

Universidade de Brasília

CAROÇO TATTOO

Uma experiência indelével

HARUMI LARA PERES DE QUEIROZ FUTINO

BRASÍLIA

2019

HARUMI LARA PERES DE QUEIROZ FUTINO

CAROÇO TATTOO

Uma experiência indelével

Relatório da disciplina de Diplomação em Projeto de Produto do curso de Bacharelado em Design, da Universidade de Brasília.

Orientador(a): Nayara Moreno de Siqueira.

BRASÍLIA

2019

LISTA DE FIGURAS

Figura 1 - Gráfico da distribuição em % de pessoas que tem pelo menos uma tatuagem. (Dalia Research, 2018).....	10
Figura 2 - Gráfico em % das pessoas que se arrependeram de pelo menos uma tatuagem (Dalia Research, 2018).....	10
Figura 3 - Corpo mumificado do homem de gelo com a indicação do posicionamento de algumas de suas tatuagens (Fonte: Discover Magazine).....	16
Figura 4 - Algumas das marcas permanentes encontradas em Otzi (Fonte: Discover Magazine).....	17
Figura 5 - Instrumento usado pela tribo Maori para fazer a tatuagem e feito com um “pente” de osso, amarrado a um cabo de madeira (fonte: Moorea Tattoo).....	19
Figura 6 - Modelos de máquinas de tatuagem atuais. (Fonte: Electric Ink).....	20
Figura 7- Uma das marcas de tinta aprovadas pela ANVISA e suas diversas tonalidades (Fonte: Electric Ink).....	21
Figura 8 - Tipos de agulhas utilizadas atualmente (Fonte: Belatatuada).....	21
Figura 9 - Sala de procedimento onde é realizada a tatuagem (Fonte: Furia Tattoo).....	21
Figura 10 - À esquerda, máquina para gravura criada por Thomas Edson. À direita máquina de tatuar de Samuel O’ Reilly (Fonte: Tattoodo).....	22
Figura 11 - À esquerda, máquina de Percy Waters e à direita máquina de Carol Nightingale (Fonte: Tattoodo).....	23
Figura 12 - Esquematização geral do projeto (Fonte: a autora).....	29
Figura 13 - Mapa mental (Fonte: a autora).....	31
Figura 14 - Fontes de aparência manuscrita (Fonte: a autora).....	41
Figura 15 - As quatro fontes escolhidas e desenvolvimento do caroço (Fonte: a autora).....	42

Figura 16 - Fontes escolhidas combinadas com o carvão (Fonte: a autora).....	43
Figura 17 - Logo final e versão simplificada com aplicação de cores (Fonte: a autora).....	44
Figura 18 - Layout do perfil comercial do Instagram (Fonte: a autora).....	47
Figura 19 - Layout do canal no Youtube (Fonte: a autora).....	49
Figura 20 - Vista 2D superior com dimensões e organização dos espaços (Fonte: a autora).....	51
Figura 21 - Vista 3D superior total e vista 3D banheiro (Fonte: a autora).....	52
Figura 22 - Vista 3D copa, estação de desenho e recepção/ área de criação (Fonte: a autora).....	53
Figura 23 - Vista 3D sala de procedimentos (Fonte: a autora).....	54
Figura 24 - Esquema simplificado da experiência.....	56

SUMÁRIO

RESUMO	6
INTRODUÇÃO	7
1. REFERENCIAL TEÓRICO E NORMATIVO.....	14
1.1. Modernidade Líquida	14
1.2. A tatuagem	16
1.3. Normas para o funcionamento	24
2. MÉTODO E APLICAÇÃO	29
2.1. Esquema geral do projeto	29
2.2. Mapa Mental	30
2.3. Formulários	32
2.3.1. Tatuador	32
2.3.2. Cliente	34
2.4. Naming	36
2.5. Planoplan.....	38
3. O SERVIÇO – CAROÇO TATTOO.....	39
3.1. Logo	40
3.2. Mídias sociais	45
3.2.1. Instagram.....	45
3.2.2. Youtube	48
3.3. O estúdio	50
3.4. Experiência	55
CONCLUSÃO	62
REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS	63

RESUMO

Devido a euforia vivida nos tempos atuais, onde tudo é incerto, inconstante e muda rápido, muitas pessoas ao fazerem uma tatuagem querem desenhos prontos de internet, ou fazem no impulso, sem pensar muito sobre a permanência daquela decisão e vez ou outra se arrependem. Vale lembrar os métodos de remoção que podem ser dolorosos ou deixar cicatrizes. Além disso, quando não se conhecem, a relação tatuador/cliente, costuma ser distante e meramente comercial, em alguns casos o tatuador só conhece a pessoa no dia da realização do procedimento. E não são raros os casos em que o cliente procurou o tatuador mais barato e acabou pagando mais caro depois.

Por conta dessa contradição entre a rapidez das mudanças, a inconstância, a superficialidade das relações e a permanência da tatuagem perante o tempo, bem como o significado e importância que tem para a pessoa, o serviço do Caroço Tattoo tem a intenção de proporcionar uma experiência positiva e marcante para ambos os sujeitos envolvidos (tatuador e cliente), por meio de um aprofundamento da relação entre eles a fim de que se conheçam mais intimamente e possam elaborar juntos uma tatuagem com mais significados e abstrações, aumentando assim o apreço por parte da pessoa que a carrega e a satisfação por parte do tatuador.

Palavras-chave : Tatuagem; Permanente; Modernidade Líquida; Experiencia; Serviço.

INTRODUÇÃO

Para a contextualização na qual esse projeto está inserido, serão expostos aqui uma introdução a respeito do tópico tatuagem, que é o tema norteador deste projeto, e uma apresentação inicial do termo “Modernidade Líquida”, criado pelo sociólogo polonês Zygmunt Bauman, que ajudará a compreender características da época atual. Posteriormente, será expresso como os aspectos da Modernidade Líquida trouxeram avanços para o universo da tatuagem, ao mesmo tempo que pontos negativos, servindo estes últimos, como base para a construção do objetivo geral do presente trabalho.

A palavra tatuagem é derivada do taitiano “tau” ou “tatau”, que significa originalmente “ferida, desenho batido”. Trata-se de uma onomatopéia do som produzido pela batida do instrumento que era utilizado para bater no tronco oco ao fazer a tatuagem. Antigamente esse instrumento era utilizado, para percussão no curso de cerimoniais verdadeiros e próprios da tatuagem na ilha do Taiti. O termo inglês tattoo foi introduzido na Europa pelo explorador inglês, James Cook, quando do seu retorno, em julho de 1769 das ilhas Polinésias. Com o tempo, foi traduzido para outras línguas: tattowierung, em alemão; tatuaggio, em italiano; tatouage, em francês; tattooing, no inglês moderno; e tatuagem, em português. A tatuagem entrou nos dicionários de Língua Portuguesa ainda no século XIX. O Novo Dicionário da Língua Portuguesa, de Cândido de Figueiredo, editado em Lisboa em 1899, refere:

Tatuagem: (substantivo) feminino. Conjunto dos meios, com que se introduzem debaixo da epiderme substâncias corantes, vegetais ou minerais, para se produzir desenhos duradouros e aparentes. [...] Tatuar: verbo transitivo. Fazer tatuagens em (de tatan, traduzido do taiti)

Segundo Anvisa Inciso I – prática de tatuagem: emprego de técnicas, que sejam conhecidas, com o objetivo de pigmentar a pele; Inciso II – procedimentos inerentes à prática de tatuagem: procedimentos invasivos que consistem na introdução intradérmica de substâncias corantes por meio de agulhas ou dispositivos que cumpram com igual finalidade. O tatuador é o profissional que têm conhecimentos técnicos e práticos à respeito da pigmentação da derme por meio de objetos

pontiagudos e é quem realiza o procedimento da tatuagem. O cliente é a pessoa que deseja fazer a tatuagem e procura o tatuador para a realização do procedimento.

As razões que levam uma pessoa a querer fazer uma tatuagem atualmente podem ser das mais variadas, seja por um caráter puramente estético, ou como forma de homenagem, autoafirmação, diferenciação, ou até para cobrir cicatrizes de cirurgias. Por esses motivos a tatuagem tem o poder de contribuir para a construção da identidade do sujeito, como forma de apropriação sobre o corpo e de pertencimento, por meio da expressão de seus desejos, suas ambições, seus sonhos, sua história ou simplesmente como forma de embelezamento. Porém ao mesmo tempo que a tatuagem pode ser uma aliada na construção da identidade, ela também pode causar transtornos, como infecções por falta de cuidados (seja por parte do cliente no período de cicatrização, ou por parte do tatuador no momento de realização do procedimento), alergia à algum componente da tinta utilizada, transmissão de doenças, ou ainda resultados desastrosos (muitas vezes por falta de experiência do tatuador), que não correspondem com a expectativa do cliente. Essas adversidades podem gerar um incômodo e até influenciar negativamente na autoestima e no comportamento do sujeito (como por exemplo, uma pessoa que não usa roupas que deixem a mostra uma tatuagem que ela se arrepende ou se envergonha).

Além dos transtornos que uma tatuagem mal feita ou mal cuidada podem causar, os métodos de remoção são, na maioria das vezes, caros e dolorosos, podendo correr o risco de não eliminarem completamente a tatuagem, o que reforça ainda mais a necessidade do planejamento e da convicção sobre o desenho, o local do corpo e o profissional que realizará a tatuagem.

Tomando de base os pensamentos de Bauman (1925-2017), estamos inseridos em uma “Modernidade Líquida”, termo utilizado pelo autor para descrever a fluidez vivida nos tempos atuais. A principal característica do líquido é a de não conseguir manter sua forma, tomando o formato do recipiente que o condiciona naquele momento, propenso a mudar a qualquer instante; diferentemente dos sólidos, que têm dimensões espaciais claras e diminuem a significação do tempo, já que permanecem firmes em sua forma. É essa propriedade de fluidez, inconstância e volatilidade dos

líquidos que Bauman aplica para descrever a modernidade atual, uma época de constantes incertezas e mudanças. A modernidade líquida para Bauman, é o que vivemos hoje, onde a rigidez das referências morais e padrões da época anterior, denominada pelo autor de “Modernidade sólida”, são dissolvidos e dão lugar a lógica do agora, do consumo, do gozo e da artificialidade.

As características da modernidade líquida entram em contradição com o caráter permanente da tatuagem uma vez que os futuros clientes, seja por ansiedade ou pressa acabam por não refletir seriamente sobre a permanência, o desenho, o local do corpo, ou o profissional que irá realizar o procedimento. A impaciência, a precipitação e a superficialidade da relação entre tatuador e cliente colaboram para o resultado de tatuagens não tão satisfatórias, que não representam o cliente e aquilo que ele quer marcar, ou ainda tatuagens que não correspondem com as expectativas.

Para além do aperfeiçoamento das máquinas elétricas de tatuagem, a modernização dos equipamentos, materiais e as normas de controle desse tipo de serviço, como as sanitárias por exemplo, assim como, a contribuição das mídias para a divulgação dos trabalhos de tatuagem e para facilitar a comunicação entre tatuador e cliente, ajudaram para que o estigma de marginalização que acompanha essa prática diminuísse ao longo dos últimos anos. Por esses motivos têm se tornado cada vez mais comum ver corpos tatuados à medida que o tabu vai sendo quebrado.

O crescimento no número de pessoas tatuadas fica evidente ao olhar para os resultados de uma pesquisa feita em 2018 pela startup Dalia Research, que contou com a participação de 9.054 internautas de 18 países, com o objetivo de observar a distribuição no número de pessoas tatuadas por país. Os resultados mostraram que 38% das pessoas que responderam, têm pelo menos uma tatuagem, destas, 1/4 têm apenas uma única tatuagem, enquanto 3/4 possuem duas ou mais tatuagens. O país que aparece com a maior porcentagem no número de tatuados é a Itália (48%),

seguido de Suécia (47%) e EUA (46%), o Brasil se encontra na 9ª posição (37%) como observado na figura 1.

Most Tattooed Countries

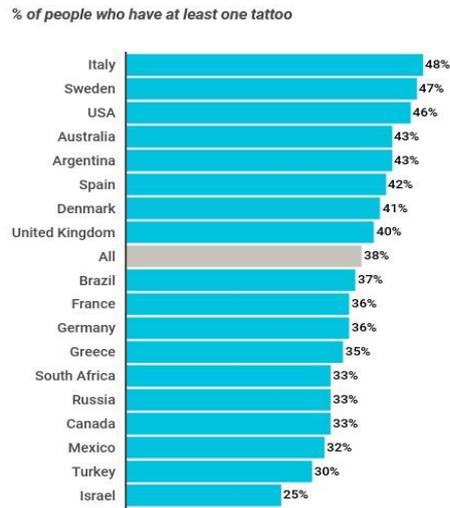


Figura 1 - Gráfico da distribuição em % de pessoas que tem pelo menos uma tatuagem. (Dalia Research, 2018)

Quando perguntado aos participantes tatuados se já haviam se arrependido de alguma tatuagem, 28% responderam que sim (figura 2).

Tattoo Regrets

"Do you ever regret getting any of your tattoos?"

