

UNIVERSIDADE DE LISBOA
FACULDADE DE BELAS-ARTES



**A AUTORIA NA TATUAGEM CONTEMPORÂNEA:
UMA PERSPETIVA DE DESIGN**

Bruno José Rodrigues Cordeiro

Orientadora: Profa. Doutora Suzana Isabel Malveiro Parreira

Tese especialmente elaborada para a obtenção do grau de Doutor em
Belas-Artes, na especialidade de Design de Comunicação

2022

UNIVERSIDADE DE LISBOA
FACULDADE DE BELAS-ARTES



**A AUTORIA NA TATUAGEM CONTEMPORÂNEA:
UMA PERSPETIVA DE DESIGN**

Bruno José Rodrigues Cordeiro

Orientadora: Profa. Doutora Suzana Isabel Malveiro Parreira

Tese especialmente elaborada para a obtenção do grau de Doutor em
Belas-Artes, na especialidade de Design de Comunicação

Presidente do júri: Doutor Jorge Manuel dos Reis Tavares Duarte, Professor Auxiliar do
Conselho Científico da Faculdade de Belas-Artes da Universidade de Lisboa

Vogais:

- Doutora Helena Barbosa, Professora Auxiliar da Universidade de Aveiro (1º arguente);
- Doutor José Manuel de Figueiredo Gomes Pinto, Professor Catedrático da Escola de
Comunicação, Arquitetura, Artes e Tecnologias da Informação (ECATI) da Universidade
Lusófona de Lisboa (2º arguente);
- Doutora Sofia Leal Rodrigues, Professora Auxiliar da Faculdade de Belas-Artes da
Universidade de Lisboa;
- Doutor Frederico André da Silva Duarte, Professor Auxiliar da Faculdade de Belas-Artes da
Universidade de Lisboa;
- Doutora Suzana Isabel Malveiro Parreira, Professora Auxiliar da Faculdade de Belas-Artes da
Universidade de Lisboa [orientadora].

Declaração de autoria

Eu, Bruno José Rodrigues Cordeiro, declaro que a tese de doutoramento intitulada "A autoria na tatuagem contemporânea: uma perspetiva de design", é o resultado da minha investigação pessoal e independente. O conteúdo é original e todas as fontes consultadas estão devidamente mencionadas na bibliografia ou outras listagens de fontes documentais, tal como todas as citações diretas ou indiretas têm devida indicação ao longo do trabalho segundo as normas académicas.

O Candidato,

Lisboa, 31 de outubro de 2022

Resumo

Historicamente a tatuagem tem inerente uma conotação negativa, sendo sobretudo associada à cultura *underground*, enquanto que a tatuagem contemporânea é portadora de um estatuto diferente, apresentando-se mais aberta, técnica e profissional. Ao distanciar-se do fenómeno marginal que a caracterizava tornando-se um meio socialmente imersivo, é necessário observar a tatuagem de uma perspetiva diferente para a poder compreender na atualidade.

A presente investigação utiliza o design como referência no estudo da tatuagem contemporânea, reconhecendo semelhanças entre os seus processos criativos e autorais. Mais do que estabelecer comparações, procura-se compreender a tatuagem a partir do campo artístico, enquanto atividade profissional, autoral, socialmente aceite e validada, ao reconhecer o trabalho produzido pelos seus intervenientes (tatuadores). Assim, pretende-se discutir como podem os processos criativos e autorais da tatuagem contemporânea ser descritos e explicados através do design.

O enquadramento teórico oferece revisão e discussão da bibliografia sobre o design e o modo como o processo criativo e autoral se manifesta, e a tatuagem, considerando as questões históricas, culturais e sociais que a condicionaram até à contemporaneidade. É escolhido o estudo de caso como método e são selecionados cinco tatuadores em cujo trabalho se reconhece um papel relevante da autoria. A análise é realizada com base num modelo triangular de design, que relaciona autoria, programa e tecnologia, sendo estabelecidos como eixos desses vértices a autoexpressão, coautoria e material.

Constata-se que o processo criativo dos tatuadores resulta da interação e diálogo contínuo com o cliente e visa corresponder às expectativas de ambos. Uma vez que os clientes diferem, os tatuadores têm de encontrar mecanismos que se adaptem às circunstâncias de cada trabalho, o que coloca especial ênfase na relação entre autoexpressão e coautoria.

Palavras-Chave: tatuagem contemporânea, design, criatividade, processo criativo, tatuadores

Abstract

Historically tattoos have a negative connotation, mostly associated with underground cultures, however contemporary tattooing has a different status, presented as more open, more technical and professional. By distancing itself from its underground phenomenon that used to characterize it, thus becoming a socially immersive medium, it's necessary to observe the tattoo from a different perspective in order to fully understand it nowadays.

This present investigation uses design as a reference to the study of contemporary tattooing, for it recognizes similarities between both creative and authorial processes. More than establishing comparisons, this research has as primordial goal to understand the art of tattooing from the artistic field as a professional, authorial, socially and validated activity, by recognizing the work produced by its stakeholders (the tattoo artists). Therefore, this investigation seeks to discuss how the creative and authorial methods of contemporary tattooing can be described and explained through design.

The theoretical framework offers a revision and discussion of bibliography concerning design and how the creative and authorial processes manifest, and the tattoo, taking in consideration historical, cultural and social issues that condition it until contemporaneity. The case study is chosen as the method and five tattoo artists are selected, whose work is recognized and has a relevant authorial role. The analysis is carried out following a triangular design model, that connects authorship, program and technology, by establishing as axes of those vertices self-expression, co-authorship and material.

It is stated that the creative process of tattoo artists results of the continuous interaction and dialogue with their client and aims to correspond to both their expectations. Since customers differ, tattoo artists must find mechanisms that are able to adapt to the circumstances of each task, what puts more emphasis on the relation between self-expression and co-authorship.

Keywords: contemporary tattoo, design, creativity, creative process, tattoo artist

Agradecimentos

São inúmeros os desafios que ao longo da tese colocaram à prova a capacidade de resiliência e superação. Como tal, gostaria de deixar uma palavra de agradecimento às pessoas que tornaram este caminho mais fácil.

Em primeiro lugar, à Prof. Suzana Parreira, por ter aceite orientar esta investigação, demonstrando sempre grande disponibilidade e encorajamento em todo o processo.

Aos tatuadores Beatriz Sousa, Eduardo Fernandes, Guilherme Suarez, Nelson Sacramento e Theo Pedrada, pois sem os seus contributos não seria possível realizar a investigação.

À Prof. Elisa Matos que sempre foi uma inspiração por acreditar mais nos seus alunos que eles próprios.

