneira.v27i1.1856>

---

**Resumo:** A tatuagem existe há milhares de anos e serve de construção do ser humano na sua individualidade e coletividade. Existem muitos estilos de traços e desenhos que variam de acordo com a cultura e o profissional. A partir disso, o presente projeto visa a criação de uma revista com uma coleção de tatuagens feita a partir de vários estilos já existentes, mostrando que é possível unir Design e arte para consolidar melhor um projeto criativo. A metodologia escolhida para estruturar este projeto é de Peón (2001), que cita esse processo como um conjunto de ordenações que servem de ferramenta para o desenvolvimento do objetivo final do designer. Assim, desenvolveu-se uma revista para expor ao público-alvo ilustrações feitas a partir de histórias de algumas pessoas, desenvolvendo tatuagens que vão além da estética, mas também visam marcar a pele com memórias afetivas em desenhos construídos com base em conceitos e técnicas de Design.

**Palavras-chave:** Ilustração, Tatuagem, projeto editorial.

**Abstract:** Tattoos have existed for thousands of years and serve as a construction of human beings in their individuality and collectiveness. There are many styles of strokes and drawings that vary according to culture and professional. Based on this, this project aims to create a magazine with a collection of tattoos made from various existing styles, showing that it is possible to combine Design and art to better consolidate a creative project. The methodology chosen to structure this project is from Peón (2001), who cites this process as a set of orders that serve as a tool for developing the designer's final objective. Thus, a magazine was developed to expose the target audience to illustrations made from some people's stories, developing tattoos that go beyond aesthetics, but also aim to mark the skin with affective memories in designs constructed based on concepts and techniques of Design.

**Keywords:** Illustration, Tattoo, editorial project.



A Revista Missioneira está licenciada com uma Licença Creative Commons Atribuição-NãoComercial-SemDerivações 4.0 Internacional.

## Introdução

A busca pela integração em grupos sociais é uma tendência inata do ser humano, seja por camadas de valores, estilo de vida, posição social ou outros diversos aspectos. Segundo Le Breton (2004), o corpo é a metamorfose do indivíduo, sendo modelado o tempo todo, a depender do momento da vida, na tentativa de uma construção pessoal e social. Ainda, o autor entende que a tatuagem tem um papel fundamental para isto, afinal, desde os primórdios da humanidade o ser humano grava em sua pele formas, linhas e desenhos.

Segundo Haslam (2006), o papel do designer na diagramação e ilustração de um livro é fundamental. É este profissional que adequa a história de forma visualmente coerente, com todos os aspectos importantes para um design coeso, colocando vida e expressões que saem das linhas e vão até o leitor, aumentando as emoções contidas no produto. Esse conceito pode ser aplicado para os mais variados tipos de editorial: livros, revistas, livretos, catálogos, entre muitos outros, pois objetiva-se entregar um conteúdo de qualidade a quem for ler. Para o desenvolvimento da revista é preciso entender quais as premissas de diagramação de um projeto editorial, que contam com: o *layout*, a tipografia, a leiturabilidade e legibilidade, o contraste, o *grid*, entre outros aspectos fundamentais para tornar o projeto completo e harmônico.

No contexto da revista, é necessário compreender o significado das ilustrações. Uma ilustração é uma forma de relatar um assunto enfatizando-o para o visual com imagens que podem ser exibidas em vários formatos [...]” (Monteiro, 2018, p.118). Além disso, também aborda a ilustração como a criação de uma imagem ou uma fotografia através de desenhos, rabiscos ou pinturas. Ou seja, é dar vida a textos (falados ou escritos), mostrando histórias, memórias, contos, etc., através de traços.

O presente trabalho visa o desenvolvimento de uma revista ilustrativa física e digital, que expõe uma coleção de tatuagens criada a partir do estudo da história da tatuagem, objetivando o desenvolvimento de uma identidade visual para a mesma. O projeto serve de conhecimento para o público-alvo de qualquer tatuador e para inspirá-los a escolher o seu próprio desenho, incentivando os profissionais a desenvolver desenhos únicos que contam histórias.