(Among people with at least one tattoo)

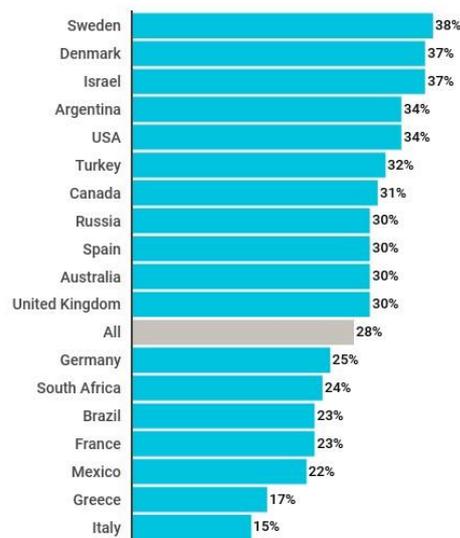


Figura 2 - Gráfico em % das pessoas que se arrependeram de pelo menos uma tatuagem (Dalia Research, 2018)

Tendo como foco o Brasil, uma pesquisa feita pelo Sebrae entre janeiro de 2016 e de 2017, apontou um crescimento que foi de 24, 1 % no número de estúdios de tatuagem regularizados. Ainda de acordo com o Sebrae, se forem considerados apenas Microempreendedores Individuais (MEI) o aumento é de 24, 3% a mais do que o valor registrado em 1º de janeiro de 2016, quando passou de 9.151 para 11.380 negócios de tattoo e body piercing no país.

Segundo Renan Pires, tatuador na capital paulista, em entrevista ao site economia.ig.com.br, embora o aumento de estúdios seja positivo para contribuir na quebra de estigmas, Pires lamenta o fato de que muitas pessoas têm entrado na área pelo dinheiro e não pela arte em si. Renan afirma ainda que “cerca de 60% da procura pelo estúdio é de coberturas de trabalhos mal feitos ou reformas, o que indica que esse aumento é só estatístico, sem qualidade ou segurança alguma”.

Outra pesquisa (2013), desta vez realizada pelo Instituto de Infectologia Emílio Ribas, que acompanhou a rotina de 71 estúdios das regiões da capital paulista, apontou que a maioria deles não adota práticas adequadas de higiene, apresentando falhas na limpeza, esterilização dos equipamentos e a falta de vacinação dos profissionais da área. De acordo com os dados da pesquisa, apenas 7% dos profissionais utilizavam técnicas corretas para lavagem das mãos antes e depois da realização do procedimento e apenas uma minoria de 35% era imunizada contra hepatite B. Outro problema apontado pelo estudo foi em relação à esterilização dos materiais. Dos 78% que disseram usar a autoclave (aparelho para a esterilização) 64% prepararam de forma incorreta o material antes de colocá-lo no equipamento.

Apesar dos aspectos positivos trazidos pela modernidade, a prática da tatuagem tem se tornado um grande mercado. A transformação dessa prática em comércio reduz e minimiza o foco na empatia, troca de conhecimentos e ligação entre os sujeitos envolvidos, e que estão imersos em subjetivações em busca de encontrar um equilíbrio, uma harmonia por meio de uma marca, que perdurará por anos na pele e no imaginário dos indivíduos. Desde estúdios e tatuadores que só visam o lucro, até os clientes, que por ansiedade ou pressa acabam por escolher desenhos prontos ou não consideram a permanência daquela marca e vez ou outra se arrependem. Vale

lembrar os métodos de remoção das tatuagens, que não costumam ser 100% eficazes, além de caros e dolorosos.

Tendo em vista a problemática apresentada, pretende-se com esse projeto, utilizar as ferramentas do design juntamente com sua visão holística e interdisciplinar para elaborar o serviço para um estúdio de tatuagem específico, que tenha como foco proporcionar uma experiência positiva e que seja lembrada pelos indivíduos envolvidos, assim como o desenho indelével marcado na pele. A experiência terá como base a aproximação, interação e troca entre os sujeitos envolvidos, contribuindo para que construam juntos a tatuagem, proporcionando assim maior apreço por parte da pessoa tatuada e responsabilidade por parte do tatuador.

Objetivo: tornar a experiência do processo de tatuagem marcante para os sujeitos envolvidos, por meio de uma aproximação, interação e troca de conhecimentos entre eles.

Tendo o objetivo do projeto, foi feito um destrinchamento deste para objetivos específicos (listados abaixo), a fim de guiar as próximas pesquisas e etapas do trabalho.

Objetivos específicos:

- Entender questões relativas ao espaço (burocráticas e sanitárias);
- Conhecer como se dá a relação entre cliente e tatuado antes, durante e depois do procedimento;
- Elaborar um serviço que aproxima e imerge cliente e tatuador na elaboração do projeto
- Contribuir para um resultado diferenciado de tatuagem com base no serviço proposto
- Proporcionar uma experiência memorável de troca e empatia entre cliente e tatuador

Para a organização do relatório, o mesmo está dividido no capítulo 1, em que é apresentado o referencial teórico e normativo para melhor compreensão do tema e dos aspectos que envolvem o projeto; capítulo 2, sobre o método utilizado e a aplicação dele no desenvolvimento do serviço; capítulo 3, para expor o serviço completo criado para o Carço Tattoo.

1. REFERENCIAL TEÓRICO E NORMATIVO

1.1. Modernidade Líquida

Para compreender a modernidade líquida com mais clareza e suas características é interessante entender a modernidade que a antecedeu e como se deu a transição de uma para a outra.

No final do séc. XIX as sociedades se fundiram em grandes centros urbanos e a Europa Ocidental entrou na fase da modernidade, caracterizada pela revolução industrial, responsável pelo aumento da quantidade e velocidade da produção de mercadorias que aceleraram e consolidaram o capitalismo, e a revolução francesa, que rompeu com a estrutura social e política do antigo regime e lançou as bases para a organização do estado e da política atual. Para Bauman o principal objetivo da modernidade é o de derreter os sólidos, ou seja, romper com os padrões das estruturas econômicas, políticas, sociais e das relações, ultrapassados para a época. A modernidade sólida é caracterizada então, por dissolver esses padrões e referências, mas acima de tudo, pela preocupação em criar novos sólidos para substituir os que foram dissolvidos, sendo estes novos baseados na razão e feitos para serem preferivelmente perfeitos e dessa forma, eternos. Em contraste com a Modernidade Líquida, sua antecessora era ordenada, racional e previsível, possuía um elevado nível de equilíbrio nas estruturas sociais, normativas, além das tradições e instituições estáveis. Entre os indivíduos havia uma espécie de senso comum de valores, que era moldado com base na etnia, na religião, na nacionalidade, na condição social, no estilo de vida, enfim, o que reinava era um pensamento coletivo. No âmbito do trabalho existia, na modernidade sólida, certa segurança, ou seja, o trabalhador tinha grandes chances de permanecer no mesmo emprego por um longo período, estabelecendo assim um vínculo com a empresa. As estruturas das relações familiares, de amizade e amorosas também seguiam um padrão rígido e sólido dificilmente alterável. Dessa maneira a modernidade sólida foi marcada por uma certa sensação de segurança e controle sobre o mundo.

Na segunda metade do séc. XX novos fenômenos sociais, como a globalização, a individualização, além de um grande avanço da tecnologia das comunicações, transformou profundamente a natureza da modernidade. As estruturas sociais, as relações pessoais, as instituições, até as noções de tempo e espaço foram alteradas para a lógica do momentâneo e da instantaneidade, em que o futuro se torna incerto. Na transformação da modernidade sólida para líquida o sociólogo aponta para a liquefação das formas como o trabalho, a família, o engajamento político, a amizade, o amor e a identidade, não sendo estabelecidos novos sólidos para serem fixos e eternos, mas sim, formas fluídas que mudam rapidamente e de maneira imprevisível de acordo com as demandas das forças sociais e individuais. Bauman traz ainda um ponto primordial para entender os aspectos da estrutura da modernidade líquida, que é a passagem de uma sociedade de produtores para uma sociedade de consumidores. O consumo se torna o centro da vida contemporânea indo muito além da satisfação das necessidades e acabando por moldar a identidade do sujeito, que passa a ser o que consome. O individualismo é acentuado na modernidade líquida à medida que as pessoas têm mais liberdade de escolhas, porém recai sobre elas maior responsabilidade sobre seus atos e sobre o seu sucesso pessoal.

Na era do digital, da velocidade e do instantâneo não são estabelecidos vínculos fortes e duradouros, as relações pessoais se transformam em conexões, estas frágeis e superficiais, que podem ser desfeitas com a mesma facilidade com que foram estabelecidas, assim como mercadorias que podem ser adquiridas e descartadas. Dessa volatilidade e ausência de certezas, surgem o medo e a ansiedade que influenciam no consumo constante das novidades, com o receio de que estas logo se tornem obsoletas.

São exatamente essas características de velocidade, superficialidade e consumo que transformam a prática da tatuagem, fazendo com que os clientes procurem tatuadores que tenham uma lista de espera menor ou que cobram mais barato. Além disso, estúdios e tatuadores que visam mais o lucro do que o resultado dos trabalhos tendem a não se preocupar em criar um desenho único e exclusivo, o que acaba gerando clientes insatisfeitos ou arrependidos.

1.2. A tatuagem

Apesar de muitas pessoas acharem que a tatuagem é uma prática recente, devido ao destaque e popularidade que têm recebido atualmente, indícios apontam para uma origem remota e muito antiga na história da Humanidade. Segundo Raspa e Cusack (1990) :

a prática da ornamentação da pele é um hábito tão antigo quanto a civilização, tendo sido encontrada em múmias do período entre 2000 e 4000 a.C. Não se sabe ao certo sua origem. Alguns autores acreditam que ela possa ter surgido em várias partes do globo, de forma independente; outros creem que ela tenha sido difundida pelo mundo com as grandes navegações dos países europeus. (Raspa e Cusack, 1990, p. 41)

O registro mais antigo é de uma múmia congelada descoberta em 1991 nos alpes, na fronteira entre Áustria e Itália, que teria vivido entre 3370 e 3100 antes de cristo. A múmia, chamada de Homem de gelo ou Otzi (figura 3), apresenta 61 tatuagens dispostas em locais do corpo que coincidem com pontos utilizados hoje na acupuntura. Por esse motivo acredita-se que as tatuagens encontradas no homem de gelo tenham sido resultado de um tratamento terapêutico para dores. Além de Otzi outras múmias com tatuagens foram encontradas na Groenlândia, Sibéria, Alasca, China, Egito, Sudão, Mongólia, Filipinas e nos Andes, demonstrando o caráter de origem independente dessa prática.

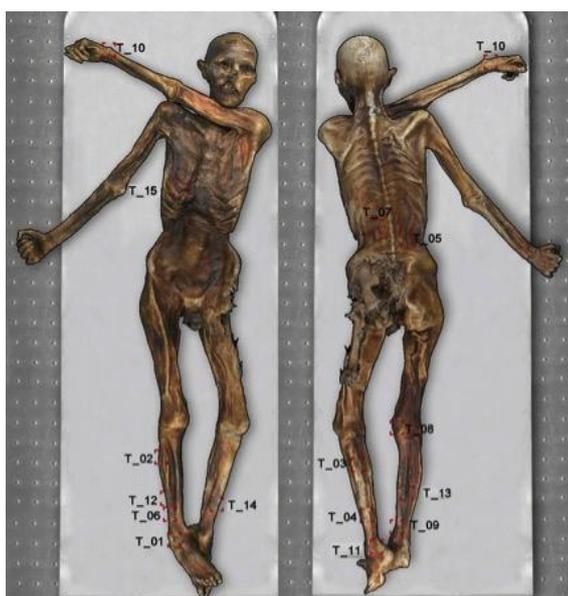


Figura 3 - Corpo mumificado do homem de gelo com a indicação do posicionamento de algumas de suas tatuagens (Fonte: Discover Magazine)

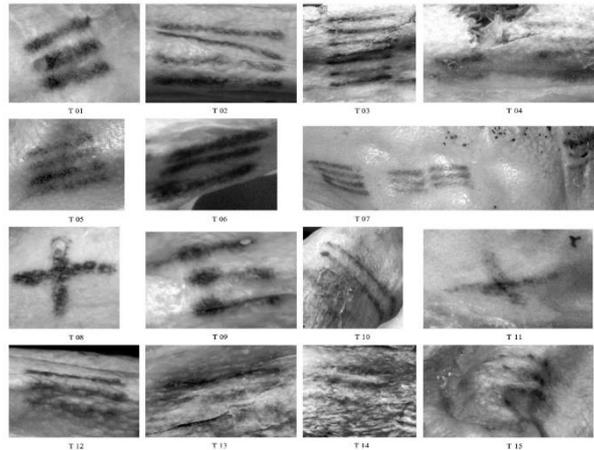


Figura 4 - Algumas das marcas permanentes encontradas em Otzi (Fonte: Discover Magazine)

Segundo afirma a artista plástica Célia Maria Antonacci Ramos, da Universidade do Estado de Santa Catarina (Udesc) e autora do livro *Teorias da Tatuagem* (2001): “Um dos objetivos seria permitir ao indivíduo registrar sua própria história, carregando-a na pele em seus constantes deslocamentos”.