Ao camarada Miguel Dias, pelas leituras e revisões quando o discernimento já não era o melhor. Ao Alexander Ferreira, ao Rodrigo Reis, à Crista, à Sónia Messias, à Marta Fonseca, à Ana Cunha, à Sónia Ribeiro, à Baltar e à Rita Ferreira pela motivação e sobretudo paciência nas alturas mais difíceis.

À minha mãe que sempre me ensinou a não desistir.

ÍNDICE

Índice geral.....	vii
Índice de figuras e de tabelas	x

Índice geral

Introdução	13
Âmbito da investigação	14
Motivações Pessoais.....	15
O design	16
A Tatuagem.....	19
Processo criativo	24
Autoria	22
Metodologia	22
Estrutura da tese	23
Conclusão.....	25

Parte I - Enquadramento teórico

Capítulo 1_ Design: processo criativo e autoria.....	26
1.1 Criatividade, pensamento criativo e processo criativo	28
1.1.1 A Criatividade	29
1.1.2 Pensamento criativo	34
1.1.3 Processo criativo	37
1.2 Design como processo e como atividade	40
1.2.1 Visão ontológica do design.....	45
1.2.2 Domínios de design.....	49
1.3 Processo criativo em design	56
1.3.1 A metodologia projetual do design	58
1.4 A Autoria.....	59
1.4.1 A autoria no design.....	61
1.4.2 O designer autor enquanto produtor	64
<i>Síntese conclusiva do capítulo</i>	67
Capítulo 2_ Tatuagem: definição, história e contemporaneidade	69

2.1 O que é a tatuagem?.....	70
2.2 A história da tatuagem	71
2.2.1 A origem.....	71
2.2.2 As ilhas do Pacífico.....	73
2.2.3 A cultura japonesa.....	75
2.2.4 A cultura americana.....	78
2.2.5 Alemanha nazi.....	81
2.2.6 O movimento contracultura	82
2.3 Cultura popular: o “boom” do século XX.....	83
2.4 A tatuagem contemporânea.....	85
2.4.1 A autoria compartilhada	85
2.4.2 A prática na contemporaneidade.....	89
<i>Síntese do capítulo</i>	92
Capítulo 3: A tatuagem contemporânea numa perspetiva de design.....	94
3.1 Paralelismos entre o design e a tatuagem	95
3.2 A tatuagem a partir de uma perspetiva de design	98
3.2.1 Autoexpressão.....	102
3.2.2 Coautoria.....	104
3.2.3 Material.....	106
3.3 A prática da tatuagem contemporânea e o foco da investigação	109
3.4 A aplicação do modelo	111
<i>Síntese do capítulo</i>	116
Parte II – Estudo e resultados	
Capítulo 4: Metodologia	117
4.1 Questão central de investigação	118
4.2 Objetivos de investigação	119
4.3 Método de investigação	119
4.4 Proposição teórica	122
4.4.1 Objetivos.....	123
4.4.2 Seleção dos casos de estudo.....	124

4.4.3 Metodologia desenvolvida para selecionar e analisar os casos ...	124
4.4.4 Validação interna e externa	126
Capítulo 5: Estudo e resultados	130
5.1 Beatriz Sousa.....	131
5.1.1 Análise e interpretação	131
5.2 Eduardo Fernandes	137
5.2.1 Análise e interpretação	137
5.3 Guilherme Suarez.....	143
5.3.1 Análise e interpretação	143
5.4 Nelson Sacramento.....	149
5.4.1 Análise e interpretação	149
5.5 Theo Pedrada.....	155
5.5.1 Análise e interpretação	155
5.6 Validação do estudo.....	160
5.7 Discussão dos resultados.....	169
Conclusão	175
Bibliografia	182

Índice de figuras e de tabelas

Figuras

Figura 1.1 Csikszentmihalyi - Modelo sistémico de criatividade, adaptado por Alencar & Cavalcanti (2019).

Figura 1.2 Diagrama das principais categorias do intelecto e das suas relações Guilford (1957 p.111).

Figura 1.3 Diagrama do fluxo criativo (Guilera, 2011, p. 46).

Figura 1.4 Relação entre objeto e sujeito (Narváez, 2000, p. 46).

Figura 1.5 Modelo de design: arte, ciência e tecnologia (Findeli, 2001, p. 8).

Figura 1.6 Modelo de pesquisa em design de interação (Fallman, 2008, p. 2).

Figura 1.7 Modelo triangular: *firmitas, utilitas e venustas* (Costa, 2007, p. 9).

Figura 1.8 Análise do modelo triangular do design proposto por Francisco Providência (Branco, 2014, p. 176).

Figura 1.9 O design como interface entre outros âmbitos disciplinares (Branco, 2014, p. 177).

Figura 2.1 Tatuagens de Ötzi, o Homem de Gelo.

Figura 2.2 Tatuagem da princesa siberiana do gelo.

Figura 2.3 Ilustração clássica de Sydney Parkinson de um Maori tatuado da primeira viagem de Cook.

Figura 2.4 Cinzel de tatuagem Maori, 1890. (Krutak, 2013).

Figura 2.5 1875, homem tatuado (*Irezumi*) - de Kusakabe Kimbei.

Figura 2.6 1946, Tóquio. Um tatuador japonês trabalha no ombro de um membro do gangue *Yakuza*. (foto: Horace Bristol).

Figura 2.7 Marinheiros tatuados da marinha dos Estados Unidos, 1940 (foto de Thomas D. McAvoy).

Figura 2.8 Tatuagem tradicional americana. Desenhos do tatuador *Sailor Jerry* (1911-1973).

Figura 2.9 Patente da máquina de tatuar de Samuel O'Reilly.

Figura 2.10 Artoria Gibbons. Mulher tatuada e atração de circo.

Figura 2.11 Marca individual feita aos prisioneiros do holocausto (Nogueira, 2019).

Figura 2.12 Punk na década de 80.

Figura 2.13 Axl Rose, 1988 (fotografia de Ian Tilton).

Figura 2.14 Johnny Depp, 1988.

Figura 2.15 Pop Art.

Figura 2.16 Oriental.

Figura 2.17 *Neo Traditional*.

Figura 2.18 *Black and grey*.

Figura 3.1 Esquema relacional design/tatuagem contemporânea.

Figura 3.2 Esquema relacional da tatuagem contemporânea.

Figura 3.3 Modelo de Francisco Providência.

Figura 3.4 Proposta de modelo.

Figura 3.5 Tipos de agulhas utilizadas para tatuar (*Lenk Tattoo*, 2019)

Figura 3.6 Diferentes dimensões das interseções.

Figura 3.7 Dimensão da Autoria.

Figura 3.8 Dimensão do Programa.

Figura 3.9 Dimensão da Tecnologia.

Figura 5.1 Beatriz Sousa: Tatuagem do Dumbo (Disney).

Figura 5.2 Beatriz Sousa: Tatuagem caveira + flores.