Para construir este projeto optou-se pela metodologia da Maria Luísa Peón (2001), que é focada em identidade visual, mas possui uma separação de três fases bastante simples e eficaz para qualquer projeto, que são: Fase A - Problematização, onde é diagnosticado o problema, os dados e as variáveis que determinarão o trabalho. Fase B - Concepção, que é a parte criativa do projeto, na qual a identidade começa a ser formada, aqui são feitas 5 subdivisões a fim de tornar o design mais aprimorado (geração de alternativas, definição do partido, solução preliminar, validações, solução). Fase C - Especificação, aqui todas as definições são finalizadas para a obtenção da revista com todo o conteúdo estruturado de forma harmônica. Como o presente projeto não baseia-se na criação de uma identidade visual para marcas, que é o tema do livro da autora, alguns tópicos serão abordados de formas um pouco diferentes, a fim de caminhar de acordo com o assunto desta pesquisa.

As tatuagens consistem em desenhos que frequentemente são criados com uma abordagem artística, e, por conseguinte, são altamente subjetivos. Stolarski (2013), entende que a arte interessa ao Designer no que diz respeito aos processos criativos, sendo, principalmente, fonte de referência. Afinal, sabe-se que um bom design se faz com as mais diversas referências

visuais, colaborando assim, para o projeto tornar-se único. Em contrapartida, o design oferece metodologias que servem como fundamento para a criação de qualquer projeto, visando aprimorar as etapas de desenvolvimento e alcançar um resultado final com menor incidência de erros. Assim, a integração entre arte e design pode conferir uma dinâmica ampliada aos desenhos das tatuagens, tornando-os mais criativos e bem estruturados. Desenvolvendo um sentimento para além da tatuagem: o afeto, traçando memórias, momentos e emoções em uma ilustração especial que representa algo importante para aquela pessoa.

## **Embasamento teórico**

“A palavra Design vem do inglês e quer dizer projetar, compor visualmente ou colocar em prática um plano intencional” (Azevedo, 1988, p.10). A partir disso, é importante levar em consideração que a Revolução Industrial trouxe o surgimento de escolas como a Escola de Bauhaus, que acelerou o entendimento do Design como profissão. Segundo Ribeiro e Lourenço (2012), muitos movimentos artísticos surgiram antes e depois da Bauhaus, mas foi ela que trouxe um novo conceito para o que antes eram as artes e ofícios. Buscou-se uma nova forma de aprimorar a percepção do designer, interpretando a realidade e unindo-a com a arte, transformando-a em um produto diferenciado.

Já no âmbito do Design Gráfico, Hsuan-An (2017), diz que no Brasil passou a ser conhecido a partir da década de 50, principalmente por meio das revistas que, na época, estavam a todo vapor com as impressões *offset*. De fato, os anos 50 foram essenciais para a propagação do Design como um todo, devido aos novos ares da Era Moderna que visavam modificar os vieses sociais existentes. Hsuan-An (2017), ainda ressalta que o designer precisa se antecipar, sempre estando à frente do público que deseja entregar seu trabalho, pois é uma área que demanda inovação recorrente. É importante seguir regras para entregar um projeto visualmente coerente, afinal é um produto que deve instigar e fazer uma ligação emocional entre profissional e consumidor. Dentro do campo do Design Gráfico, encontra-se uma área específica conhecida como Design Editorial,

### *Design Editorial*

Na criação de um design editorial, Hsuan-An (2017) enfatiza a importância de aderir a critérios rigorosos de legibilidade, leitura e apresentação visual. Afinal, é o profissional de design que adapta a narrativa de forma visualmente coesa, considerando todos os aspectos essenciais para um design integrado. Ao fazer isso, ele infunde vida e expressão que transcende as palavras, conectando-se diretamente com o leitor e intensificando as emoções contidas no produto final. “O design é uma mistura de decisões racionais e conscientes que podem ser analisadas e decisões subconscientes que não podem ser deliberadas tão prontamente, uma vez que derivam da experiência e da criatividade do designer.” (Haslam, 2006, p. 24). Ou seja, existe uma união entre a criatividade subjetiva do profissional e as regras do projeto que ele vai seguir, neste caso, critérios de diagramação e leitura.