A Hipótese é de que a prática de marcar o corpo de forma definitiva derive das cicatrizes corporais do homem primitivo, adquiridas muitas vezes durante a caça, guerras ou lutas e representadas como sinônimos de força e vitória. A partir dessa ideia o homem teria começado a fazer marcações em sua própria pele a fim de mostrar fatos da vida como nascimento, puberdade, reprodução e morte, posteriormente para marcar fatos sociais como casar, se tornar guerreiro, celebrar vitórias etc.

Apesar das teorias à respeito da data e o local de origem, não é possível responder a tais perguntas com total certeza. O fato é que diversas culturas, povos e civilizações utilizam ou já utilizaram a prática de tatuagem no decorrer da história, seja para identificação de grupos sociais, em rituais religiosos, como forma de punição, ritos de passagem, ornamentação ou até camuflagem. A pluralidade de motivos que levam a essa prática é grande, variando de acordo com a vivência de cada indivíduo, que é construída com base nas relações com o ambiente e as pessoas ao seu redor; bem como, com o significado atribuído à tatuagem em cada época e contexto sociocultural.

Entre os romanos, por exemplo, era usada para identificar escravos, criminosos e condenados, posteriormente passou a ser utilizada pelos soldados como forma de marcar o exército para evitar deserções e nas cruzadas do século 11, a cruz tatuada garantia um enterro cristão para os mortos em batalha. Na Idade Média a tatuagem foi banida em toda Europa por ser considerada uma profanação do corpo, visto na época como um templo do Espírito Santo, e perseguida pela inquisição católica.

Entre o povo chinês foi utilizada para marcar criminosos para o exílio, sendo depois apropriada por esse grupo que começou a criar seus próprios simbolismos. Ainda na China alguns povos minoritários, como o grupo étnico que vivia às margens de Dulong, tatuava o rosto das mulheres da aldeia com a crença de que isso as preveniria de serem estupradas por invasores.

No Japão, mais especificamente no período Kofun, o significado social da tatuagem era similar ao início dessa arte em solo chinês, sendo ligado à criminalidade, como uma punição por crimes e uma marcação para o exílio. Porém, logo depois da era Tokugawa, período de grande repressão no país, a tatuagem passou a ser um símbolo de resistência. Posteriormente, o uso de tatuagens foi ligado à máfia Yakusa, gerando preconceitos que perduram até a época atual.

Para os povos Maori, originários da Nova Zelândia, cada tatuagem é única e feita a partir da junção de vários elementos que simbolizam os feitos e a trajetória do tatuado. Os desenhos começam a ser feitos na adolescência e crescem conforme as realizações da pessoa.

Já entre os nativos brasileiros, a tatuagem já foi mencionada em alguns livros, um dos primeiros data de 1512 e escrito por Henri Estienne, um explorador que levou nativos brasileiros para a Europa e os exibiu na corte francesa. Ele relata que a face dos nativos era decorada com cicatrizes e tatuagens azuis, alguns com linhas das orelhas às tíbias. Outro autor, o religioso calvinista Jean de Lery, escreveu um livro chamado “História de uma Viagem feita à terra do Brasil” (1578). Ele esteve no Rio de Janeiro, de 1577 a 1578. No capítulo XV de seu livro, refere o desenho cicatricial feito pós-festim antropofágico:

Os executores desses sacrifícios humanos reputam o seu ato grandemente honroso; depois de praticada a façanha, retiram-se em suas choças e fazem no peito, nos braços, nas coxas e na barriga das pernas sangrentas incisões. E, para que perdurem toda a vida, esfregam-nas com um pó negro que as torna indeléveis. O número de incisões indica o número de vítimas sacrificadas e lhes aumenta a consideração dos companheiros.

O jesuíta Fernão Cardim também relatou, em sua obra “Tratados da terra e gente do Brasil” (1925), outras incisões dos índios brasileiros. Entre os nossos índios, sabese que os tupinambás do século XVI tatuavam-se por iniciação, hierarquia, magia, luto e sacrifício. Nas tribos dos gês, tupis, cainguás, guaraios e cabilas, a tatuagem era parte de um rito de iniciação feminina. Entre as tribos dos auetés e camarrituras, esse tipo de técnica era considerada um instrumento mágico medicinal. Entre os caribas e guanás, era como um elemento de distinção.

Assim como a motivação, a técnica utilizada no processo da tatuagem é igualmente diversificada e muda de acordo com a cultura e os materiais disponíveis. A exemplo pode-se citar o povo Maori, onde a prática é feita de forma agressiva com cortes profundos na pele utilizando pedras, ossos de albatroz, facas e dentes de tubarão. Para que o tatuado aguente a dor toda a tribo canta e a tatuagem é feita em rituais, enquanto o processo de cicatrização é demorado e exige repouso além da aplicação de ervas medicinais.



Figura 5 - Instrumento usado pela tribo Maori para fazer a tatuagem e feito com um “pente” de osso, amarrado a um cabo de madeira (fonte: Moorea Tattoo)

No Japão a técnica é a Tebori (“entalhar”), feita com agulhas bem finas de bambu e a inscrição na pele em longas sessões. As tintas vêm de fontes naturais, inspiradas nos pigmentos polinésios.

Entre os índios brasileiros eram utilizados muitos instrumentos diferentes para escarificação e tatuagem: diamantes, espinhos de palmeiras, dentes de peixes e de mamíferos. A tribo Munduruku, por exemplo, utilizava espinhos de palmeira para perfurar a pele e esfregavam o suco da fruta do jenipapo sobre as perfurações para dar a pigmentação escura.

Porém, foi-se o tempo em que as tatuagens eram feitas a partir de fuligem, frutas, terra e folhas, introduzidos por meio de espinhos, ossos ou dentes de animais. Apesar de certas culturas ainda se utilizarem desses materiais, a técnica de tatuagem que mais cresce e ganha adeptos a cada dia é a moderna, que utiliza máquinas elétricas (figura 6) dos mais diferentes formatos para a aplicação de pigmentos (figura 7), geralmente de origem mineral, testados e aprovados, introduzidos por meio de agulhas específicas e descartáveis (figura 8) e feita em estúdios com aparência clínica (figura 9)



Figura 6 - Modelos de máquinas de tatuagem atuais. (Fonte: Electric Ink)



Figura 7 – Uma das marcas de tinta aprovadas pela ANVISA e suas diversas tonalidades (Fonte: Electric Ink)



Figura 8 - Tipos de agulhas utilizadas atualmente (Fonte: Belatatuada)

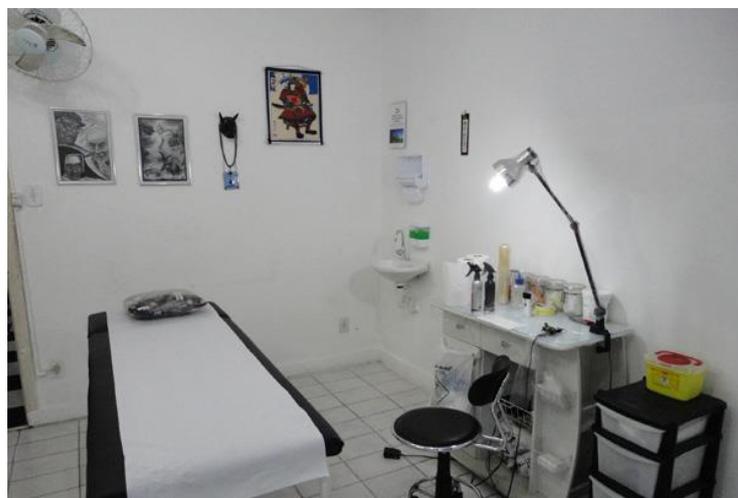


Figura 9 - Sala de procedimento onde é realizada a tatuagem (Fonte: Furia Tattoo)

A primeira máquina de tatuar (figura 10) foi patenteada pelo irlandês Samuel O'Reilly no ano de 1891, em Nova York e era basicamente uma adaptação de uma máquina para gravura, criada por Thomas Edson em 1876 (figura 10). A máquina de tatuagem moderna foi criada por Percy Waters em 1929 (figura 11) e em 1979 Carol Nightingale reinventa a máquina de Waters, porém mais potente, robusta e constituída de mais peças (figura 11). Estas máquinas utilizam duas bobinas enroladas, presas a um chassi, que recebem a eletricidade controlada por uma fonte e são acionadas por um pedal. O processo de liga e desliga, gerado pelas bobinas, faz com que as agulhas subam e desçam perfurando a pele em média de 2000 a 3000 vezes por minuto, deixando a tatuagem com linhas uniformes e indeléveis.

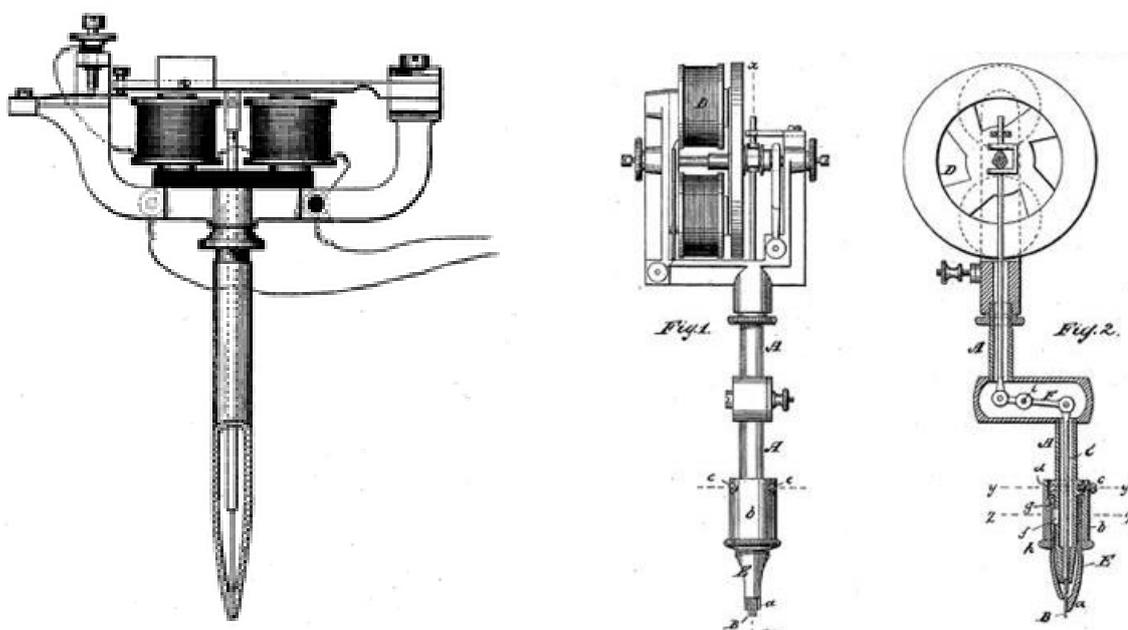


Figura 10 - À esquerda, máquina para gravura criada por Thomas Edson. À direita máquina de tatuar de Samuel O' Reilly (Fonte: Tattoodo)

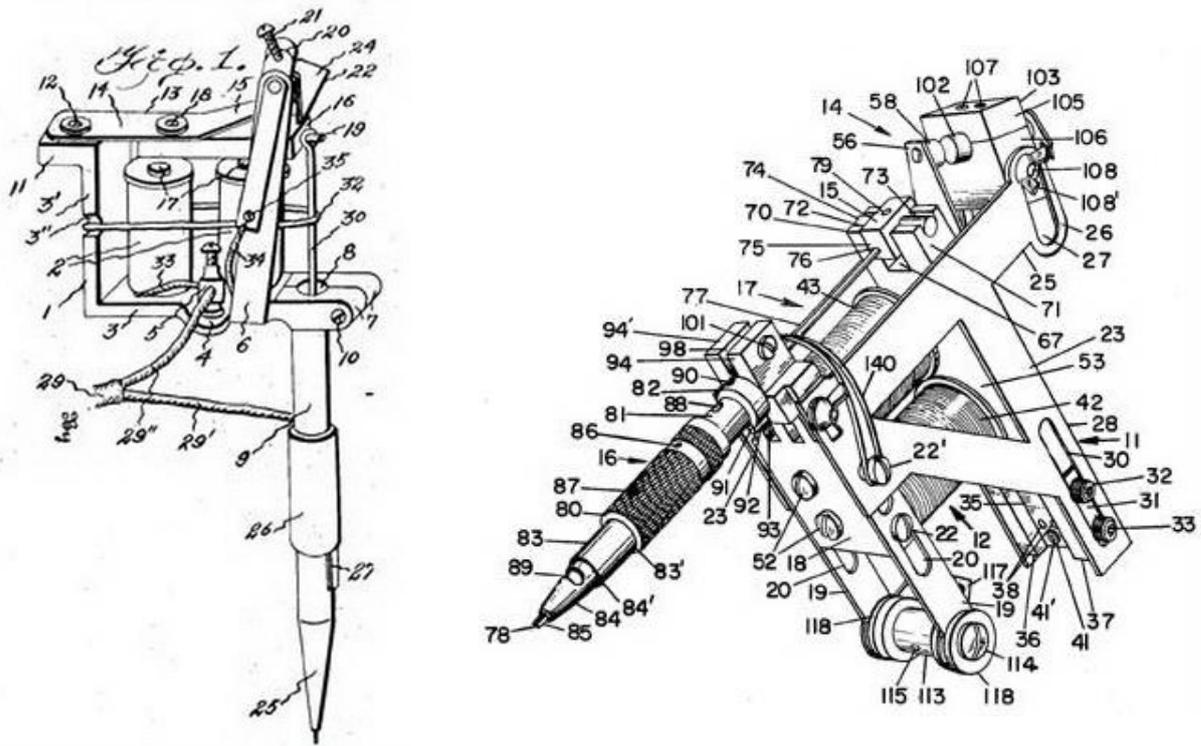


Figura 11 - À esquerda, máquina de Percy Waters e à direita máquina de Carol Nightingale (Fonte: Tattodo)

Desde que existe a tatuagem, há, também, a preocupação com sua retirada. Os brasileiros, por exemplo, já no início do século XX, utilizavam vários processos cáusticos para remover as tatuagens, como aplicação de óleo fenicado, ácido sulfúrico, nitrato de prata e oxalato de potássio. Historicamente, as tatuagens têm sido removidas por uma variedade de modalidades de tratamentos térmicos, cirúrgicos, mecânicos e químicos. Infelizmente, isso é feito com pouco sucesso, com alterações residuais pigmentares e cicatriciais. Em 1936, foi realizada uma enxertia de pele sobre a tatuagem, com bons resultados. Depois passaram a lixar a pele, até atingir a derme. Nas duas opções, restava uma desagradável e indelével cicatriz. Estudos referem que cerca de 10% dos milhões de tatuados decide remover seus desenhos (Brazilian Journal of Forensic Sciences, Medical Law and Bioethics, 2013).