Figura 5.3 Beatriz Sousa: Tatuagem *poison*.

Figura 5.4 Análise do processo criativo – Beatriz Sousa.

Figura 5.5 Eduardo Fernandes: Retrato 1.

Figura 5.6 Eduardo Fernandes: Retrato 2.

Figura 5.7 Eduardo Fernandes: Retrato 3.

Figura 5.8 Análise do processo criativo – Eduardo Fernandes.

Figura 5.9 Personificação feminina do diabo.

Figura 5.10 Guilherme Suarez: Odin.

Figura 5.11 Guilherme Suarez: Sereia.

Figura 5.12 Análise do processo criativo – Guilherme Suarez.

Figura 5.13 Nelson Sacramento: *Essen coal miner*.

Figura 5.14 Nelson Sacramento: *African Warrior*.

Figura 5.15 Nelson Sacramento: *Warrior*.

Figura 5.16 Análise do processo criativo – Nelson Sacramento.

Figura 5.17 Theo Pedrada: Catrina.

Figura 5.18 Theo Pedrada: Retrato e *Calligrafitti*.

Figura 5.19 Theo Pedrada: Retrato e *Calligrafitti*.

Figura 5.20 Theo Pedrada: Análise do processo criativo.

Figura 5.21 Sobreposição da análise individual dos tatuadores.

Tabelas

Tabela 5.1: Informação referente à tatuadora Beatriz Sousa.

Tabela 5.2: Informação referente ao tatuador Eduardo Fernandes.

Tabela 5.3: Informação referente ao tatuador Guilherme Suarez.

Tabela 5.4: Informação referente ao tatuador Nelson Sacramento.

Tabela 5.5: Informação referente ao tatuador Theo Pedrada.

Introdução

As marcas corporais ficaram conhecidas na Europa como tatuagem após a expedição marítima do capitão britânico James Cook às ilhas do pacífico, em 1769 e estão presentes em toda a história, ainda que em diferentes contextos, preponderância, expressividade ou significado. Ao longo da história as marcas corporais foram utilizadas em rituais de transição para a idade adulta, marcar prisioneiros, adorno corporal, modo de marcação representativa de pertença a uma tribo/clã, símbolo de irreverência e autoexpressão. Historicamente e culturalmente a tatuagem tem ancorada a si uma conotação pouco consensual, devido aos padrões socialmente estabelecidos, sendo vista como profanação do corpo, representação da marginalidade e contracultura. Atualmente, essa percepção negativa é menor, devido às mudanças sociais e culturais estimuladas pelos *media*, pelo acesso à informação, aumento do número de adeptos (clientes e tatuadores) e melhoria das condições de higiene em que as tatuagens são produzidas.

Ainda que na contemporaneidade a tatuagem seja socialmente mais aceita e consumida, o tema continua a ser controverso. Apesar das questões sociais e histórico-culturais inerentes, a presente investigação foca-se na tatuagem contemporânea enquanto campo de índole artística. Atualmente, muitos artistas encontram na tatuagem a possibilidade de construir carreira profissional e expressar a sua criatividade. Nesse sentido, o principal objetivo da investigação é descrever e explicar os processos criativos e autorais da tatuagem contemporânea, tendo como referência os processos criativos e o conceito de autoria no design.

O design é uma área em constante transformação, motivado pelos investigadores que continuamente contribuem para a sua expansão, mas também por influência da contemporaneidade, pois vivemos a um ritmo acelerado e de consumo, onde diariamente são produzidos novos artefactos e informação, o que leva a novas questões sociais e conseqüentemente novas oportunidades para o design intervir.

Contudo, o design é um campo cientificamente consolidado e interdisciplinar, e serve de ligação entre outras áreas do conhecimento, como a engenharia, a arte e a gestão. Devido às características que lhe são identificadas, considera-se que o design pode contribuir para a compreensão das dinâmicas de criação do tatuador, bem como identificar os fatores que determinam a autoria na tatuagem.

Sendo o design e a tatuagem contemporânea de campos de índole criativa, estabelece-se o processo criativo como via de ligação entre ambos. Ainda que os designers e os tatuadores produzam artefactos de diferente natureza, entende-se que o modo de interação com os clientes e o desenvolvimento do pensamento criativo se assemelha. Tanto os designers como os tatuadores projetam e produzem respostas a um pedido que em certa medida afeta determinada condição social. Todavia, não se pretende estabelecer comparações entre o design e a tatuagem contemporânea, devido às diferenças históricas e científicas dos campos, mas sim identificar as semelhanças, entre os seus processos criativos e autorais.

A autoria é um domínio que permite identificar a individualidade de um trabalho, tanto no design como na tatuagem contemporânea ou na arte. Uma vez que a autoria se manifesta no decorrer do processo criativo, considera-se que estes dois conceitos são essenciais para estabelecer a relação entre o design e a tatuagem contemporânea.

Motivações pessoais

A admiração pela capacidade de alguns tatuadores em produzir trabalhos tecnicamente complexos e únicos levou a questionar os motivos ou causas pelo qual a sociedade em geral continua a associar as tatuagens a indivíduos cujos valores são contrários às normas socialmente estabelecidas. Considerar a tatuagem como tema de investigação permitiu descobrir a cada etapa que este campo apesar de ser pouco compreendido é culturalmente rico. A controvérsia do tema e a fraca presença no campo científico contrastam com a riqueza cultural

que se tem desenvolvido ao longo do tempo e que gradualmente se vai consolidando no meio artístico. Ainda que esta investigação seja direcionada para a compreensão da tatuagem contemporânea enquanto campo artístico e orientada através do design, não é possível ignorar as questões culturais e sociais que a condicionam. O estigma não é algo exclusivo da sociedade em geral. Alguns tatuadores entendem que determinados artistas se aproveitam da cultura exclusivamente para fins monetários, na medida em que não conhecem as suas origens, tradições e essência. Assim, a tatuagem contemporânea deve ser compreendida dentro e fora do meio, sendo que a presente investigação procura contribuir para reflexão.

O design

Para a construção teórica da investigação em design e da consequente sistematização do pensamento produzido internacionalmente, será importante reconhecer, que chega um momento na evolução de cada área ou disciplina, em que se focalizam as questões intelectuais, como aquelas em que se estabelece a passagem de um território irregular e ambíguo para um de análise fundamentada.

