

TRAÇOS E LINHAS: AS LIGAÇÕES ENTRE TATUAGEM E DESIGN

**MARIA VITÓRIA CHIARELLI BOURSCHIED¹, BÁRBARA DOS SANTOS KURZ²,
ANA DA ROSA BANDEIRA³**

¹*Universidade Federal de Pelotas, vivicb98@gmail.com*

²*Universidade Federal de Pelotas, barbarakurz1998@gmail.com*

³*Universidade Federal de Pelotas, anaband@gmail.com*

1. INTRODUÇÃO

Desde muito tempo as tatuagens fazem parte das nossas civilizações, sendo uma modificação corporal milenar. O que acredita-se ter sido motivado inicialmente por conta da religiosidade dos povos pré-históricos em busca do contato com o sobrenatural, hoje está presente na sociedade, segundo Pedro Sánchez, doutor em design pela PUC-Rio, “como uma ferramenta de construção da identidade social, individual, e grupal” (MARQUES, 1997 *apud* GUSSO, 2016, p.113). A partir de sua popularização nos anos 1960, quando hippies e motoqueiros buscavam manifestar sua rebeldia (CARVALHO, 2010, p.40), o assunto ganhou destaque e se tornou objeto de estudo de grandes historiadores e artistas, porém, pouco se tem falado sobre as tatuagens como projeto de design.

Este artigo tem como objetivo promover a discussão acerca da relação entre a tatuagem e o design. Dessa maneira, os textos escolhidos como referencial para este projeto buscam, dentro de suas áreas de abordagem, apresentar as semelhanças e diferenças entre a arte e design, e a sua relação com a prática de tatuar. Em especial, a classificação de BEHLING (2018, p.15), tomada como base para as próximas argumentações, foi essencial para um melhor entendimento sobre os tipos de tatuagens presentes na atualidade.

A partir do meu conhecimento empírico sobre a concepção das tatuagens, classifiquei sua produção em três categorias, sendo estas:—tatuagens autorais que trata-se da criação de desenhos exclusivos com motivações pessoais, comumente elaboradas para Flash Tattoos⁴; tatuagens de coautoria, onde os desenhos são criados de acordo com a ideia inicial do cliente; e as tatuagens comerciais, sendo desenhos de autoria indefinida que viram tendência e são replicados inúmeras vezes.

A partir da divisão das tatuagens nestes três principais contextos (tatuagens autorais, de coautoria, e comerciais), este texto pretende discutir como o design se encaixa no mundo das tatuagens com o intuito de aproximar e ampliar os conhecimentos gerais do público em torno das duas áreas.

2. METODOLOGIA

Este artigo caracteriza-se como uma pesquisa de caráter exploratório, que como aponta GIL (2008) se faz necessária quando não existe, de fato, muito conhecimento desenvolvido em torno de um determinado assunto.

⁴ Flash tattoo refere-se às tatuagens realizadas em eventos específicos, também chamados de *Flash Day*. Os tatuadores presentes no evento criam artes especialmente para o mesmo. Os desenhos são geralmente pequenos e todos num mesmo estilo, e são disponibilizados ao público por um preço reduzido (ESTUDIO ROYAL TATTOO, 2017, p.1).

Para atingir o objetivo proposto, que não busca qualquer tipo de generalização do tema, parte-se de uma revisão bibliográfica (GIL, 2008), cuja articulação é exposta a seguir.

3. RESULTADOS E DISCUSSÃO

Dizer que tatuagem é sinônimo de arte é bastante frequente, mesmo que seja complexo afirmar isso, pois depende exclusivamente do conceito e da definição atribuída a arte (GUSSO, 2016, p.121). Perceber essa relação a partir da ideia de que os desenhos feitos na pele podem vir a se tornar peças artísticas também é comum, uma vez que diversas ilustrações típicas de tatuagens viram quadros e estampam objetos. Em muitos casos, até mesmo a ligação com o artesanato se torna aparente, principalmente pelo fator manual, a destreza, e a qualidade criativa do tatuador, que podem ser consideradas habilidades específicas de um artesão (SEBRAE, 2010, p.12).