Dentro do Projeto Editorial, estão as revistas, que são consideradas “alguns dos designs mais impressionantes do século XX” (Ambrose; Harris, 2009, p. 23). De fato, esse tipo de projeto inovou a publicidade entre os anos 50 e 2000, pois segundo os autores, elas são desenvolvidas

para todos os segmentos, desde a alta moda até indústrias siderúrgicas. Pode-se dizer que as revistas levam os mesmos critérios de ergonomia cognitiva da criação de um livro. Contudo, “os designers tendem a focalizar mais no conteúdo e não no formato físico.” (Ambrose; Harris, 2009, p. 23). Ou seja, há mais dinamismo quando se trata do uso de imagens para divulgação de um trabalho ou produto, pois permite implementação de formas diferenciadas para a inserção de imagens. Ainda segundo os autores (2009), entendem que uma revista consegue conversar melhor com o leitor, pois é composta por muitas imagens e ilustrações que cativam o consumidor.

No entanto, é preciso analisar que os tempos mudaram, a tecnologia avançou e a impressão está ficando cada vez mais escassa. Por isso, Ambrose e Harris (2014) falam da importância do designer estar atento às regras da web, afinal é possível e necessário o desenvolvimento deste tipo de projeto com divulgação online. O papel do designer é fundamental para que o editorial esteja de acordo com o conteúdo e com os critérios da área.

“O formato fornece um ponto de contato físico com o usuário, que afeta a maneira como ele recebe a comunicação online e impressa” (Ambrose; Harris, 2009, p. 5). É importante entender que “a seleção do formato é uma combinação de seleção do designer e de considerações práticas” (Ambrose; Harris, 2014, p. 9). Isso quer dizer que o formato deve ser pensado em prol do público-alvo e do conteúdo que será exposto, pois quanto melhor forem colocadas as informações, melhor será a comunicação entre designer e leitor. Para existir uma boa estruturação é preciso planejar muito bem as grades do projeto. “Cada um dos elementos da página - texto ou imagem - tem uma relação visual com todos os outros elementos: a grade fornece um mecanismo pelo qual essas relações podem ser formalizadas” (Haslam, 2006, p. 43).

Além disso, o *layout* precisa conversar com a grade escolhida, preservando a legibilidade de cada texto, porque são “os grids que asseguram a consistência visual de página a página” (Ambrose; Harris, 2014, p. 33). “*Layout* é o arranjo dos elementos do design em relação ao espaço que eles ocupam no esquema geral do projeto” (Ambrose; Harris, 2014, p.33). Entende-se então, que o *layout* é o próximo passo depois da escolha do formato e da construção dos grids, é nesta parte que o projeto começa a ter “vida”, onde as imagens, cores e tipografias começam a ser implementadas. Segundo Haslam (2006), o *layout* é composto pelos diversos elementos que o Designer deve posicionar da maneira mais harmoniosa possível. Afinal, a primeira impressão que um leitor tem de um livro ou uma revista, é tida através dos elementos visuais do produto.

Em se tratando de Design e Arte, a discussão de Ribeiro e Lourenço (2012), acerca da união entre Design e arte é polêmica e já permeia a sociedade por décadas. Até a criação da Bauhaus pouco se falava sobre design, houve um tempo em que ambos não poderiam ser pensados juntos. Para Cauduro (2000), a arte rompe com normas, na tentativa de reinventar novas regras, o que torna a sua prática cada vez mais autônoma e individualista. Ou seja, ela permite a criação de trabalhos únicos. Dito isso, o autor reconhece que o Design Gráfico tem suas raízes nas artes, uma vez que emprega criações visuais para comunicar informações ao público. Embora não seja exatamente correto afirmar que o Design Gráfico seja a arte dos tempos tecnológicos, é inegável que a arte exerce uma influência significativa sobre o design.