“Hoje em dia, mesmo com o uso do laser Q-switched (Q-switched é um tipo de laser utilizado na Medicina, para remoção de tatuagens), a melhor opção até o momento, o resultado não é satisfatório em 100% dos casos. Cada cor da tatuagem é melhor removida com um determinado tipo de laser, sendo que as tatuagens amadoras são mais facilmente tratadas do que as profissionais e multicoloridas. A remoção completa, contudo, é obtida

somente em 50% dos casos e a hipopigmentação transitória é frequente. Em resumo: ainda não há um método que elimine totalmente uma tatuagem.”
https://www.researchgate.net/publication/277916773_Tatuagem_Aspectos_Historicos_e_Hipoteses_Sobre_a_Origem_do_Estigma#pf15

Além dos métodos de remoção, outra opção para os que se arrependeram de alguma tatuagem ou não querem mais ter aquele desenho visível, é a cobertura, em que é feita outra tatuagem por cima da que se deseja esconder, porém essa opção depende do desenho que se pretende cobrir, das cores que o constituem e do desenho que irá ser feito por cima.

Por esses motivos se torna ainda mais importante planejar o desenho, o local e escolher com cuidado o profissional que fará a tatuagem para não se arrepender depois e ter que recorrer aos métodos de remoção ou cobertura.

1.3. Normas para o funcionamento

Tendo redigido os objetivos, foram feitas pesquisas específicas sobre as normas de funcionamento do estúdio, que serviram para delinear os requisitos do espaço a ser projetado.

Para que o estúdio de tatuagem funcione de forma regularizada e de acordo com as normas exigidas, antes da abertura do espaço é necessário a obtenção de certos documentos e alvarás de funcionamento. A falta de tais documentos e licenças pode acarretar multas, fechar o estúdio e ainda gerar processos cíveis.

Os documentos e alvarás exigidos para a abertura do estúdio são: CNPJ e cadastro na Previdência Social, alvará de funcionamento (solicitado junto a prefeitura ou município em que o estúdio está localizado) e Alvará do Corpo de Bombeiros (Alvará de Prevenção e Proteção Contra Incêndio - APPCI). Além desses é necessário a solicitação do alvará sanitário, expedido pela ANVISA após a visita dos técnicos ao local. Feito a solicitação do alvará sanitário e tendo todos os documentos citados anteriormente, o estúdio já pode começar as atividades. Após a solicitação ocorre a visita dos técnicos (sem previsão de data), que irão inspecionar o estúdio para ver se

o mesmo segue as normas estabelecidas no Manual de Referência Técnica para o Funcionamento dos Serviços de Tatuagem e Piercing (2009), disponível no site da ANVISA. Depois da visita, os técnicos pedem as adequações de limpeza e segurança necessárias.

Tendo em vista que o procedimento da tatuagem se baseia em uma ferida feita na pele, e por isso gera resíduos com potencial de contaminação e transmissão de doenças, seguir as normas da ANVISA é uma questão de responsabilidade, pois as exigências são estabelecidas para garantir a limpeza e segurança do espaço e assim das pessoas que frequentam o local.

Abaixo serão expostas as principais normas exigidas (presentes no Manual de Referência Técnica para Funcionamento dos Serviços de Tatuagem e Piercing) que servirão posteriormente como requisitos no momento de projetar o estúdio Caroço.

Estrutura física

- Os estabelecimentos deverão ser instalados em locais próprios, não sendo permitida a sua localização em residências, ao ar livre, em locais insalubres ou em locais públicos;
- Recepção / Espera com dimensionamento compatível com a demanda;
- Sala de procedimento para o atendimento individual com dimensão mínima de 6 m² (seis metros quadrados) e largura mínima de 2,5 m (dois vírgula cinco metros) lineares;
- Deve ser dotada de lavatório exclusivo para higienização das mãos com água corrente, sabonete líquido, papel toalha descartável e lixeira com tampa a pedal;
- Área/sala de processamento de artigos dotada de: a) pia com bancada e água corrente para limpeza de materiais; b) bancada para o preparo, desinfecção ou esterilização de materiais e disposição de equipamentos; c) Área específica para guarda de materiais esterilizados dotada de armário exclusivo fechado, limpo e livre de umidade. d) Área específica para materiais limpos e

equipamentos não esterilizados, dotada de local fechado, limpo e livre de umidade;

- Ambientes de Apoio: a) Instalações sanitárias, em bom estado de conservação e higiene, dotada de lavatório exclusivo para higienização das mãos com água corrente, sabonete líquido, papel toalha descartável e lixeira com tampa a pedal. b) Depósito de Material de Limpeza (DML).

Condições Gerais

- Edificação sólida, sem rachaduras, infiltrações, vazamentos ou outras alterações que comprometam sua estrutura física;
- Boas condições de iluminação e ventilação, natural ou artificial;
- Pisos, paredes e tetos revestidos com material liso, lavável, impermeável e em bom estado de conservação e limpeza;
- Mobiliário e bancadas em bom estado de conservação, revestidos com materiais impermeáveis, de fácil limpeza, desinfecção, resistentes a produtos químicos;
- Os resíduos gerados devem atender a legislação sanitária sobre resíduos de serviços de saúde em vigor.

Materiais e equipamentos

- Os produtos utilizados no procedimento de pigmentação artificial permanente da pele devem possuir registro na ANVISA ou do órgão competente;
- As tintas devem ser fracionadas para cada cliente e as sobras desprezadas no lixo infectante;
- A parte do equipamento que entrar em contato com a derme não deverá ter contato com a tinta na embalagem original;
- As luvas, agulhas, lâminas ou dispositivos destinados a raspar pelos empregados devem ser de uso único;
- Os produtos saneantes empregados na higienização dos ambientes devem ser acondicionados em local próprio para este fim e deverão possuir registro no MS.

Cadastramento do cliente

- Os estabelecimentos devem manter ficha cadastral de todos os clientes atendidos, contemplando os seguintes registros: a) Identificação do cliente: nome completo, data de nascimento, sexo, endereço completo e o número da identidade; b) Data de atendimento do cliente; c) Tipo de procedimento realizado com data e local do corpo onde foi realizado o procedimento; d) Eventos adversos/Intercorrências (alergias, infecções, acidentes e outras); e) Termo de Consentimento Livre e Esclarecido; f) Informações dos produtos utilizados no procedimento: Nome do produto; N^o. de lote; Fabricante; N^o. de registro na Anvisa; Data de fabricação; Data de validade; Data de abertura do frasco; g) Nome do profissional que realizou o procedimento;
- O cliente deve ser orientado previamente, por meio do Termo de Consentimento Livre e Esclarecido, de todos os riscos decorrentes da execução dos procedimentos;
- O Termo deve ser preenchido em 2 (duas) vias, ficando a 1^a via anexada à ficha cadastral, devidamente assinada previamente à realização do procedimento, conforme documento de identificação apresentado e a 2^a via entregue ao cliente.

Recursos humanos

- Os profissionais que realizam procedimentos de pigmentação artificial permanente da pele e colocação de piercing devem ser vacinados contra hepatite B e tétano sem prejuízo de outras que forem necessárias;
- Os profissionais devem fazer uso de equipamento de proteção individual – EPI (máscara, avental, luvas, óculos de proteção);
- Os profissionais devem comprovar conhecimento básico em controle de infecção, processamento de artigos e superfícies, biossegurança e gerenciamento de resíduos.

Disposições finais

- O responsável legal responderá administrativamente por todos os atos praticados, por ele ou por seus funcionários, no interior de seu estabelecimento;
- É vedada aos profissionais que realizam os procedimentos a prescrição e administração de quaisquer medicamentos aos seus clientes;
- É proibido fumar, comer, beber ou manter plantas, alimentos, bebidas, animais, medicamentos de uso pessoal, pessoas alheias às atividades do setor, na área de processamento de materiais;
- Deverá ser afixado, obrigatoriamente, em local visível, um quadro contendo esclarecimentos acerca dos riscos e de implicações relacionadas ao procedimento;
- O não cumprimento do estabelecido nesta Norma Técnica constituirá infração à legislação sanitária vigente, sujeitando-se o infrator à suspensão imediata de suas atividades, sem prejuízo das demais penalidades previstas em lei.

2. MÉTODO E APLICAÇÃO

Serão apresentadas, neste capítulo, as ferramentas utilizadas e suas respectivas aplicações para esquematização, pesquisa, estruturação e projeção do serviço.

2.1. Esquema geral do projeto

O primeiro passo após determinar o objetivo geral foi elaborar o esquema do projeto como um todo para que se pudesse visualizar as etapas seguintes a serem realizadas ao longo do trabalho. O esquema geral do projeto está ilustrado abaixo (figura 12).



Figura 12 - Esquematização geral do projeto (Fonte: a autora)

- Pesquisas específicas – Referencial teórico e normativo; aplicação e análise dos formulários
- Geração e produção – Elaboração do serviço
- Teste – Aplicação do serviço elaborado e observação de ajustes
- Ajustes – Aperfeiçoamento do serviço a partir das observações

2.2. Mapa Mental

Com base no levantamento inicial a respeito do tema e no objetivo proposto, foi feito um mapa mental (figura 13) para que se pudesse ter uma visão macro do projeto, englobando todos os aspectos envolvidos na realização da tatuagem.

Para a construção do mapa mental, primeiramente foram dispostos ao redor da palavra experiência os sujeitos principais envolvidos no processo, são eles: Tatuador (profissional que realiza o procedimento), Tatuagem (a marca permanente), Cliente (quem tem o desejo de ter uma marca permanente e se planeja para tal) e Espaço (local onde será realizado o procedimento). Após essa primeira etapa foi feita a ramificação de cada um dos sujeitos principais para tópicos mais específicos, como por exemplo a estrutura do espaço, a responsabilidade do tatuador, a comunicação entre eles etc. A partir destes tópicos foram especificados os aspectos micro envolvidos e seus subjacentes. Também são listados os requisitos desejados para a experiência como um todo, como a troca, interação, entendimento, sintonia etc. Com o mapa foi possível conectar e visualizar de forma clara e objetiva todos os aspectos envolvidos no processo da tatuagem, o que contribuiu posteriormente para criar uma experiência que atendesse ao objetivo proposto.