(Félix, 2018)

O conceito de investigação em design pode assumir diferentes formas, uma vez que é condicionado pelo investigador. Todavia, a investigação em design é feita a partir do estudo intensivo do mundo artificial, que conjuga o conhecimento académico com o industrial. Apesar da oscilação provável entre a teoria e a prática elas relacionam-se, sendo que a primeira tem que ver com a criação de conhecimento novo e a segunda com a aplicação do conhecimento já existente. Deste modo, fazer investigação compreende a conceção de conhecimento novo e rigoroso, em que a teoria pode auxiliar-se da prática. A finalidade de encontrar novas matérias de estudo é também abrir caminhos para outros investigadores. O design é um campo interdisciplinar e as suas teorias e conhecimentos são

aplicados para o desenvolvimento de outras áreas, nomeadamente a gestão, a arte e a engenharia. Porém, esse envolvimento implica que exista a compreensão aprofundada do design, pois só assim é possível utilizar os métodos de forma rigorosa e eficaz e obter resultados coerentes e corretos (Félix, 2018).

Em design não é possível considerar apenas uma única solução para um problema. Devemos deixar em aberto todas as possibilidades, pois se em investigação considerarmos apenas uma única resposta vamos limitar o estudo. Então, o primeiro passo deve ser colocar temporariamente o problema em suspenso, de modo a considerar todas as alternativas. De seguida, as possíveis respostas previstas devem ser confrontadas com a descrição do projeto. Posteriormente, devem ser pensadas quais as metodologias que se adequam à investigação, de modo a estimular novos “*insights*” criativos. Em reflexão, num ambiente científico os problemas de design devem ser abordados como um paradoxo, pois não devem ser limitados a uma única resposta de reação e devem manter em aberto todas as possibilidades para solucionar o conflito (Dorst, 2006).

Norman & Verganti (2014) consideram o design como o processo de dar sentido às coisas e, por conseguinte, abordam a importância da pesquisa. No design, o conceito de pesquisa pode ser interpretado de duas formas: a primeira visa a exploração e experimentação que leva ao avanço do conhecimento, desenvolvimento e aplicação de teorias. A segunda, é a pesquisa enquanto atividade de coleta e análise de dados, para melhor entendimento de uma questão. Existem também dois tipos de inovação: a incremental que consiste em melhorar algo que já fazemos, e a radical que consiste numa mudança de estrutura, ou seja, fazer algo que nunca foi feito. Enquanto uma é prática comum, frequente e de continuidade, a outra implica algo novo e único, enquanto prática descontínua e rara de acontecer. As inovações mais ousadas são aquelas que são criadas de raiz, no sentido em que não existe uma necessidade formal evidenciada. Exemplos práticos são as redes sociais, em que a sua criação não

surge da resposta a nenhum problema previamente detetado, mas que acabam por criar necessidades que as próprias pessoas desconheciam. Essas inovações surgem impulsionadas pela evolução tecnológica que exige um crescimento contínuo para manter os níveis de sucesso, como é o caso da Google, do Facebook ou do Twitter, que se vão adaptando ao crescimento tecnológico.

Para se estabelecer uma área como um campo de conhecimento, é necessário que exista uma definição que a determine. No design, a sua definição tem sido constantemente debatida, como consequência da mudança dos tempos, da evolução tecnológica e das reflexões contraditórias. Porém, essa dificuldade de limitar e definir o design é também a sua característica mais relevante, uma vez que campos já completamente estabelecidos, não suscitam qualquer desafio à investigação e ao debate. As definições são importantes, pois elas sustentam propósitos e ideias. Por outro lado, uma definição não deve ser dada como fechada, pois isso limita o potencial da pesquisa. Ainda que existam vários tipos de definição, vamos considerar apenas dois, o descritivo e o formal. As definições descritivas focam-se apenas numa direção e na profundidade em que o assunto pode ser abordado. Nesse percurso o investigador desenvolve conexões às vezes inesperadas. Em design, a maioria das definições são descritivas e regularmente metafóricas. A sua plasticidade está relacionada com os inúmeros “*insights*” dos seres humanos. Quanto às definições formais, geralmente identificam várias causas e congregam-nas de forma equilibrada. Ainda que este tipo de definições seja menos comum elas também podem ser úteis (Buchanan, 2001).

Numa vertente prática consideramos o projeto como o momento de congregação social e tecnológica. O projeto é composto por objetivos, planeamentos, prazos, recursos, etc., que passam por vários estágios de criação, desenvolvimento e testagem, até à implementação do produto/serviço final. O processo de formulação pode ser suportado por influência de outros projetos, protótipos, esboços, estudos de campo, análise e especialistas de outras áreas. O

desenvolvimento de um projeto é um processo mecânico e estruturado, porém, as diferentes etapas não devem ser estanques, uma vez que envolve interações e experiências sociais. Um projeto ou artefacto que dele resulta tem como intuito ser parte integrante de um contexto social, não só no sentido de resolução de um problema, mas também no sentido de posse. A implementação de um produto ou serviço tem como finalidade colmatar uma falha ou fechar um ciclo, porém, este nunca pode ser um processo totalmente fechado. O design relaciona-se com o desenvolvimento do mundo artificial e é na possibilidade de melhoria desse mundo que existe a evolução. Assim, caso os protótipos que vão surgindo fossem dados como totalmente fechados, a evolução estaria comprometida. Nesse seguimento, as estratégias e táticas de design também devem estar abertas à apropriação por outros indivíduos, não no sentido de plagiar, mas com o intuito de potenciar o conhecimento já desenvolvido (Bjögvinsson et al., 2012).

A tatuagem

¹ “The overall message is that tattoos are more than marks of culture or marks of individuality. They are something we make in order to be in contact with other people, but also to be in contact with ourselves.”

A mensagem geral é que as tatuagens são mais do que marcas de cultura ou marcas de individualidade. Eles são algo que fazemos para estar em contacto com outras pessoas, mas também para estar em contato conosco.¹

(Martin, 2013, p.43)

A tatuagem estabelece-se na sociedade contemporânea como um tema socialmente complexo. Ainda que se verifique um distanciamento das subculturas, contraculturas e tribos urbanas, a aceitação ainda não é de senso comum. Mesmo em Portugal, inclusive nas gerações mais novas, existe a perceção dominante das marcas corporais enquanto símbolo de “autodestruição, patologia psíquica, marginalidade, desvio e contestação” (Ferreira, 2008, p. 48).

Apesar de histórica e culturalmente rica, as tatuagens têm-se associado à marginalidade e ao desvio dos padrões sociais. Porém, apesar de não se verificar

a mesma incompreensão na contemporaneidade, ainda é um tema que necessita ser discutido (Ferreira, 2008).

Atualmente, a tatuagem contemporânea está presente em diferentes contextos (nas ruas, escolas, praias, *media*, etc.), não só através das pessoas tatuadas, mas também através das marcas que utilizam a incompreensão na contemporaneidade para comunicarem os seus produtos. A noção do indivíduo tatuado estereotipado deixa de fazer sentido, na medida em que as tatuagens estão presentes em todas as classes sociais, independentemente do género, idade ou etnia (Ferreira, 2008).