Se Design é um conjunto de “idealização, criação, desenvolvimento, configuração, concepção e elaboração de objetos que serão produzidos de forma seriada[...]” (Crivelaro; Pinheiro, 2014, p.13) e a arte permeia trabalhos realizados por meio da expressão do indivíduo criativo, é impossível dizer que essas disciplinas não possuem similaridades e, portanto, podem

se complementar. Ilustração é o processo de dar vida a textos, sejam eles falados ou escritos, expressando histórias, memórias, contos e outros temas por meio de traços e imagens. Para Quental (2009), a ilustração é uma maneira de elucidar textos, tendo como função principal a explanação de conceitos ou ideias. Ela tem o poder de reinventar uma história, podendo ser interpretada de diversas maneiras, dependendo da perspectiva do leitor. “Não existe uma sujeição absoluta [...], extrapola os limites da imaginação” (Quental, 2009, p. 16). Assim, cada pessoa pode extrair da ilustração um significado único, o que contribui para a sua beleza singular.

### *Tatuagem e ilustração*

Como qualquer projeto de Design, uma ilustração também vai começar por um *briefing*. Zeegen e Crush (2015) entendem essa primeira etapa como fundamental na criação de uma ilustração bem feita e assertiva. O briefing é o meio pelo qual as informações são coletadas junto ao cliente ou à pessoa interessada no projeto. Ele serve para determinar o que deve ser comunicado no desenho, qual é o seu propósito e para qual público-alvo ele será direcionado, como, por exemplo, no caso de uma tatuagem. A tatuagem tem sido usada como uma marca de identidade ao longo da história da humanidade, com uma variedade de significados atribuídos a ela. Desde guerreiros e nobres até escravos, marinheiros e prostitutas, todos têm deixado traços marcados na pele como parte de sua história e cultura.

[...] a relação entre tatuagem e criminalidade advém da associação com os grupos marginalizados que foram responsáveis por iniciar a disseminação da prática pelo país, entre eles os marinheiros. [...] Pesquisas nesse campo do saber, ainda hoje, tendem a associar a tatuagem à psicopatologia (Jeha, 2019, p. 90).

Portanto, entende-se o lugar de preconceito que, muitas vezes, a tatuagem atinge. “A tatuagem é uma maneira de prender, de ligar o corpo ao lugar de fala para comunicar ao mundo a sua recusa ou afirmar a sua existência” (Le Breton, 2004, p. 20). Por isso é importante falar sobre este tipo de arte, porque ela fala sobre como a pessoa “tatuada” é vista na sociedade, mesmo que estes preconceitos tenham mudado ao longo da história. É importante levar em consideração que as tatuagens passaram a ser disseminadas de forma mais aberta apenas na década de 70, com a disseminação das culturas urbanas: punk, rock e hippie. “Os norte-americanos denominaram esse fenômeno como ‘renascimento da tatuagem’” (Jeha, 2019, p.91).

A tatuagem representa uma maneira de se sentir parte de um grupo social, mas também de se individualizar, exibindo características essenciais do próprio indivíduo às outras pessoas. Segundo Le Breton (2004), o individualismo cresce a cada dia, não de uma forma egoísta do ser humano, mas sim, com um sentido sociológico que liberta o indivíduo de amarras morais para ir atrás de suas vontades, seus prazeres e seus gostos. Neste sentido, a tatuagem surge como forma de libertar o próprio limite do ser. “Longe de serem um efeito da moda, mudam o ambiente social, encarnam novas formas de sedução, erguem-se como fenômeno cultural” (Le Breton, 2004, p. 10). A tatuagem é uma maneira de conquistar autonomia sobre o próprio corpo e registrar na pele as experiências vividas neste mundo globalizado, onde as culturas se entrelaçam e o indivíduo tem a liberdade de escolher a qual cultura deseja pertencer.

Nesse cenário, o designer desempenha um papel fundamental, pois com seus conhecimentos em técnicas e metodologias, ele pode colaborar com um tatuador ou até mesmo atuar como tatuador. Segundo Sad (2012), é papel desse profissional entender como o desenho

vai se aplicar na pele do cliente, quais os requisitos que devem ser pensados para tornar o trabalho final perfeito, como: espessura do traço, a diferença entre as peles, detalhes importantes para as tatuagens coloridas, entre outras questões fundamentais para uma tatuagem ficar do jeito que o cliente quer, pelo maior tempo possível.