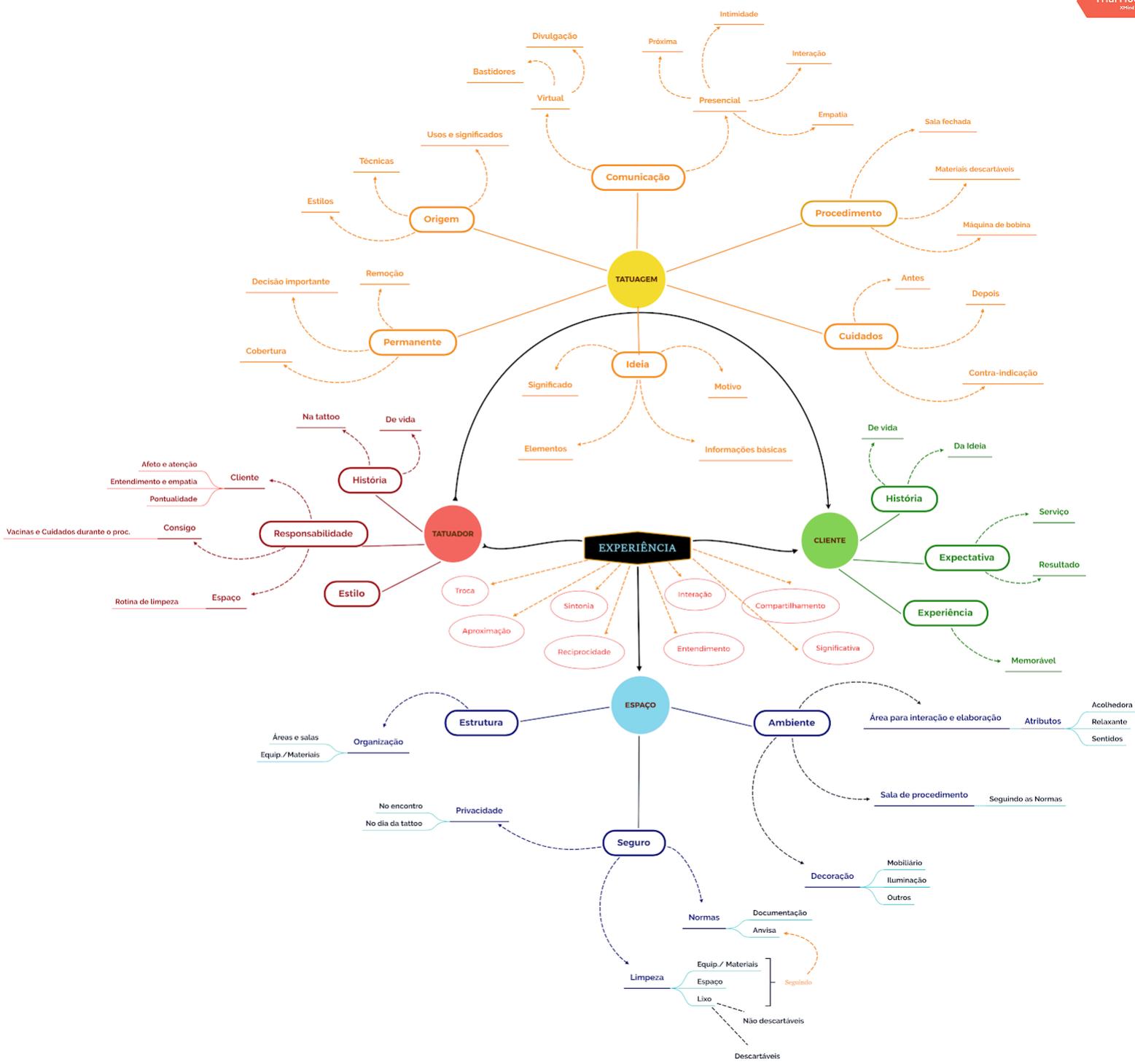


Figura 13 – Mapa mental (Fonte: a autora)

2.3. Formulários

Para a construção dos formulários, utilizados para compreender mais a fundo como costuma ser a relação entre tatuadores e tatuados, foi utilizado o Google Forms, aplicativo próprio para essa finalidade, em que é possível analisar as porcentagens das respostas em gráficos, ou de forma pontual, vendo a resposta de cada pessoa para determinada pergunta. Foram elaborados dois formulários, sendo o 1º direcionado aos tatuadores (compartilhado em grupos do Facebook e pelo direct do Instagram) obtendo 14 respostas e o 2º aos clientes (via Facebook e aplicativo de mensagem) que obteve 63 respostas. Os formulários estiveram disponíveis para preenchimento do dia 6 de setembro ao dia 20 de setembro de 2019. Para os tatuadores as perguntas foram separadas em 3 blocos, sendo eles: Tatuador-Tatuagem, Tatuador- Cliente e Tatuador- Espaço. Para os clientes as perguntas foram separadas em dois blocos, são eles: Cliente- Tatuagem e Cliente- Tatuador/Espaço.

Abaixo serão listadas as perguntas geradas para cada formulário e posteriormente, a exposição dos resultados obtidos com essa ferramenta e como estes contribuíram para a elaboração do serviço, principalmente no que diz respeito à comunicação, aproximação e interação entre tatuador e tatuado.

2.3.1. Tatuador

Tatuador - Tatuagem

1. Idade?
2. A quanto tempo tatua?
3. De forma reduzida, o que a tatuagem representa para você?
4. Como começou a tatuar?
5. Onde busca informação e conhecimento para aperfeiçoar seu trabalho?
6. Além dos materiais de proteção (como luvas e máscaras), quais outras medidas você adota para garantir a sua saúde como tatuador?

Tatuador - Cliente

1. Como busca apresentar e divulgar seu trabalho aos clientes?
2. Através de que via costuma se dar a comunicação com o cliente?
3. Marque as informações que geralmente pede para o cliente para a elaboração da tatuagem.
4. Como você elabora a tatuagem?
5. Você busca interagir com o cliente durante a realização da tatuagem?
6. Exige e armazena a ficha de cadastro do cliente contendo: identificação, dados do procedimento, informações dos produtos utilizados e o termo de consentimento?
7. Como acompanha a cicatrização da tatuagem no cliente?
8. Algum dos seus clientes já teve complicações adversas durante ou após o procedimento? Se sim, que tipo de complicação?
9. Que você saiba, já aconteceu de algum dos seus clientes remover ou cobrir uma tatuagem feita por você?
10. Possui certificado em curso de Biossegurança?

Tatuador - Espaço

1. Onde você tatua?
2. O local onde você tatua possui autorização para funcionamento dessa atividade?
3. O espaço segue rigorosamente as normas da ANVISA?
4. O espaço conta com a coleta de lixo infectante e perfuro cortante para dar a destinação correta à esses resíduos?
5. Cite opções de entretenimento oferecidas ao cliente, antes, durante e depois da tatuagem (ex: Tv, wi-fi, revistas, som ambiente, mesa de sinuca, produtos a venda, barbearia, lanchonete etc)

Após analisar os resultados do formulário dos tatuadores percebeu-se que as formas mais utilizadas para apresentação e divulgação dos trabalhos são por meio de redes sociais online (Facebook, Instagram) e flashdays ou promoções. Com relação à comunicação com o cliente antes da tatuagem, foi constatado que a grande maioria dos tatuadores (85,7%) utilizam as redes sociais ou aplicativos de mensagens, enquanto que apenas 7,1 % se comunicam pessoalmente. No que diz respeito a elaboração do desenho que será tatuado, 71,4% elabora com o cliente através de mensagens enviando rascunhos e recebendo o feedback, 14,3 % elabora a tatuagem sozinho com base nas informações passadas pelo cliente através de mensagem.

Quando perguntado sobre o acompanhamento da cicatrização, a maioria respondeu que acompanha apenas por troca de mensagens e fotos, o restante só verifica após todo período de cicatrização. 35, 7% dos tatuadores que responderam têm algum cliente que já removeu ou cobriu uma tatuagem feita por ele, além disso mais da metade não possui curso de biossegurança e metade tatua em local sem autorização. 42, 9% disseram não seguir rigorosamente ou não seguir todas as normas exigidas pela ANVISA.

2.3.2. Cliente

Cliente - Tatuagem

1. Idade?
2. Número de tatuagens que possui?
3. Para você, sua tatuagem precisa ter significado?
4. O que as suas tatuagens buscam representar? (exemplo: homenagem, lembrança, estético, autoafirmação etc)
5. Você já se arrependeu de alguma tatuagem?
6. Se a resposta dada ao item anterior for “sim” tente descrever o motivo pelo qual se arrependeu.
7. Já removeu alguma tatuagem?
8. Você já cobriu alguma tatuagem com outra tatuagem?
9. Já teve complicações adversas após a realização da tatuagem? (ex: alergia ao pigmento, infecção, coceira prolongada, vermelhidão etc.)

Cliente - Tatuador/Espaço

1. Como você busca descobrir um novo estúdio ou tatuador?
2. Classifique em uma escala de 1 a 5 o quanto você leva em consideração cada um dos fatores abaixo na hora de decidir o profissional que realizará a tatuagem:
 - Menor preço
 - Estilo de desenho do tatuador
 - Experiência do tatuador
 - Disponibilidade de agenda do tatuador
3. Através de que via se dá a comunicação com o tatuador antes do procedimento?
4. No que diz respeito as informações do projeto (tatuagem) o que costuma passar ao tatuador?
5. Como é feita a elaboração da tatuagem?

6. Classifique de 1 a 5 sua satisfação com relação ao atendimento e serviço prestados pelo tatuador em cada item abaixo:
 - Preocupação com o conforto do cliente
 - Atenção com higiene e assepsia
 - Disponibilidade de sanar dúvidas
 - Resultado do trabalho
7. Com relação ao local onde será feita a tatuagem, classifique de 1 a 5 sua preocupação com cada um dos itens abaixo:
 - Possuir alvará de funcionamento
 - Limpeza do local e dos equipamentos
 - Organização e decoração
 - Localização
 - Privacidade na hora de ser tatuado
 - Entretenimento antes e durante a tatuagem (ex: videogame, música, tv, revistas etc)

Fazendo a análise das respostas, constatou-se que 28,6 % já se arrependeram de alguma tatuagem, 9,5% tem vontade de remover alguma de suas tatuagens, enquanto 27% já cobriram ou têm vontade. No referente a descobrir um novo estúdio ou tatuador, 35 pessoas disseram usar as redes sociais e 21 pessoas responderam que descobrem por indicação. 19% se comunica pessoalmente com o tatuador, o restante utiliza as redes sociais ou aplicativos de mensagens. No tocante a elaboração da tatuagem apenas 12,1% elabora em conjunto com o tatuador presencialmente.

Com base nas análises dos formulários, foi elaborada uma experiência que foca na intimidade e na comunicação presencial entre tatuador e cliente, para isso a experiência foi separada em encontros, para que os sujeitos possam conversar pessoalmente e se conhecer, por isso as redes sociais servirão para a divulgação dos trabalhos e para marcar os encontros. A elaboração do desenho também será feita presencialmente e em conjunto, em que o tatuador cria o desenho com o cliente dando suas opiniões e críticas. Além disso o tatuador irá acompanhar a cicatrização da tatuagem por meio da visita do cliente ao estúdio.

2.4. Naming

O nome do estúdio foi pensado após as etapas projetuais do serviço. Para a escolha do nome foi realizado um brainstorm de palavras. Primeiramente foi colocado do lado esquerdo de uma folha de papel a palavra tatuagem (que descreve a atividade do estúdio) e do lado direito a palavra aproximação (referente ao posicionamento). Após essa etapa foi iniciado o brainstorm, associando palavras que tinham alguma ligação com o termo tatuagem e aproximação. As palavras e nomes gerados no brainstorm são apresentadas em seguida. Posteriormente foi escolhido o nome que mais fazia sentido para o estúdio, tendo em vista o serviço proposto.

TATUAGEM

- **Incisão**

Cicatriz, marca, evidência, história, vestígio, restos, resquício, fragmentos, passado, lembrança, recordação, memória, mente, pensamento, espírito, alma.

Agulha, agulhada, picada, dor, coragem, força, esforço, motivo, causa, estímulo, razão, “um porquê”, fundamento, explicação, princípio, raiz, origem, antecedente, início, começo, aurora, gênese, fonte, mina, nascente

- **Permanente**

Definitivo, duradouro, escolha, decisão, julgamento, veredito, juízo, certeza, afirmação, convicção, consciência, noção, raciocínio, percepção, clareza

- **Signo**

Símbolo, ícone, imagem, conceito, conteúdo, interior, essência, central, núcleo, caroço, semente, embrião, ser, existir, ação, prática, atitude

- **Tinta**

Pigmento, cor, luz, iluminação, brilho, frequência, colore, matiz, nuance, tonalidade, tom, nota

APROXIMAÇÃO

- **Comunicação**

Conversa, diálogo, “trocar ideia”, mensagem, informação, troca, empatia, “se colocar no lugar do outro”, escambo, “dar e receber”, compartilhar, repartir

- **Confiança**

Fiel, “não trair”, “falar verdade”, ligação, união, pacto, trato, aliança, compromisso, elo, harmonia, convergência, associação, grupo, liga

- **Contato**

Abraço, interagir, brincadeira, energia, diversão, alegria, onda, prazer

- **Intimidade**

Amizade, amor, afeto, amigo, companheirismo, apoio, “perder a timidez”, espontâneo, natural, sincero, verdadeiro, verdade

Palavras de destaque: *Evidências, Vestígios, Fragmentos, Memória, Coragem, Razão, Raiz, Aurora, Gênese, Juízo, Lúcido, Noção, Essência, Carço, Semente, Embrião, Iluminação, Frequência, Troca, Repartir, Pacto, Aliança, Convergência, Liga, Brincadeira, Energia, Prazer, Afeto, Natural, Verdadeiro.*

Nomes gerados: *Estúdio Aurora, Aurora Tattoo, Fragmentattoo, Fragmentado Tattoo, Estúdio Gênese, Gênese Tattoo, Carço Tattoo, Raiz do carço Tattoo, Semente Tattoo Estúdio.*

Após gerar os nomes para o estúdio foi selecionado o nome Carço Tattoo. A palavra carço remete a semente, núcleo, interior, e por isso entra em consonância com a proposta do serviço que é a de aproximação, troca de conhecimentos e experiências através do compartilhamento das questões internas dos sujeitos (tatuador e cliente) envolvidos na tatuagem.