A produção de tatuagem atinge uma nova dimensão na contemporaneidade, uma vez que os estúdios estão cada vez mais profissionais, como um negócio de venda de produtos e serviços, cumprindo normas e cuidados higiénicos, em que o ato de tatuar é equiparado a uma pequena cirurgia, cumprindo as normas necessárias para garantir a produção de forma segura. Por conseguinte, vão surgindo convenções nacionais e internacionais e associações, que permitem aos tatuadores e ao público seguidor trocar ideias, conhecimentos e experiências, promovendo assim o crescimento da comunidade. Por sua vez, os tatuadores provêm de uma base de formação ligada às artes plásticas, visuais ou design. Isso acontece muitas vezes devido ao descontentamento criativo, derivado das limitações de expressão que a carreira tradicional muitas vezes impõe. “Neste processo acabam por reclamar o estatuto de artista, em substituição do de artesão ou *scratcher*, ao pretenderem deixar de reproduzir apenas desenhos padronizados ou flashes para passarem a executar também desenhos originais, criados ou adaptados pelos próprios” (Ferreira, 2008, p. 56).

Por sua vez, os corpos dos indivíduos tatuados na contemporaneidade funcionam como telas que contemplam diferentes estilos e formas de expressão individual. Além do sentido estético e da autoafirmação, os tatuados são uma referência dos tempos atuais, da versatilidade de estilos e consequentemente dos tatuadores no

ativo, mas também o reflexo da profissionalização e mudança de estatuto social que a tatuagem tem alcançado. Já os desenhos têm evoluído através de um conjunto de fatores, como a troca de conhecimentos, a cópia, a adaptação e melhoramento do trabalho mútuo. Todavia, existem um conjunto de símbolos gráficos que foram desenvolvidos em determinados contextos históricos, inspirados muitas vezes nas vivências da época, como por exemplo, os marinheiros e soldados que durante as Guerras Mundiais tatuavam as suas experiências vividas (Martin, 2013).

² “Tattoos are symbolic of the places we have been, the people we have known and have been in conversation with, and even the intrigue we have as social beings with far-off places we have not, or may never, experience.”

As tatuagens simbolizam os lugares em que estivemos, as pessoas que conhecemos e com quem conversamos, e até mesmo a intriga que temos como seres sociais com lugares distantes que ainda não, ou talvez nunca, iremos experienciar.²

(Martin, 2013, p. 43)

É certo que as tatuagens podem assumir vários significados (uma consequência dos tempos atuais), deixando assim de ser representativas de um contexto específico. Deste modo, elas podem adotar determinado significado para quem as possui e outro completamente distinto para quem as observa. Esta pluralidade de significados faz desta forma de expressão uma rede complexa de comunicação (Martin, 2013).

Processo criativo

A criatividade é a capacidade de imaginar, criar e transformar problemas do quotidiano em resultados inovadores. Ela manifesta-se através do processo criativo, que consiste num processo de estruturação do pensamento que tem como finalidade estabelecer estratégias para a obtenção de soluções criativas. O processo criativo é transversal a todas as áreas e pode ser aplicado a partir métodos que se adequem às circunstâncias e necessidades. Ainda que possa ocorrer de forma inesperada, o “*insight*” criativo nem sempre acontece quando esperado e, como tal, o processo criativo permite estabelecer mecanismos que o

estimulem e façam surgir o “*insight*”, como é o caso das técnicas de *brainstorming* e dos mapas mentais. Ainda que a capacidade criativa seja diferente para todos os indivíduos, devido às suas experiências de vida, estímulos ou aptidão natural, ela pode ser estimulada e treinada (Moser, 2015).

A autoria

O conceito de autoria pode ser identificado em inúmeras áreas como a pintura, música, escultura, cinema, fotografia, escrita, etc. Cada campo compreende a utilização de materiais, processos e composições distintas, que resultam em diferentes tipos de discurso. A designação de autoria compreende um certo *status* pois permite associar um conjunto de obras a determinado indivíduo. Para Santos (2018), o conceito de autoria relaciona-se com o indivíduo que pensa e documenta o seu processo criativo e questiona os seus métodos, a sociedade, a própria existência e o caminho intelectual, tendo em vista o impacto social e político do seu trabalho, manifestando dessa forma a sua individualidade. Por exemplo, quando referimos Picasso, não estamos a associar o nome a uma pessoa, mas sim a um conjunto de obras que se agrupam e relacionam. Assim, a autoria remete para um tipo de discurso que se associa ao *status* de determinado indivíduo em relação à sua obra extensa.

Metodologia

Sendo a pesquisa de índole exploratória é escolhido o estudo de caso como método de investigação. Uma vez que a tatuagem contemporânea ainda é um campo pouco explorado, a escolha deste método permite estudar “casos” contemporâneos em profundidade e em contexto real.

Uma das vantagens do estudo de caso é ser um método bastante dinâmico e de fácil adaptação às circunstâncias. Porém, a falta de protocolos bem definidos e estruturados exigem do investigador um maior rigor, de modo a garantir a fidelidade do estudo. Nesse sentido, o estudo deve ser exposto a critérios de

validação interna e externa, para garantir a confiabilidade dos resultados (Yin, 2015).

É proposto o estudo de cinco casos, ou seja, cinco tatuadores em cujo trabalho se reconhece autoria. A recolha de informação é realizada a partir das técnicas qualitativas de entrevista e observação. A partir dos dados obtidos é realizada a análise dos casos com base no modelo triangular que tem por base a proposta de Providência (2012) (autoria, programa e tecnologia).

Estrutura da tese

A tese encontra-se dividida em duas partes. A primeira corresponde ao enquadramento teórico que é composto por três capítulos. O primeiro capítulo é dedicado ao estudo do design enquanto disciplina e aos conceitos do processo criativo e autoria. O segundo capítulo corresponde à tatuagem e tem como finalidade abordar as questões sociais, culturais e artísticas que a moldaram ao longo da história. Por fim, o capítulo três tem como objetivo abordar os pontos de relação e interceção entre o design e a tatuagem contemporânea.

A segunda parte (estudo e resultados) corresponde aos capítulos quatro e cinco. No capítulo quatro são estabelecidos os objetivos e métodos de investigação, enquanto que no capítulo cinco é desenvolvido o estudo, a validação do mesmo e a discussão dos resultados.

Capítulo 1 – Design: processo criativo e autoria.

O primeiro capítulo começa por abordar o conceito de criatividade, pensamento criativo e processo criativo e descreve a forma como estes conceitos se manifestam no design. Este capítulo discute as questões epistemológicas e ontológicas do design, nomeadamente o modo como se relaciona com outras disciplinas. São também considerados alguns modelos de design como referência ao estudo. O capítulo termina com a discussão do conceito de autoria no design.