“Qualquer que seja seu gosto pessoal, está submetido à soberania do cliente para continuar a figurar em um bom lugar no mercado” (Le Breton, 2004, p.213). Dito isso, é importante ressaltar que mesmo o profissional tendo um estilo próprio de desenho, é preciso estar coerente também com a ideia do cliente. Por isso, é preciso estar sempre em busca de melhorias e aperfeiçoamentos, conhecendo os diversos estilos, a fim de buscar por um próprio. Afinal, “as modificações corporais são sem dúvida uma arte, mas também um comércio com um jogo de procura e oferta” (Le Breton, 2004, p.213) e é preciso estar ciente de que existem concorrentes e um público específico para este mercado. Por isso, diferenciar-se é cativante e essencial.

## Resultados e discussão

Para a criação da revista utilizou-se a metodologia da Maria Luísa Peón (2001). No livro “Sistema de Identidade Visual”, a autora mostra formas de administrar e criar um projeto coerente que gera resultados mais eficazes. O projeto é dividido em três etapas que vão subdividindo-se em outras, a depender do objetivo de cada fase do trabalho. São elas: Fase A - Problematização; Fase B - Concepção; Fase C - Especificação.

Na fase A - Problematização, foi pensada a ideia principal, sendo a obtenção de tatuagens feitas a partir de histórias e memórias particulares. Assim, foram entrevistadas 5 pessoas que possuem entre 20 e 30 anos e interesses em comum. Para isso, foi essencial obter informações individuais de cada um, como profissão, personalidade, estilo próprio e, principalmente, qual o intuito da pessoa em tatuar algo afetivo. Estas entrevistas foram realizadas em forma de briefing, por meio de um formulário enviado por e-mail, a fim de obter informações básicas sobre as pessoas.

Mesmo que pareçam perguntas banais, quando o entrevistado pensa a respeito dessas questões, também consegue fazer uma análise posterior do desenho, relacionando-o com seus gostos, vontades e desejos que, muitas vezes, passam despercebidos pelos mesmos. Todas as respostas obtidas através do questionário foram capazes de delimitar um desenho que estivesse de acordo com a personalidade e os gostos de cada entrevistado. Além disso, este breve briefing foi fundamental para entender quem são os clientes, o que eles têm em comum e quais são suas diferenças e, assim, traçar um possível público-alvo para projetos futuros.

Na fase B - Concepção, foi iniciado o projeto da revista. Entendendo o objetivo do projeto e considerando as pesquisas e entrevistas realizadas, foi possível montar um *brainstorming* com ideias visuais para o projeto. Através de um *moodboard* foi possível identificar um estilo para a revista, assim como, para as ilustrações das tatuagens.

Esse processo é de suma importância para gerar várias alternativas, ver qual caminho se adapta melhor ao público-alvo da revista e qual a forma mais assertiva de transmitir os objetivos deste projeto. Isso se aplica ao *naming*, a estruturação do editorial, a coleção de tatuagem e todos os detalhes que precisam ser pensados.

Para criar o *naming* da revista é importante ter claro as principais características do assunto abordado. O *naming* deve ser forte e chamar atenção, mas também não pode fugir do conceito proposto neste trabalho. Com isso, deu-se o nome “*Perpetuart*”: a palavra vem de “perpetuar” que, segundo o dicionário, significa “fazer durar para sempre”, levando no final “*art*”, do inglês “arte”. Ou seja, transmite a ideia de marcar para sempre algo de muito significado na pele de uma pessoa através da arte.

O logotipo da revista vai representar, em uma primeira percepção do leitor, tudo aquilo que a autora quer passar por meio do projeto. Portanto, por conter bastante informações visuais e elementos gráficos, entende-se que a marca da revista não precisa de um símbolo, utilizando apenas um logotipo estilizado que promove legibilidade e contraste.