2.5. Planoplan

Para a projeção do espaço foi utilizada a versão gratuita do programa Planoplan, que é um planejador de espaços 3D para a criação de design de interiores, renderizações, tours de salas VR e cálculo de custos de reforma domiciliar. O programa foi muito útil para elaboração e projeção do estúdio, principalmente por contar com uma interface simples, de fácil manipulação e possuir um catálogo extenso e diversificado de mobiliário, pisos, revestimentos etc. Além disso é possível visualizar o espaço a partir de uma vista 2d superior ou uma visão 3d, sendo essa última interessante para se ter uma melhor noção de como o espaço ficará organizado com os móveis e a decoração.

3. O SERVIÇO – CAROÇO TATTOO

A partir das pesquisas feitas anteriormente percebeu-se que existe uma carência verdadeira, de proximidade, interação e comunicação entre tatuador e cliente antes e depois da tatuagem, seja em relação a elaboração do desenho ou ao acompanhamento da cicatrização. Em certos casos tatuador e cliente só se conhecem no dia do procedimento. Essas questões entram em contradição com a prática da tatuagem pois a mesma tem o poder de ligação, de intimidade e de empatia, para conhecer o outro e sua história, refletindo assim em uma tatuagem única, com mais significados e abstrações. Além disso o alto número de profissionais sem curso de biossegurança e estúdios que não seguem as normas estabelecidas pela ANVISA são questões preocupantes, pois colocam em risco a saúde dos clientes e dos próprios tatuadores.

Por esses motivos o Caroço Tattoo tem a intenção de aproximar os sujeitos, para que se conheçam, troquem conhecimentos e experiências de vida e posteriormente criem a tatuagem juntos com base nas informações compartilhadas. Tudo isso feito em um ambiente seguro e que segue rigorosamente as normas estabelecidas pela ANVISA. O tatuador deve ter as vacinas contra hepatite B e tétano em dia, possuir certificado em curso de biossegurança e ser assíduo na rotina de limpeza e nos cuidados. Para a compreensão e projeção do serviço, este foi dividido em:

- **Logo** - Usada nas mídias
- **Mídias sociais** - Para a divulgação dos trabalhos e a comunicação rápida entre cliente e tatuador.
- **Estúdio** - Onde ocorrerão os encontros e o procedimento.
- **Experiência** - As etapas desde o primeiro contato para agendamento até o período de cicatrização.

3.1. Logo

Para a criação da logo do Carço Tattoo, que será utilizada a princípio nas mídias sociais, primeiramente foi realizada uma pesquisa de fontes, onde foram escolhidas fontes com aparência manuscrita. Após essa etapa foi feita a seleção de 4 fontes que mais remetiam a simplicidade, sendo complementada com o desenho de um carço de abacate no lugar do primeiro “o”. O carço, além de reforçar o nome faz referência a proposta do serviço, através das raízes que representam a história de vida e a origem, o carço em si, que remete às questões internas dos sujeitos, como sua personalidade e seus gostos, e o broto saindo do interior do carço que trás a ideia de criação, geração e desenvolvimento, fazendo referência a tatuagem que será elaborada em conjunto. Depois foi feita a aplicação de gradiente com a cor azul e rosa. O azul foi escolhido por transmitir sensações de segurança, confiança, verdade, harmonia e sinceridade. Já a cor rosa, remete a encanto, amabilidade, inocência, delicadeza, cortesia e doçura. Abaixo o processo de desenvolvimento da logo (figuras 14, 15 e 16) e posteriormente a opção selecionada (página 17).

CAROÇO Caroco Caroco CAROÇO
Caroco Caroco Caroco CAROÇO
Caroco CAROÇO Caroco CAROÇO
Caroco Caroco Caroco CAROÇO

Figura 14 – Fontes de aparência manuscrita (Fonte: a autora)

CAROÇO

CAROÇO

CAROÇO

CAROÇO



Figura 15 – As quatro fontes escolhidas e desenvolvimento do caroço (Fonte: a autora)



Figura 16 – Fontes escolhidas combinadas com o caroço (Fonte: a autora)



CAROÇO
Fonte: The Skinny Bold

TATTOO
Fonte: Microsoft YaHei UI regular

-  #F483E1
-  #3BAEDA
-  Angulação 90°



Figura 17 – Logo final e versão simplificada com aplicação de cores (Fonte: a autora)

3.2. Mídias sociais

As mídias funcionarão como um canal de comunicação rápida do cliente com o tatuador e para a divulgação dos trabalhos e das rotinas por trás do Caroço Tattoo. Para isso contará com um perfil comercial no Instagram, com link direcionando para o WhatsApp e um canal no Youtube com link para o Instagram e WhatsApp. O Instagram foi escolhido por ser uma plataforma mais dinâmica para o compartilhamento de fotos e vídeos curtos em comparação com outras mídias, como por exemplo o Facebook (que está entrando em desuso e as postagens acabam por se perder em meio a tantos conteúdos diversos). O WhatsApp foi escolhido por ser o aplicativo de mensagem mais usado atualmente e por ser constantemente acessado pelos usuários, o que diminui o tempo de resposta. Já o Youtube servirá como uma ferramenta para o compartilhamento de informações e curiosidades acerca do universo da tatuagem e dos processos por trás do estúdio Caroço, como a rotina de limpeza, time lapse de tatuagem, eventos que já aconteceram no Caroço Tattoo etc.

3.2.1. Instagram

Conteúdo:

- Fotos das tatuagens e rascunhos
- Vídeos curtos do processo
- Informações fixas nos destaques para solicitação de orçamentos e agendamentos
- Link para enviar msg direto pelo wpp
- Link do canal do youtube
- Lives
- Divulgação de eventos
- Podem ser feitas enquetes nos stories, sobre determinado tema ou até mesmo para que o tatuador conheça mais o seu público e vice versa.

Como se dá a relação e interação do cliente com o tatuador por esse canal? O Instagram será a porta para a comunicação com o tatuador através do link para o WhatsApp. Além disso cliente e tatuador podem interagir pelos comentários das fotos, pelos stories, mensagem privada e enquetes. As publicações fixadas no modo “destaques” abaixo da Bio servem para sanar possíveis dúvidas do cliente, diminuindo o tempo que o tatuador gastaria para responder perguntas recorrentes à respeito de orçamentos, cicatrização, agendamentos, etc. Abaixo é apresentado o modelo para o perfil comercial do Instagram (porém sem a ilustração do modo “destaques”, onde ficarão as informações citadas anteriormente). Na sequência, o layout do perfil no Instagram (figura 18).

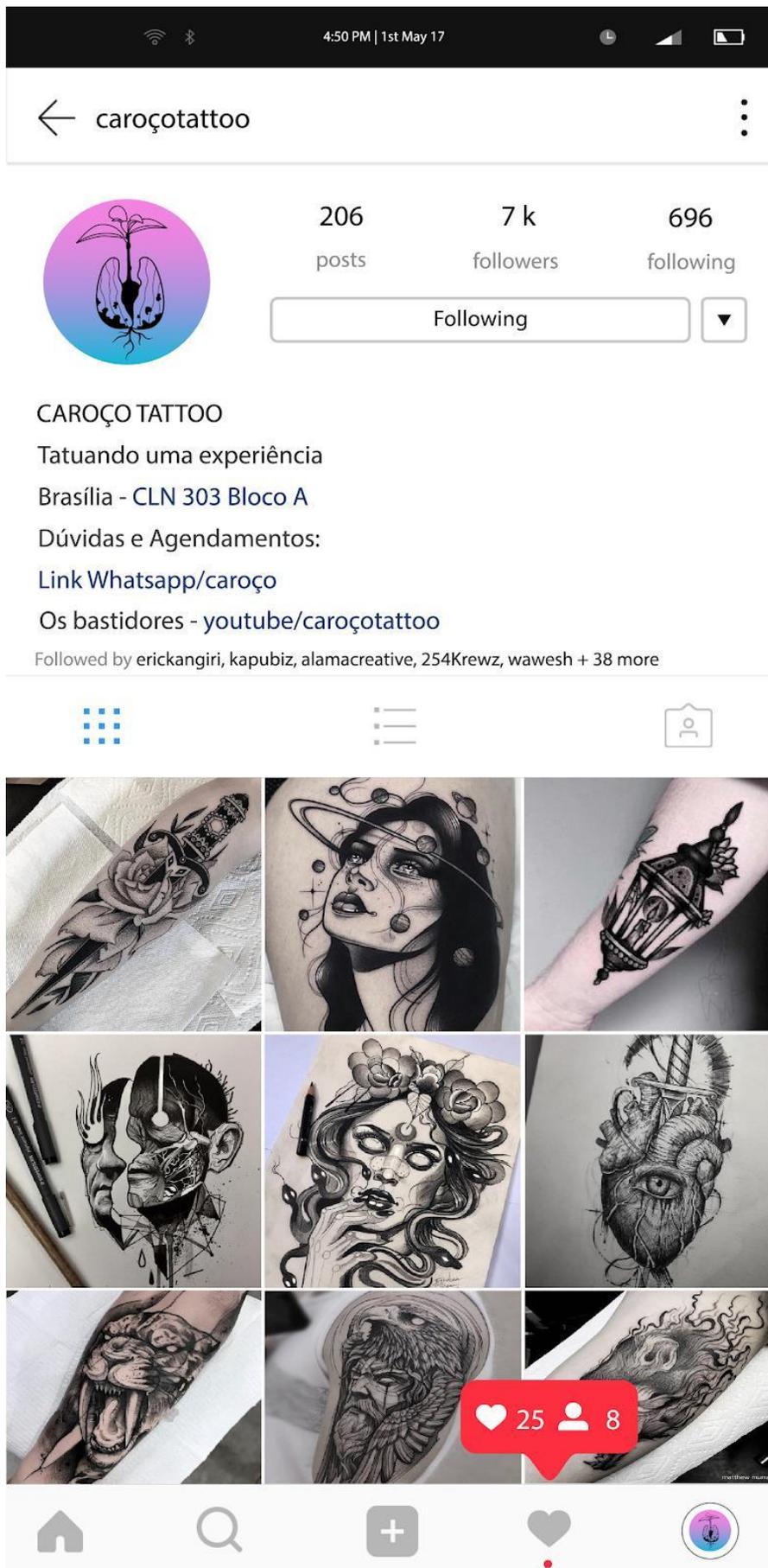


Figura 18 – Layout do perfil comercial do Instagram (Fonte: a autora)

3.2.2. Youtube

Conteúdo:

- Link para o Instagram
- Link para o WhatsApp
- Conhecendo o tatuador
- Time-lapse de tattoos
- Rotina de limpeza
- Materiais utilizados
- Elaboração de desenhos
- Eventos que já rolaram no estúdio
- Uma série talvez com um determinado tema

Os vídeos podem ser produzidos pelo próprio tatuador com a ajuda de acessórios, como um tripé por exemplo. Serão postados periodicamente a cada 2 semanas pelo menos um vídeo.

Como se dá a relação e interação do cliente com o tatuador por esse canal? O canal tem por objetivo apresentar aos clientes de forma dinâmica e direta quem é o tatuador e seus processos por trás da tatuagem, de tal forma que desperte nos clientes o interesse em se preocupar com outras questões ao procurar um profissional de tatuagem. Questões como biossegurança, se o local é apropriado, se o tatuador tem experiência etc. A relação pelo canal se dará para que o cliente conheça mais do tatuador, não sendo focado para a comunicação pela falta de recursos para esse fim, a não ser a caixa de comentários do vídeo ou de lives. Em seguida é exibido o layout do canal no Youtube (figura 19).

The image shows the YouTube channel page for 'CAROÇO TATTOO'. At the top, there is a banner image featuring a hand holding a tattoo machine and another hand with a tattoo. The channel name 'CAROÇO TATTOO' is prominently displayed in a stylized font. Below the banner, the channel's profile picture (a circular logo with a plant-like design) and name are shown, along with the subscriber count '500.000 subscribers' and a red 'SUBSCRIBE' button. A navigation menu includes 'HOME', 'VIDEOS', 'PLAYLISTS', 'CHANNELS', 'DISCUSSION', and 'ABOUT'. The main content area features a video titled 'Tatuando uma experiência' with a view count of 500,000. Below this, the 'UPLOADS' section is visible, showing a grid of video thumbnails with titles and view counts: 'TIME LAPSE - Rosa + Adaga' (100,000 views), 'ROTINA DE LIMPEZA' (200,000 views), 'PRATICANDO' (100,000 views), 'MATERIAL USADO NO ESTÚDIO' (200,000 views), 'EVENTO - FLASH DAY GEEK' (100,000 views), and 'ELABORAÇÃO COM O CLIENTE' (100,000 views).