Entretanto, a discussão sobre tatuagens no meio do design é bastante escassa, havendo poucos referenciais bibliográficos que abordam o assunto. Portanto, para compreender melhor as possíveis conexões entre essas duas áreas é necessário entender primeiramente o meio em que o design foi e ainda está inserido.

No livro *Objetos de Desejo*, FORTY (2007, p.13) explica quais são os principais objetivos do design em uma sociedade capitalista. Apesar do autor se referir especificamente à produção de objetos industrializados, se torna claro o seu interesse em justificar a imaginação artística dos designers como uma ferramenta para atingir um determinado público e, consequentemente, alimentar o mercado.

Nas sociedades capitalistas, o principal objetivo da produção de artefatos, um processo do qual o design faz parte, é dar lucro para o fabricante. Qualquer que seja o grau de imaginação artística esbanjado no design de objetos, ele não é feito para dar expressão à criatividade e à imaginação do designer, mas para tomar os produtos vendáveis e lucrativos. Chamar o design industrial de "arte" sugere que os designers desempenham o principal papel na produção, uma concepção errônea, que corta efetivamente a maioria das conexões entre design e os processos da sociedade.

Traçando um paralelo com as tatuagens, e especificamente a classificação de BEHLING (2018), entendemos que muitos dos projetos de tatuagem não funcionam como uma expressão puramente artística, uma vez que o objetivo do tatuador é sempre atingir determinado público, e, fundamentalmente, obter lucro com seu trabalho. Por este viés, a tatuagem está muito mais próxima do design, até mesmo como prestação de serviço, do que da arte, onde a comercialização geralmente não é um fator determinante na concepção das obras (BEHLING, 2018).

Aprofundando-se ainda mais nessa classificação, os dois primeiros tipos - tatuagem autoral e tatuagem de coautoria com o cliente - exibem diversos traços de projetos de design. O primeiro tipo é próximo tanto da arte quanto do design. Os "desenhos exclusivos com motivações pessoais" (BEHLING, 2018, p.15) mostram algo comum à arte, por serem expressões do próprio tatuador. Entretanto, como são peças comerciais, também são próximas do design, especialmente do design autoral, no qual o resultado do projeto gráfico empreendido, passa a se destacar como característico de determinado autor. Por conta disso, tatuadores com traços específicos são procurados justamente por seu estilo, e por vezes os clientes dão

total liberdade ao profissional para criar sua tatuagem.

No segundo tipo da classificação, de coautoria, há ainda mais elementos de projetos de design, por ser similar a trabalhos “tradicionalis” desta área. BEHLING (2018, p.23) explica esse tipo de tatuagem: “o cliente apresenta a ideia e/ou referências visuais e o tatuador interpreta essa ideia de acordo com seu estilo, sendo estas tatuagens um processo de coautoria.” Nesse caso, o que o cliente apresenta é o briefing, que é discutido com o tatuador em uma reunião inicial. Posteriormente, há a investigação feita pelo tatuador: análise das referências, coleta de informações específicas necessárias para realização da tatuagem (como tamanho e local a ser tatuado), para finalmente criar layouts e propostas. Então é feita a apresentação ao cliente, alterações, aprovação, etc., ou seja, etapas comuns ao processo de criação no design, e que precedem o ato de tatuar.

Já nas tatuagens comerciais, onde o tatuador replica imagens que de alguma forma viraram tendência, podemos identificar um caráter muito mais neutro no sentido de autoria. As noções de design, bastante aparentes nos tipos anteriores, aqui são escassas. No máximo, o tatuador precisa analisar ângulo e alinhamento da arte no corpo do cliente. Ademais, as tatuagens comerciais são praticamente apenas cópias de outros desenhos, não havendo de fato um projeto como nos outros exemplos mencionados previamente.