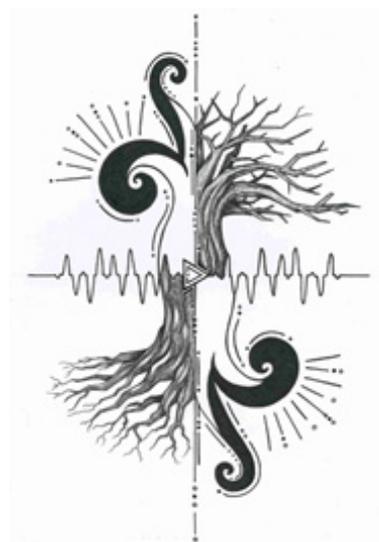
Para a construção dos desenhos das tatuagens, ou seja, o estilo de tatuagem seguido, a forma dos traços e o conceito geral da coleção, foi necessário levar em consideração o estilo de desenhos da autora do projeto em seus trabalhos pessoais, assim como, os tipos de tatuagens que mais chamam a atenção do público-alvo da revista. É preciso unir diversos estilos para englobar todos os gostos, como: o estilo *sketch*, o *blackwork*, a geometria e, se necessário o maori/tribal e o pontilhismo. Assim, torna-se mais fácil traduzir as histórias dos entrevistados em desenhos compostos por vários elementos. Nas figuras 1, 2 e 3 é possível observar algumas das ilustrações desenvolvidas.

Figura 1 - Ilustração cliente 1



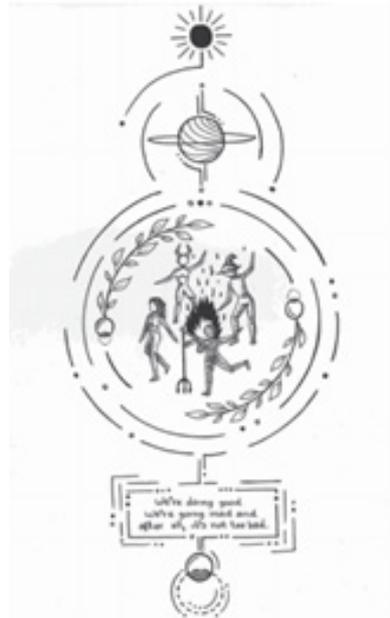
Fonte: Os autores (2022).

Figura 2 - Ilustração cliente 2



Fonte: Os autores (2022).

Figura 3 - Ilustração cliente 3



Fonte: Os autores (2022).

A construção de uma revista precisa de um *layout* coeso e, por isso, é de extrema importância pensar em como encaixar a ideia e o conceito do projeto no material impresso e digital. Ou seja, as cores, a tipografia, os grafismos e elementos num geral, devem estar de acordo com a proposta deste projeto. Nas figuras 4 e 5, podem ser vistos exemplos das páginas internas da revista.

Figura 4 - Páginas Internas



Fonte: Os autores (2022).

Figura 5 - Páginas Internas



Fonte: os autores (2022).

A paleta de cores é o que proporciona maior força visual ao projeto, levando em consideração a psicologia das cores e o impacto das mesmas. Afinal, segundo Heller (2015), as cores são capazes de envolver o leitor e provocar algumas emoções como, por exemplo, o vermelho, que é relacionado culturalmente à paixão, ao amor, mas também à raiva, à força e assim por diante. Para compreender melhor a escolha da paleta de cores proposta para a revista, é crucial entender o significado do projeto. Em outras palavras, é essencial buscar o verdadeiro propósito da revista, que é eternizar histórias e momentos significativos na vida das pessoas.

Sendo assim, entende-se que cores fortes e escuras são fundamentais para este projeto, como é o caso do preto e do chumbo. Primeiro, porque nenhuma tatuagem será colorida e, ainda, proporcionam bastante personalidade e contraste ao projeto. Outro tom importante para gerar contraposição de cores entre fundo e texto é o branco. Além disso, outras 3 cores foram adicionadas à paleta, que são: o vermelho, o amarelo e o azul água. A diferença de cores quentes e frias gera um impacto visual de bastante significado para o leitor. O vermelho e o amarelo trazem calor ao material e representam intensidade, amor e afeto, mas também constroem uma ideia de criatividade e inspiração. Por outro lado, o azul água, cor fria, traz calma, mas também simboliza o infinito. A ideia é gerar bastante contraste entre os tons, proporcionando diversas emoções ao leitor, principalmente para aqueles que fizeram parte deste projeto e vão ter suas histórias em ilustrações.