Capítulo 2 – Tatuagem: definição, história e contemporaneidade.

O segundo capítulo inicia-se com a definição da tatuagem e descrição do processo de tatuar. De seguida, é dissertada a sua história e apresentados os motivos que a fazem associar-se à cultura *underground*. Posteriormente, são discutidos os motivos que tornaram a tatuagem popular e os fatores contribuem para o seu crescimento contínuo na contemporaneidade, nomeadamente o perfil do público consumidor, os novos artistas e as suas influências, os materiais e os estúdios profissionalizados.

Capítulo 3 - A tatuagem numa perspetiva de design

No terceiro capítulo estabelece-se um paralelismo entre o design e tatuagem contemporânea, de modo a identificar os pontos que os relacionam. Neste capítulo são também consideradas as diferenças entre o design e a tatuagem contemporânea, nomeadamente ao nível do reconhecimento pela academia. Em seguida, é utilizado o modelo triangular de Francisco Providência (autoria, programa e tecnologia) no âmbito da tatuagem contemporânea, com a finalidade de estabelecer um modelo de análise para o estudo em questão.

Capítulo 4 – Objetivos e método de investigação

O quarto capítulo enquadra-se na segunda parte da tese. Neste capítulo é delineada a questão central da investigação, o objetivo principal e os objetivos específicos. Posteriormente, é definido o estudo de caso como o método de investigação. Juntamente são referidas as vantagens da utilização do método, bem como as dificuldades inerentes às suas características. É também estabelecida a proposição teórica que orienta o estudo.

Capítulo 5 – Estudo e resultados

No quinto capítulo são apresentados e analisados individualmente os cinco casos de estudo. Dessa análise constata-se a experiência pessoal de cada tatuador, que,

em certa medida, reforça na primeira pessoa os conteúdos abordados no capítulo dois, sobre tatuagem contemporânea. Numa segunda fase, são analisados os processos criativos dos tatuadores, com base num modelo de design. De seguida, são apresentados os resultados e confrontados com os objetivos da investigação.

Conclusão

Na conclusão é feita uma síntese dos pontos principais de toda a investigação. São relacionados os objetivos com os resultados, de modo a perceber se os resultados alcançados correspondem à proposição teórica com que se iniciou o estudo. Posteriormente, são indicadas as limitações do estudo e realizada uma reflexão sobre o trabalho desenvolvido. Para terminar são indicadas pistas de investigação futura.

Parte I – Enquadramento teórico

--

Capítulo 1_ Design: processo criativo e autoria

O design é uma atividade criativa, interdisciplinar e estratégica e as suas ideias, métodos e processos configuram uma abordagem de índole criativa. O design influencia e é influenciado por diversas áreas (gestão, engenharia, artes) e utiliza uma metodologia projetual; com o intuito de resolver problemas ou responder a questões, estruturada num processo criativo que constitui a base de pensamento inerente do designer. Como “arte produtiva”, o design concebe planos e implementa escolhas e, como tal, considera as experiências emocionais dos indivíduos. Em certa medida, o design com a sua metodologia e processo criativo concebe novas formas de reconstrução do mundo (Facca, 2020; Freire, 2009; Pezzin, n.d.).

Neste sentido, a produção em design resulta de um trabalho maioritariamente coletivo, da relação entre cliente e designer, ou mais colaboradores que possam estar envolvidos. Todavia, apesar dessa pluralidade de intervenientes e do sentido prático de resposta a uma questão do quotidiano, o designer manifesta a sua singularidade através do trabalho desenvolvido. Tudo o que é produzido não é mais que a sua visão pragmática perante os problemas sociais, sendo nesse seguimento que se manifesta o seu estilo, enquanto criador individual (Weymar, 2009).

A autoria é um conceito que se relaciona com a capacidade intelectual de produzir algo. Contudo, essa capacidade nem sempre é interpretada como uma atividade inteiramente intelectual, sendo subentendida como um dom ou poder inerente ao processo criativo. A ação de criar do qual resulta a autoria, está associada a um indivíduo, ou seja, o autor, e compreende a ideia de posse, por se tratar do responsável dessa criação (Azevedo & Campos, 2017).

O trabalho do designer traduz-se na constante recriação e inovação de artefactos já existentes, explorando os sentidos e novas formas de ver o mundo. Numa era de informação e consumo rápido, a durabilidade e usabilidade de um artefacto rapidamente pode ser ultrapassada. Assim, o responsável pela criação do

produto, muitas vezes funciona como uma garantia simbólica de qualidade, tendo também a capacidade de ditar o fim da sua usabilidade. Contudo, não é só o produto que desenvolve um valor simbólico de consumo. Em alguns casos, a assinatura do designer ganha de tal modo força, que o valor simbólico do produto provém primeiramente de quem é o autor, mais do que da sua funcionalidade. O designer transforma a contemporaneidade através da influência exercida nas relações entre os sujeitos, objetos e ambientes, em que a autoria muitas vezes funciona como um elo de validação das expectativas sobre os novos produtos. Com a aprovação e compreensão do público consumidor, o autor torna-se uma referência (Almeida & Matteoni, 2015).

1.1 Criatividade, pensamento criativo e processo criativo

A criatividade, o pensamento criativo e o processo criativo são muitas vezes utilizados como sinónimos e embora se relacionem, podem ser descritos e explicados de forma independente (Zavadil, Da Silva & Tschimmel, 2016). Todos os seres humanos nascem com capacidades criativas, todavia, ao longo da vida, o ambiente em que as pessoas estão inseridas e a educação que recebem transforma essas características, podendo desenvolvê-las ou retraí-las. Contextos educativos fechados tendem a não reforçar a criatividade e, pelo contrário, se os ensinamentos forem transmitidos através de estímulos que promovam a criatividade desde a infância e ao longo de toda a sua formação, haverá naturalmente uma maior capacidade de resposta criativa. Em suma, as pessoas, a educação e o ambiente social onde crescemos e nos desenvolvemos enquanto seres, molda o tipo de pessoas criativas em que nos tornamos na idade adulta. Pessoas criativas facilmente encontram estímulos em qualquer circunstância ou ambiente e é através da criatividade que se encontram as soluções para melhorar e desenvolver a qualidade de vida de uma sociedade (Guilera, 2011).

A criatividade, a capacidade e habilidade intelectual constroem cooperativamente ideias inovadoras e originais, em que o processo criativo reflete o modo de pensar e agir do indivíduo. O indivíduo explora uma linha de

pensamento lógico no qual a ação criativa, proveniente do conhecimento teórico e da prática, resulta na criação de um novo conhecimento. Todavia, esse conhecimento criado só é considerado como novo, caso seja reconhecido por especialistas da área em questão. Esse desenvolvimento consiste numa experiência onde o indivíduo aplica métodos e técnicas, mas que dificilmente consegue controlar o desempenho de todas as variáveis envolvidas. Nesse sentido, o indivíduo projeta uma ideia e direciona-a para um resultado e durante o processo vai adaptando e construindo alternativas na linha de pensamento até alcançar o objetivo final, tratando-se sempre de um percurso de aprendizagem individual (Tomaili, 2019).