Por fim, uma outra abordagem que pode ser feita ao tentar conectar a tatuagem com a área do design é tentar entender o tatuador como um ilustrador e não como desenhista. Para BEHLING (2018, p.22) as definições de ilustração estão correlacionadas com a área do design por serem compreendidas como a imagem que ilustra um determinado conteúdo. E no mundo das *tattoos*, onde o corpo é o meio e a tatuagem é a mensagem (MARTINS, 2012 apud BEHLING, 2018), o conteúdo é trazido pelo próprio cliente que, especialmente nas tatuagens de coautoria, deseja contar uma narrativa, a sua visão da história e interpretação do mundo.

4. CONCLUSÕES

As tatuagens estão presentes na atualidade tanto como uma forma de expressão individual quanto de identificação com determinados grupos sociais e culturais. Por essas razões é muito comum associá-las ao campo da arte e, de forma secundária, do artesanato, ainda que suas relações com o design sejam pouco abordadas no meio acadêmico.

Nesse sentido, neste trabalho avaliamos como o design se encontra nessa prática milenar através de sua classificação em três principais contextos: as tatuagens autorais, as de coautoria, e as comerciais (BEHLING, 2018). Percebemos que os dois primeiros exibem muitos paralelos com o campo do design, principalmente na realização do projeto da tatuagem. Também constatamos que, diferente das expressões puramente artísticas, os tatuadores atuam sempre sobre a perspectiva de atingir e vender para um determinado público ou cliente, o que resulta em um afastamento dos objetivos fundamentais da arte e uma aproximação às características de comercialização presentes no design. Por último, promovemos uma aproximação do tatuador como ilustrador, sendo a tatuagem uma ilustração que contém uma mensagem trazida pelo cliente.

Desse modo, atingiu-se o objetivo proposto, uma vez que identificamos que o design está bastante presente na tatuagem, mesmo que isso não seja amplamente reconhecido. Por essa ligação ser pouco explorada, muitos estudos futuros podem

ser realizados, a partir dos mais diversos recortes e pontos de vista, como, por exemplo, a partir da antropologia ou do designer como autor.

5. REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

Livro

FORTY, Adrian. **Objetos de desejo**. 1ª edição. São Paulo: Cosac Naify, 2007.
GIL, Antonio Carlos. **Métodos e técnicas de pesquisa social**. 6ª edição. São Paulo: Editora Atlas S/A, 2008.

Artigo

GUSSO, Francisco Benvenuto. **A Tatuagem como linguagem artística na contemporaneidade**. Revista Vernáculo n. 37, 2016. Disponível em: <<https://bit.ly/32jCHpB>>. Acesso em: 11 nov. 2018.

Tese/Dissertação/Monografia

BEHLING, Ariane da Silva. **Uma perspectiva do design autoral: a criação de uma série de ilustrações para tatuagem**. 2018. Monografia (Bacharelado em Design) - Instituto Federal Sul-Rio-Grandense.
CARVALHO, Eric de. **Tattoo - Incorporações de produtos midiáticos por meio de tatuagens**. 2010. 187p. Dissertação (Mestrado em Comunicação) Faculdade Cásper Líbero, São Paulo / SP. Disponível em: <<https://goo.gl/WYBzmD>>. Acesso em: 19 nov. 2018.

Documentos eletrônicos

ESTÚDIO ROYAL TATTOO. **O que é um Flash Day?** Estúdio Royal Tattoo. 2017. Disponível em: <<https://bit.ly/2Pqogyq>>. Acesso em: 19 nov. 2018.
SEBRAE. **Atuação do sistema SEBRAE no Artesanato**. 2010. Termo de referência. Disponível em: <<https://bit.ly/34f5SM0>>. Acesso em: 11 nov. 2018.