Como um projeto editorial, é crucial ter cautela na seleção das famílias tipográficas, pois além da legibilidade e leiturabilidade, é importante considerar também o dinamismo e a personalidade que elas transmitem. A família tipográfica utilizada na frase que segue o logotipo (ilustração na pele), precisa ter contraste com a marca, mas sem roubar o destaque do que é mais importante. Por isso, utilizou-se a família “*Renogare*”, que é simples, minimalista, sem adornos e diferenças de espessura ao longo de cada letra. A tipografia para os textos contidos na revista deve ser clara, objetiva e proporcionar leiturabilidade ao leitor. Além disso, também é interessante possuir uma família tipográfica bastante variada, para gerar contraste entre títulos, textos e palavras que ganham destaque. Com isso, foi escolhida a tipografia *Acumin Variable Concept* que vai da versão *light*, até a *Wide UltraBlack*. Outra tipografia utilizada é a *Most Wazted*,

que traz características de elementos típicos do grafite e da arte de rua. Essa fonte conversa com o projeto e promove uma dinâmica interessante para as páginas da revista e abrange os gostos do público-alvo deste projeto. A ideia em trazer esta fonte para a revista é colocá-la em alguns pontos específicos, como os títulos e em citações, chamando mais a atenção do leitor para tais detalhes.

Quando estes elementos unem-se com o restante dos itens pensados até esta fase do projeto, como a paleta de cores e a tipografia, a revista começa a criar forma, gerando um conceito visual que é capaz de envolver o leitor. Afinal, cada parte deste trabalho é pensada com base em vários fatores que vão além da beleza, mas que tentam atingir emocionalmente o público-alvo e prender a atenção do leitor para que ele queira ver a revista do início ao fim.

Tendo a revista digital finalizada, foi possível projetar a revista impressa, que é diagramada de uma forma um pouco diferente, levando em consideração que o projeto pode sofrer modificações devido à impressão.

Na fase C - Especificação, consistiu no trabalho de finalização do projeto, ou seja, detalhar especificamente tudo o que é necessário para que o resultado final esteja de acordo com o proposto. Essa etapa também é importante para o levantamento do custo final da revista, a partir de pesquisas em gráficas, levando em consideração o formato criado, as cores e o material de impressão. A revista impressa foi feita em folha offset A3, de gramatura 180g, colorida e com todas as páginas impressas frente e verso.

Estes detalhes de impressão são de suma importância para que o projeto tenha a qualidade final desejada, sem problemas de impressão, levando em consideração que foram utilizados bastante elementos, texturas e cores de diferentes tonalidades.

Figura 6 - revista impressa Fechada



Fonte: Os autores (2022)

Figura 7 - revista impressa aberta



Fonte: os autores (2022)

Tendo todas as informações necessárias sobre o processo de impressão, o valor e, posteriormente, fechando o arquivo revisado, foi possível obter o protótipo físico deste projeto (figuras 6 e 7).

Na confecção do protótipo, houveram alguns problemas de deslocamento de folhas, devido à dobra e ao grampeamento equivocados, foram percebidos após a finalização do protótipo, impactando no visual de algumas páginas da revista. As cores permaneceram fiéis ao arquivo digital do projeto, mostrando os degradês bem vivos e o contraste não foi prejudicado. Portanto, a legibilidade e a leitura da revista foram mantidas. Para um futuro projeto seria interessante realizar a impressão da capa e contracapa em um material um pouco mais grosso, gerando uma qualidade final ainda maior, sem que as demais páginas sejam prejudicadas quando houver a folhagem por parte do leitor.

## Conclusão

Visando o mercado de tatuagens, o projeto focou na criação de uma revista que traz informações históricas e de alguns estilos de tatuagens. Contudo, seu principal foco é a criação de uma coleção de ilustrações para tatuagens, feitas a partir da história, dos gostos e dos afetos dos entrevistados, construindo uma identidade visual diferenciada para os desenhos.

A proposta é imortalizar sentimentos na pele das pessoas, refletindo as particularidades de cada indivíduo. Portanto, cada pessoa escolhida para participar deste projeto pode receber uma tatuagem exclusiva, criada com base em suas experiências de vida.