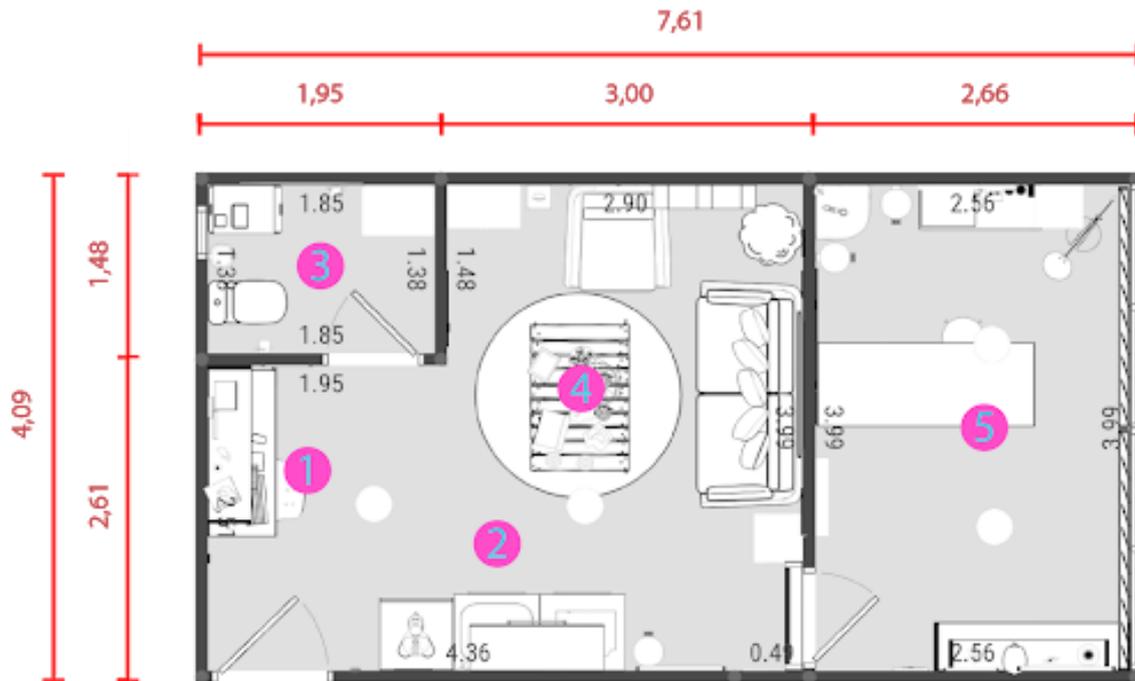
Figura 19 – Layout do canal no Youtube (Fonte; a autora)

3.3. O estúdio

O primeiro passo para o planejamento do estúdio foi a seleção de uma sala comercial para aluguel, localizada no plano piloto em Brasília. Para essa seleção não foi considerado o valor do aluguel, mas sim o dimensionamento da sala (aproximadamente 30 metros quadrados) para que comportasse uma sala de procedimento (com dimensão mínima de 6 metros quadrados), banheiro, área de recepção/ criação conjunta, estação de desenho e uma copa. Para otimizar o tempo do tatuador não haverá a área/sala de processamento de artigos, para isso todos os equipamentos serão embalados com protetores plásticos de uso único, específicos para essa finalidade e depois descartados no lixo infectante.

O estúdio inteiro foi planejado seguindo as normas da ANVISA (apresentadas anteriormente) com relação a estrutura e organização dos espaços, equipamentos e materiais. Ao mesmo tempo a decoração foi pensada para criar um ambiente aconchegante, acolhedor e afetuoso, com velas aromáticas, texturas e cores, além de uma iluminação menos intensa na área de criação. Já a sala de procedimentos foi decorada com tons mais claros e pouco mobiliário para facilitar a limpeza.

Será exibido, em seguida (figura 20), uma vista 2D superior do estúdio com suas dimensões e a identificação das áreas e salas; e mesma vista 2D superior com a organização dos materiais e equipamentos (figura 20), segundo as normas da ANVISA, e de outros elementos importantes. Em sequência será exposto as visões 3D do estúdio todo e de cada área/ sala (páginas 53, 54 e 55), para visualizar a ambientação criada em conjunto com a decoração.



- 1 Estação de desenho
 - 2 Copa
 - 3 Banheiro
- 4 Área de recepção/ criação conjunta
 - 5 Sala de procedimento

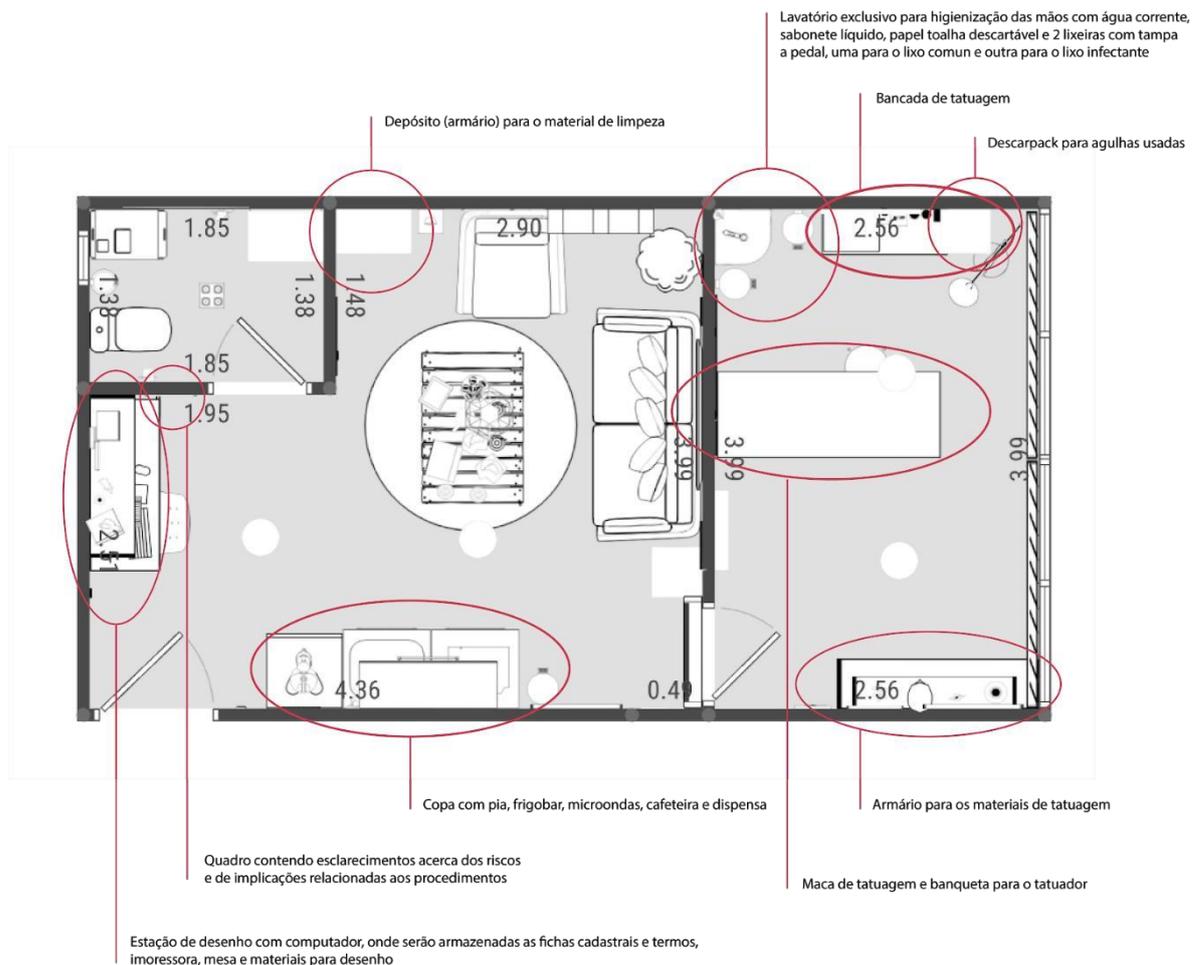


Figura 20 – Vista 2D superior com dimensões e organização dos espaços (Fonte: a autora)

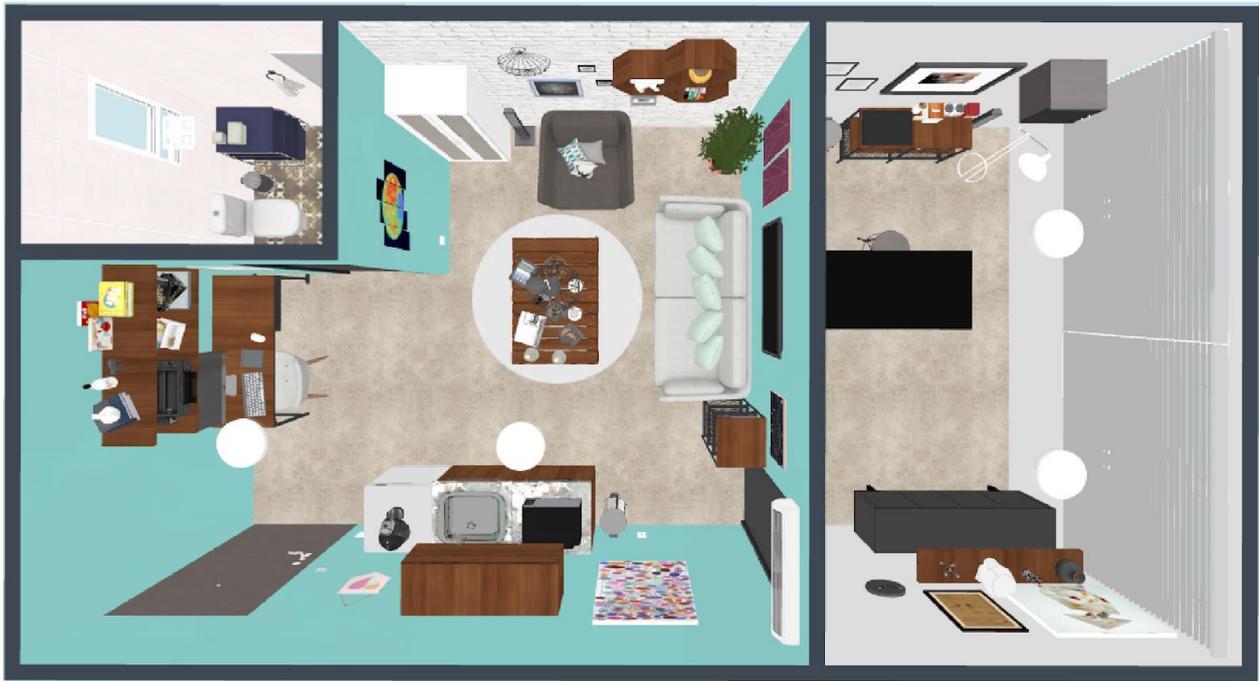


Figura 21 – Vista 3D superior total e vista 3D banheiro (Fonte: a autora)



Figura 22 – Vista 3D copa, estação de desenho e recepção/ área de criação (Fonte: a autora)



Figura 23 – Vista 3D sala de procedimentos (Fonte: a autora)

3.4. Experiência

A ideia, do processo elaborado para o Caroço Tattoo, é que primeiro tatuador e cliente se conheçam por meio de um encontro para apresentação, estabeleçam uma boa relação e comunicação mediante um jogo de perguntas para que interajam e depois dessa etapa, estando em sintonia e conhecendo melhor um ao outro, criem juntos uma tatuagem com mais sentido e conteúdo. Assim, quando o cliente olhar para sua tatuagem depois de anos, irá se lembrar da experiência de ter ajudado a elaborar um desenho que têm muito mais a ver com ele, por ter colocado seus significados e questões internas, aumentando dessa forma o apreço por sua tatuagem e a satisfação do tatuador, por criar algo único com base na história da pessoa. Abaixo será apresentado um esquema simplificado de cada etapa que constitui o processo por trás da experiência do Caroço Tattoo (figura 24), desde o primeiro contato entre cliente e tatuador até o período de cicatrização. Em sequência será descrito em detalhes o que ocorrerá em cada etapa do processo, exceto na divulgação e 1º contato (já explicada anteriormente). A experiência será, portanto, o resultado de todo o serviço projetado para o Caroço Tattoo.