1.1.1 A Criatividade

³ No original “Creatividad es percibir, idear, expresar y convertir en realidad algo nuevo y valioso.”

*A criatividade é perceber, conceber, expressar e transformar algo novo e valioso em realidade.*³

(Guilera, 2011, p.30).

A criatividade é explorada em diferentes áreas e, embora não seja possível encontrar uma definição única, existem dimensões comuns às diferentes propostas. Recorrendo à etimologia, a palavra vem do verbo *creare*, que significa originar, gerar, formar, ou seja, a palavra tem na sua raiz a dimensão de nascimento e transformação (Cavalcanti, 2006). É uma capacidade cognitiva sistêmica, manifestada através de ideias, conceitos e questões, que procuram encontrar soluções/respostas novas, providas de valor, que são influenciadas por diferentes fatores contextuais, do ambiente sociocultural (Zavadil, Da Silva & Tschimmel, 2016).

São vários os fatores que podem moldar a criatividade que, consoante as características próprias de cada indivíduo, se manifestam em diferentes proporções. Assim, a criatividade resulta do entendimento do conhecimento individual, da personalidade, do contexto social em que o indivíduo se insere, da

experiência profissional, das emoções, da motivação e curiosidade. A criatividade é uma característica procurada para resolver problemas através de flexibilidade, plasticidade e fluidez do pensamento, adaptando-se às circunstâncias (Tomaili, 2019).

Numa primeira instância a criatividade surge através da expressão ou ação humana, em que o indivíduo explora as suas capacidades, desenvolvendo um processo de construção perante a atividade criativa, ao tomar consciência das suas potencialidades. Ainda que possa haver indivíduos mais criativos que outros, a criatividade não é exclusiva de um determinado conjunto de pessoas e revela-se consoante o estímulo e frequência com que é praticada, podendo ser desenvolvida e aprimorada. A criatividade apresenta quatro pontos de vista: o sujeito criativo e as suas características próprias, o processo mental desenvolvido, o meio envolvente que influencia e condiciona os resultados e o produto daí resultante (Alves & Castro, 2015). Deste modo, a criatividade é concebida como um fenómeno sociocultural, constituído por uma rede complexa de interações variáveis entre indivíduos, em que o potencial criativo é inerente a todos, ainda que varie o tipo e o grau, consoante a idade, o sexo ou condição social. A atividade criativa deve ser estimulada nos diferentes contextos da vida (família, escola, trabalho, atividades de lazer, relacionamentos afetivos, etc.). Dada a complexidade do fenómeno multidimensional que é a criatividade, é necessário adotar uma postura flexível e aberta para o facto de não ser possível explicá-lo na sua totalidade (Alves & Castro, 2015; Sakamoto, 2000).

Existem todo o tipo de pessoas criativas, mas, muitas delas não utilizam as suas capacidades por uma questão de atitude. A autoestima é um dos fatores que pode ser impeditivo da criatividade, em que determinadas pessoas assumem que não nasceram com esse tipo de capacidade; outra razão pode ser a falta de curiosidade ou motivação. Nesse seguimento, considera-se o instinto de curiosidade, o inconformismo, a motivação, a iniciativa, a profundidade, a perseverança e a autoestima como fatores que compõe uma atitude criativa.

Ainda que necessária, a atitude criativa poderá não ser suficiente se não for acompanhada de algum tipo de habilidade. Essa habilidade é composta por técnicas e por exemplo métodos que podem ser trabalhados e desenvolvidos (Guilera, 2011).

O número de estudos desenvolvidos em torno da criatividade aumentou nas últimas décadas, devido à relevância conferida na atualidade às soluções criativas. Mais do que contribuir para a resolução de questões, a criatividade ajuda-nos a pensar em novos problemas e, é devido a essa forma de pensar, que progredimos enquanto humanidade e nos distinguimos dos outros animais (Csikszentmihalyi, 1997).

As discussões em torno do tema relacionam-se com a sua natureza dicotômica, em que o “c” minúsculo da criatividade representa as soluções criativas que encontramos no dia-a-dia para resolver problemas circunstanciais, enquanto que a criatividade com “C” maiúsculo representa as soluções criativas que geram grande impacto social, afetando a forma como as pessoas pensam, sentem e vivem (Alencar & Cavalcanti, 2019).

Csikszentmihalyi (1997) refere que a criatividade não pode apenas ser observada pelo ponto de vista do ser criativo, na medida em que as ideias criativas também necessitam de um público que as interprete e implemente. Para tal, é preciso haver indivíduos externos, a quem se reconheça competência sobre o tema em questão, para avaliar a pertinência da proposta. Nesse sentido, o modelo proposto por Csikszentmihalyi sobre a perspectiva sistêmica da criatividade, é essencial para a compreensão do processo criativo e da forma como a criatividade se manifesta. Este modelo é composto por três campos que se interrelacionam (indivíduo, campo e domínio) (Alencar & Cavalcanti, 2019; Csikszentmihalyi, 1997):