Para que a revista fosse criada, fez-se necessário unir conceitos de arte e design, tornando o projeto ainda mais completo. Afinal, uma ilustração feita com traços subjetivos retirados da arte pode enriquecer um projeto editorial que tem como base a estruturação metodológica do

design. A revista pode ser disseminada de forma online, alcançando um público ainda mais amplo e levando conhecimento para aqueles que têm interesse no tema, além de inspirá-los.

É evidente que a estrutura da revista está alinhada com a identidade desenvolvida para a coleção, integrando cores, elementos e tipografias que se harmonizam com o tema proposto. Dessa forma, tais observações indicam que o projeto alcançou um resultado satisfatório em relação aos objetivos inicialmente estabelecidos.

Por fim, observa-se que seria interessante a participação de profissionais que atuam no mercado de tatuagem para enriquecer ainda mais este trabalho. Assim, seria possível ouvir opiniões de quem atua na área há mais tempo, podendo ser por meio de entrevistas ou, até mesmo, unificando o trabalho da autora com o de um tatuador para a criação da coleção de tatuagens.

## Referências

- AMBROSE, Gavin; HARRIS, Paul. **Layout**. Porto Alegre: Grupo A, 2014.
- AMBROSE, Gavin; HARRIS, Paul. **Formato**. Porto Alegre: Bookman, 2009.
- AZEVEDO, Wilton. **O que é Design?**. Tatuapé: Brasiliense, 1998.
- BAUHAUS. **Idea. Bauhaus-Archiv**. [200?] Disponível em: <https://encr.pw/rBA7n>. Acesso em: 04 mai de 2024.
- CAUDURO, Flávio Vinicius. Design Gráfico e a pós-modernidade. **Revista Famecos**. Porto Alegre, v. 7 n. 13, dezembro, 2000.
- CRIVELARO, Marcos. PINHEIRO, Antônio Carlos da Fonseca B. **História da Arte e do Design - Princípios, Estilos e Manifestações Culturais**. São José dos Campos: Editora Saraiva, 2014.
- HELLER, Eva. **A Psicologia das cores: Como as cores afetam a emoção e a razão**. São Paulo: Editora Olhares, 2015.
- HASLAM, Andrew. **O Livro e o Designer II: Como criar e produzir livros**. São Paulo: Editora Rosari, 2007.
- HSUAN-AN, Tai. **Design: Conceitos e Métodos**. São Paulo: Editora Blucher, 2017.
- JEHA, Silvana. **Uma história da tatuagem no Brasil: Do século XIX à década de 1970**. São Paulo: Veneta, 2019.
- LE BRETON, David. **Sinais de identidade: tatuagens, piercings e outras marcas corporais**. Lisboa: 2004.
- MONTEIRO, Mónica Sofia Gomes. **A Ilustração – as suas influências nas Publicações Periódicas (Portuguesas)**. (Relatório de Estágio do Mestrado em Design Editorial). Tomar: IPT, 2018.
- PEÓN, Maria Luisa. **Sistema de Identidade Visual**. Rio de Janeiro, 2001.

QUENTAL, Joana Mariana Ferreira Pacheco. **A ilustração enquanto processo e pensamento. Autoria e interpretação.** (Tese de Doutorado em Design). Aveiro: Universidade de Aveiro, 2009.

RIBEIRO, Sônia Marques Antunes; LOURENÇO, Carolina Amorim. Bauhaus: uma pedagogia para o design. **Estudos em Design.** v. 20, n. 1, 2012.

SAD, Breno Bitarello. **O design de interfaces epiteliais dinâmicas:** como as novas tecnologias afetam o projeto de tatuagens. (Dissertação de Mestrado no programa de pós-graduação em Design). Rio de Janeiro: UERJ, 2012.

STOLARSKI, André. **Design e arte:** campo minado, uma antologia de discurso comentados e uma proposta disciplinar. (Dissertação de Mestrado em Design). São Paulo: USP, 2013.

ZEEGEN, Lawrence; CRUSH. **Fundamentos de Ilustração.** São Paulo: Grupo A, 2015.