Esquema simplificado

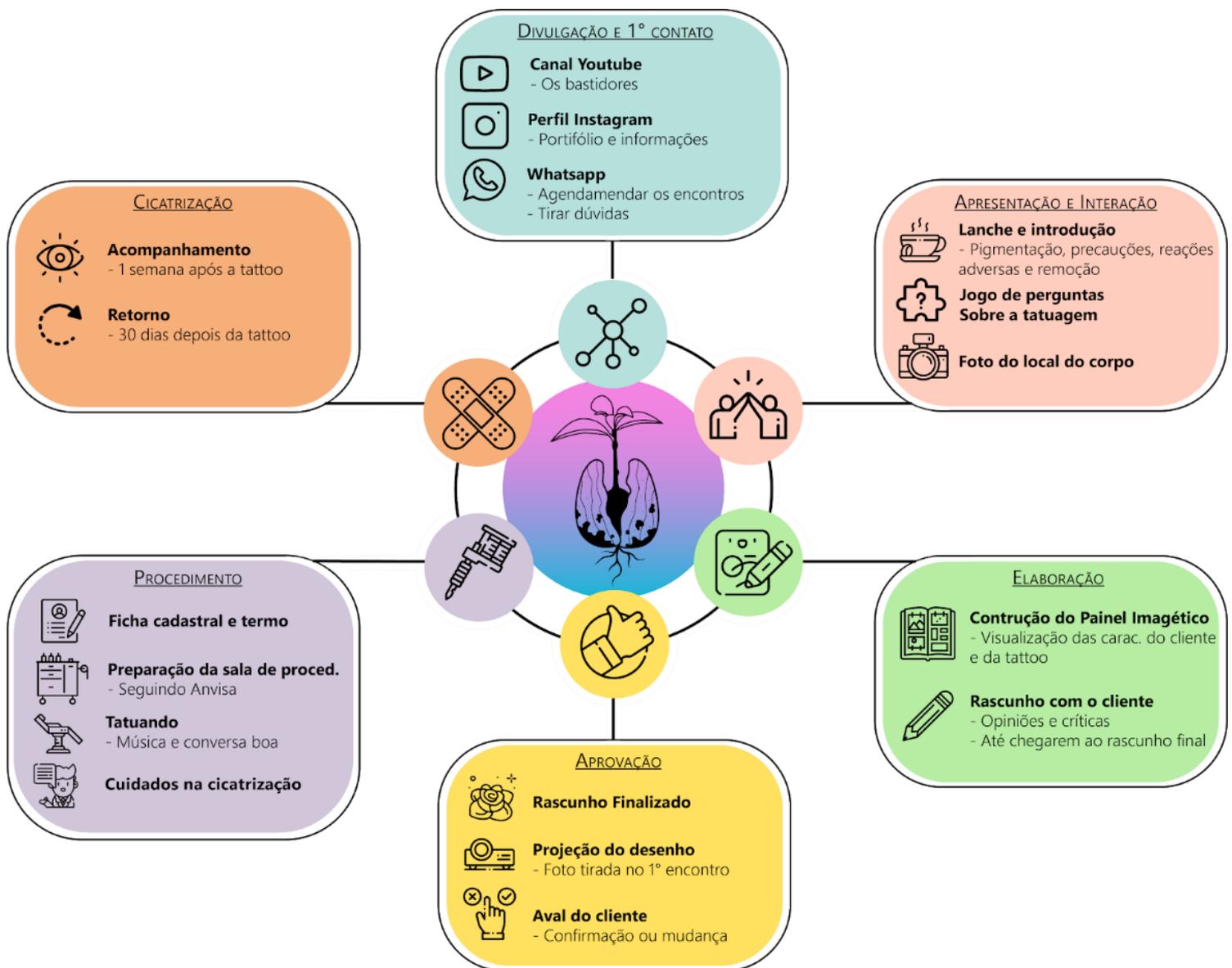


Figura 24 - Esquema simplificado da experiência

Encontros

1º encontro: Apresentação e interação

O primeiro encontro é marcado para ambas as partes se apresentarem e se conhecerem através de um jogo para interação.

O encontro é feito no estúdio, onde o cliente chega e é recebido pelo tatuador, que oferece alguma bebida ou petisco e convida-o para se sentarem na área de criação para conversar.

O tatuador inicia a conversa perguntando se o cliente já possui tatuagens, explica como funciona o processo de pigmentação, as precauções antes de fazer a tattoo (quem não pode fazer tatuagens, ou precisa de uma autorização médica), além de aspectos da cicatrização e possíveis reações, bem como a dificuldade de remoção (exigência da ANVISA).

Após essa breve apresentação, o tatuador propõe o jogo de perguntas com o objetivo de descontrair e se conhecerem melhor. O jogo consiste em fazer qualquer pergunta ao outro, que tem que responder com sinceridade, a única regra é não repetir a pergunta em seguida.

O tatuador vai com perguntas pré-estruturadas que o ajudam a conhecer a história do cliente e os traços de sua personalidade, seus desejos, ambições, medos, dúvidas e expectativas com relação a vida. Outras perguntas não estruturadas podem surgir ao longo da conversa. O cliente por sua vez também irá conhecer o tatuador e pode levar suas perguntas prontas ou criá-las na hora. Tatuador e cliente interagem a partir do jogo e acabam por conhecer aspectos da vida um do outro, o que serve para quebrar o gelo e criar uma relação próxima.

Abaixo algumas perguntas que podem ser feitas pelo tatuador a fim de conhecer melhor o cliente:

- Qual é a sua maior paixão?
- Qual é o seu maior sonho?
- Qual foi o acontecimento da sua vida que mais te marcou?
- Quais são as suas maiores qualidades?
- E os defeitos?
- Qual é o seu maior medo?
- Quais são seus hobbies?
- O que mais dá sentido pra sua vida?
- Se você tivesse que descrever sua personalidade em tres palavras, quais seriam?

Após esse primeiro contato o tatuador começa agora a fazer perguntas mais específicas com relação a ideia que será elaborada.

- Ideia
- Motivo
- Significado
- Tamanho
- Local
- Elementos

Tatuador tira uma foto do local do corpo ou dos locais, caso o cliente esteja na dúvida.

Tatuador explica como será o segundo encontro, o que o cliente deve levar e marcam o dia de elaboração.

2° encontro: Elaboração

O segundo encontro é para a construção de um painel imagético e a partir dele a elaboração conjunta do desenho que será tatuado. É pedido que o cliente leve dois grupos de imagens (pessoais ou de revistas e jornais), sendo o 1° grupo composto por imagens que representam o cliente, seus gostos, anseios, desejos, sua personalidade etc., e o 2° grupo de imagens de referência para a tattoo.

Já se conhecendo melhor e com o clima mais descontraído entre eles, tatuador e cliente sentam juntos novamente na área de criação, agora para a construção do painel imagético, que ajudará a visualizar de forma mais clara e direta as características, do cliente (que podem ser incorporadas ao desenho) e da ideia a ser desenvolvida.

Com o painel pronto e servindo de base o tatuador começa então a fazer rascunhos na frente do cliente, que também contribui para a elaboração dando opiniões e fazendo suas críticas. Com o rascunho definido é marcada a data para apresentação do desenho finalizado.

3° encontro: Aprovação

O terceiro encontro pode ser feito no estúdio ou em outro local a depender do combinado entre cliente e tatuador.

O tatuador apresenta o desenho finalizado no papel e uma versão dele projetado sobre a foto do local do corpo ou dos locais, tirada no primeiro encontro. O cliente então dá o aval ou pede mudanças na finalização, além de conseguir visualizar o local do corpo onde será feita a tatuagem e dessa forma ter mais certeza sobre o local escolhido.

É marcado o dia do procedimento e o tatuador passa dicas para a semana da tattoo pessoalmente e depois envia ao cliente por mensagem.

4º encontro: Procedimento - Tattoo

Cliente preenche a ficha de cadastro e o termo de consentimento livre e esclarecido (tem que estar descrito as possíveis reações pós tatuagem e sobre a dificuldade de remoção). Pode haver uma autorização para o uso das imagens ou vídeos, bem como as condições para o retoque- por lei o tatuador tem até 90 dias para retocar a tatuagem gratuitamente. No termo de consentimento constará, por escrito, os cuidados que deverão ser tomados no período de cicatrização. Deve ser feito duas vias do termo, ficando uma com o cliente e a outra com o tatuador, anexado à ficha cadastral.

Enquanto o cliente preenche os papéis o tatuador prepara o decalque e a sala de procedimentos, deixando para abrir os materiais descartáveis na presença do cliente.

Com a sala de procedimentos pronta o tatuador inicia o processo de preparação da pele onde será aplicada a tatuagem.

Antes de se deitar na maca o cliente tem a opção de conectar suas músicas ao som ambiente do estúdio para se sentir mais à vontade e confortável

O procedimento se inicia e o tatuador pode deixar câmeras filmando o procedimento, desde que o cliente esteja de acordo, para que depois as filmagens sejam usadas para produzir o conteúdo do canal.

Após a finalização do procedimento o tatuador faz as fotos, sentam juntos para tomar ou comer algo enquanto o profissional passa com detalhes os cuidados pós tatuagem (presentes por escrito no termo de consentimento). Tatuador então, convida o tatuado para retornar ao estúdio após uma semana para o acompanhamento.

5° encontro: Cicatrização

A cicatrização completa de uma tatuagem pode durar de 30 a 40 dias, o que varia de organismo para organismo.

1 semana após a realização da tatuagem o cliente é convidado à retornar ao estúdio para que o tatuador possa verificar pessoalmente como está a cicatrização.

Após 40 dias o tatuador envia uma mensagem ao cliente para agendar o retorno, em que o tatuador fará uma avaliação na tatuagem cicatrizada a fim de procurar falhas e caso haja, agendar o retoque com o cliente.

O tatuador estará sempre disponível para sanar dúvidas através de mensagens ou pessoalmente (desde que o cliente marque um horário)

Para atender o público que não tem interesse nesse processo, o tatuador pode eventualmente organizar eventos no estúdio, como flashday no final de semana por exemplo, com tatuagens menores e menos complexas. Para cada dia será agendado 1 encontro para o período da manhã e outro para o período da tarde com clientes diferentes. O estúdio funcionará com horário marcado para que o tatuador possa dar total atenção ao cliente.

CONCLUSÃO

Tendo em vista a problemática apresentada no início deste trabalho, foi elaborado todo um serviço para um estúdio de tatuagem, que contempla desde o 1º contato entre tatuador e cliente, as mídias para comunicação e divulgação, o estúdio, a logo, bem como todo o processo por trás da experiência que se pretende passar. A divisão do processo em etapas aumenta o tempo para elaboração e processo de execução da tatuagem, porém esse tempo é recompensado com uma experiência de aproximação, troca e empatia entre tatuador e tatuado, que reflete na construção conjunta de uma tatuagem singular, com mais significado e conteúdo, além de o cliente ter mais tempo para refletir sobre o desenho e o local do corpo que será tatuado.

A próxima parte do projeto seria testar o serviço elaborado. Nessa fase o foco seria dado para o processo (as etapas), para isso pode ser feito uma associação com algum tatuador que tenha interesse em proporcionar uma experiência diferenciada para seus clientes. Posteriormente seria ouvida as opiniões do tatuador e dos clientes com relação ao processo, para verificar se o mesmo alcança o objetivo desejado, que é o de oferecer uma experiência que também fique gravada na memória dos sujeitos, assim como a tatuagem na pele.

REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

(22 de Maio de 2018). Fonte: Findtattoo: <https://findtattoo.com.br/curiosidades/conheca-a-historiada-tatuagem-e-sua-evolucao/>

ANVISA. (dezembro de 2009). REFERÊNCIA TÉCNICA PARA FUNCIONAMENTO DOS SERVIÇOS DE TATUAGEM E PIERCING. Brasília. Fonte: <https://repositorio.observatoriodocuidado.org/bitstream/handle/handle/2018/Refer%C3%Aancia%20t%C3%A9cnica%20para%20o%20funcionamento%20dos%20servi%C3%A7os%20de%20tatuagem%20e%20piercing.pdf?sequence=1&isAllowed=y>

Bauman, Z. (2001). *Modernidade Líquida*. ZAHAR.

Conteúdo, E. (2018). Estúdio de tatuagem sem alvará é regra em SP. *Grande Empresas, Pequenos Negócios*.

Costa, A. (s.d.). ASPECTOS LEGAIS DOS ESTÚDIOS DE TATUAGEM. TattooJa. Fonte: <https://www.tattooja.com.br/aspectos-legais-dos-estudios-de-tatuagem>

Dall'ara, A. (12 de agosto de 2013). Levantamento vê problemas de higiene em Estudos de Tatuagem em SP. Sao Paulo, SP, Brasil: Folha de Sao Paulo.

DESIDÉRIO, K. P. (2016). A TATUAGEM E O SEU CONTEXTO PATRIMONIAL. Goiania , GO, Brasil: UFG.

DIAS, T. M. (2014). TINTA E DOR: A PRÁTICA DA TATUAGEM NA CONSTRUÇÃO DA IDENTIDADE. Mossoró, RN, Brasil: UERN.

Dino. (outubro de 2018). *Tatuagem cresce 24,1% nos últimos anos e tema geek é um dos mais populares*. Fonte: terra.com.br: <https://www.terra.com.br/noticias/dino/tatuagem-cresce-241-nos-ultimos-anos-e-tema-geek-e-um-dos-maispopulares,d12c60f9f4a5feed9b9d8e072a0f1523b3yd89sp.html>

Gonçalves, G. M. (2017). *A Arte da Tattoo: a proteção autoral da tatuagem*. Tres Rios - RJ: UFRRJ.

Kanda, D. (26 de outubro de 2017). Negócios: mercado de tatuagem vai além da arte e cresce durante a crise. Sao Paulo, SP, Brasil. Fonte: <https://economia.ig.com.br/2017-1026/negocios-mercado-tatuagem.html>

Lise Michelle, G. G. (01 de 01 de 2013). Tatuagem: Aspectos Históricos e Hipóteses Sobre a Origem do Estigma. *Brazilian Journal of Forensic Sciences Medical and Law Bioethics*.

Medium. (17 de Maio de 2018). Fonte: <https://medium.com/daliaresearch/who-has-the-mosttattoos-its-not-who-you-d-expect-1d5ffff660f8>

NOGUEIRA, N. D. (2015). *CORPORALIDADES, BODY MODIFICATION E A SOCIEDADE CONTEMPORANEA*. Brasília - DF: UNB.

O que Fazer com as Agulhas Usadas ? (abril de 2016). Fonte: ArtFusion: <http://blog.lojadatatuagem.com.br/tattoo/o-que-fazer-com-as-agulhas-usadas/>

Pérez, A. L. (Abril de 2006). *A identidade à flor da pele. Etnografia da Prática da Tatuagem na Contemporaneidade*. Rio de Janeiro: Mana.

Sanitária, D. T. (s.d.). PORTARIA CVS-12 DE 30-7-99. Sao Paulo, SP.