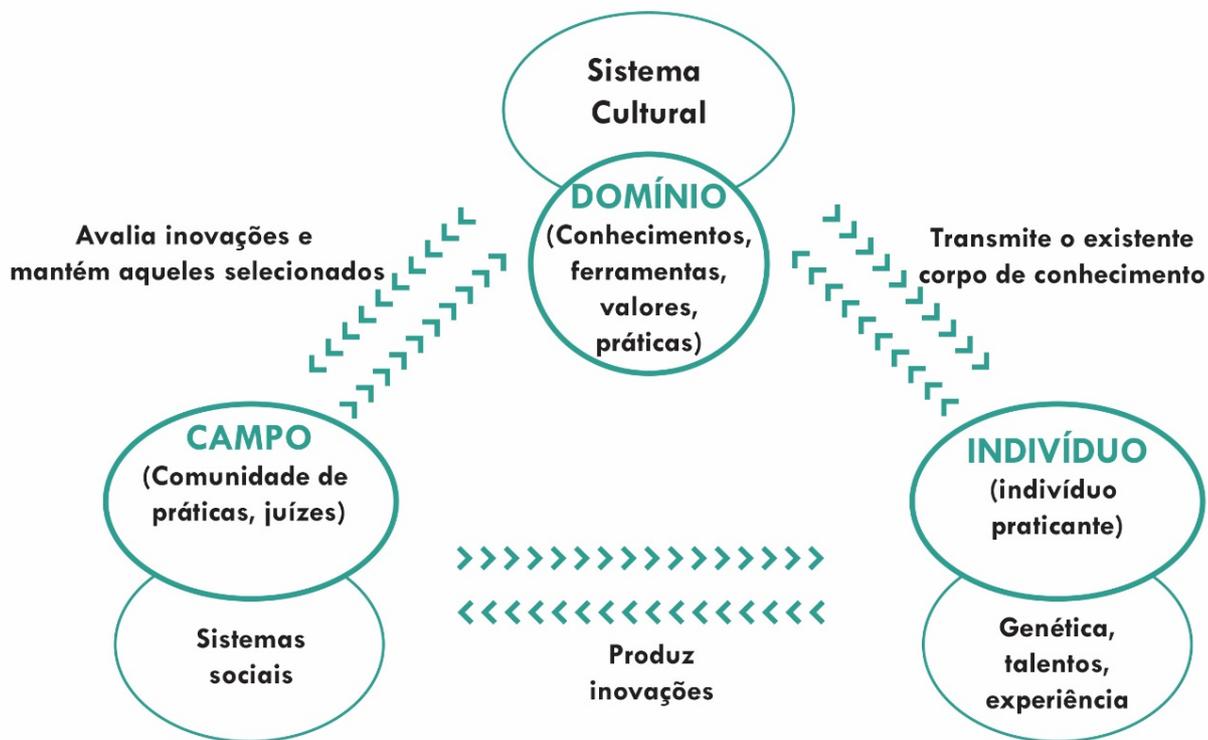


Figura 1.1 Csikszentmihalyi - Modelo sistêmico de criatividade, adaptado por Alencar & Cavalcanti (2019).

A criatividade é uma questão ambígua e, nesse sentido, os sistemas não podem ser interpretados de forma isolada. Eles representam um sistema de relação circular, em que o início é meramente arbitrário, uma vez que os ciclos se repetem. Todavia, é tomado como ponto de referência o indivíduo que tem as ideias criativas, o chamado “*insight*”. Porém, esse “*insight*” não surge do vazio e tem por base o conhecimento já adquirido sobre o sistema cultural. Deste modo, uma pessoa apesar de ser talentosa, se não tiver acesso à informação não pode ser criativa, ou seja, um músico não pode escrever uma sinfonia criativa se não souber música, assim como um *chef* mandarim não pode fazer culinária chinesa criativa, se não conhecer esse tipo de culinária (Csikszentmihalyi, 2014, p.51). Em resumo, se um indivíduo não estiver familiarizado com o campo e domínio em que quer intervir, não conseguirá ser criativo, por mais capacidades que tenha.

Assim, o indivíduo é o criador: avalia, interpreta e produz, provocando alterações num domínio ou área de conhecimento. Nesse processo de ampliação da cultura (domínio), o indivíduo expõe a sua criação a um conjunto de especialistas (campo), para validar a incorporação dessa nova ideia (Alencar & Cavalcanti, 2019; Csikszentmihalyi, 1997).

O domínio consiste num conjunto de normas simbólicas estabelecidas intelectual e culturalmente, proveniente dos pensamentos, emoções e conhecimento partilhado pela sociedade. Essas regras resultam da interatividade social que ocorre e é transmitida ao longo das gerações. São inúmeros os domínios existentes em cada cultura e, para que um artefacto seja considerado de índole criativa, precisa de estar inserido num desses domínios, ou estabelecer um novo contemplando normas que o regulem. Todavia, o talento, as competências e a criatividade de um indivíduo só se revelam se ele as expressar no domínio em que se enquadra essas capacidades (Alencar & Cavalcanti, 2019; Csikszentmihalyi, 1997).

O campo é composto por pessoas a quem se reconhece competência para legitimar a estrutura de um domínio e avaliar a incorporação de uma nova ideia ou artefacto criativo. Contudo, nem sempre o campo está certo e, devido aos critérios excessivamente rigorosos, podem deixar passar ideias inovadoras que seriam benéficas. Critérios excessivamente rigorosos podem prejudicar o domínio, na medida em que o priva da novidade, porém, o oposto (sendo demasiado liberal) também fará com que o domínio não consiga processar demasiadas novidades (Alencar & Cavalcanti, 2019; Csikszentmihalyi, 2014).

É comum os estudos da criatividade estarem centrados na perspectiva do indivíduo. Nesse sentido, Csikszentmihalyi (2014, p. 58) refere que a sua intenção não está em desenvolver um argumento de traição à psicologia, em virtude das abordagens históricas e sociológicas, mas sim, transmitir a necessidade de compreender o ambiente complexo em que o indivíduo opera e

se insere, uma vez que a sua compreensão contribuirá para enriquecer o conhecimento sobre a forma como a criatividade se manifesta.

1.1.2 O pensamento criativo

O pensamento criativo é uma capacidade cognitiva que pode ser desenvolvida e estimulada, para que dele resultem novas conexões e ideias, entre informação, conhecimento e experiências armazenadas. Porém, como seres conectados em rede, permitimos que o pensamento seja influenciado e estimulado por contextos sociais e de grupo, construindo assim novas ideias, moldadas pela expressão e pensamento do outro (Zavadil & Silva, 2016).

Guilford⁴ (1973) define dois tipos de pensamento, o convergente e o divergente. O pensamento convergente é o mais comum e pressupõe uma única resposta. O pensamento divergente relaciona-se com o questionar, investigar e capacidade de gerar respostas múltiplas, novas, inesperadas e não convencionais. Na visão do autor um indivíduo criativo revela as seguintes características de personalidade:

⁴ Joy Paul Guilford (1897 – 1987) é um dos fundadores da psicologia da criatividade, tendo proposto pela primeira vez o conceito de pensamento divergente e a sua distinção do convergente (Markov, 2017).

- Flexibilidade: capacidade de pensar além do óbvio e do tradicional.
- Fluidez: pensar em diferentes soluções do problema.
- Elaboração: preocupação com os detalhes.
- Tolerância à ambiguidade: evitar a tensão entre ideias e valores.
- Originalidade: pensamento divergente; ir além do esperado.
- Amplitude de interesse: preocupação com as implicações das ideias.
- Sensibilidade: capacidade de detetar problemas e necessidades do quotidiano.
- Curiosidade: abertura para novas ideias e experiências.
- Independência: pensar por nós mesmos.
- Reflexão: capacidade de rever e avaliar as ideias.
- Ação: capacidade de colocar em prática a ideia.
- Concentração e persistência: capacidade de trabalhar dura e continuamente.
- Compromisso: envolvimento profundo e compromisso.

- Expressão da personalidade total: manifestação do lado masculino e feminino, que leva muitas vezes a tensão social.
- Sentido de humor: capacidade de expressar o humor nas contradições e dificuldades da vida.

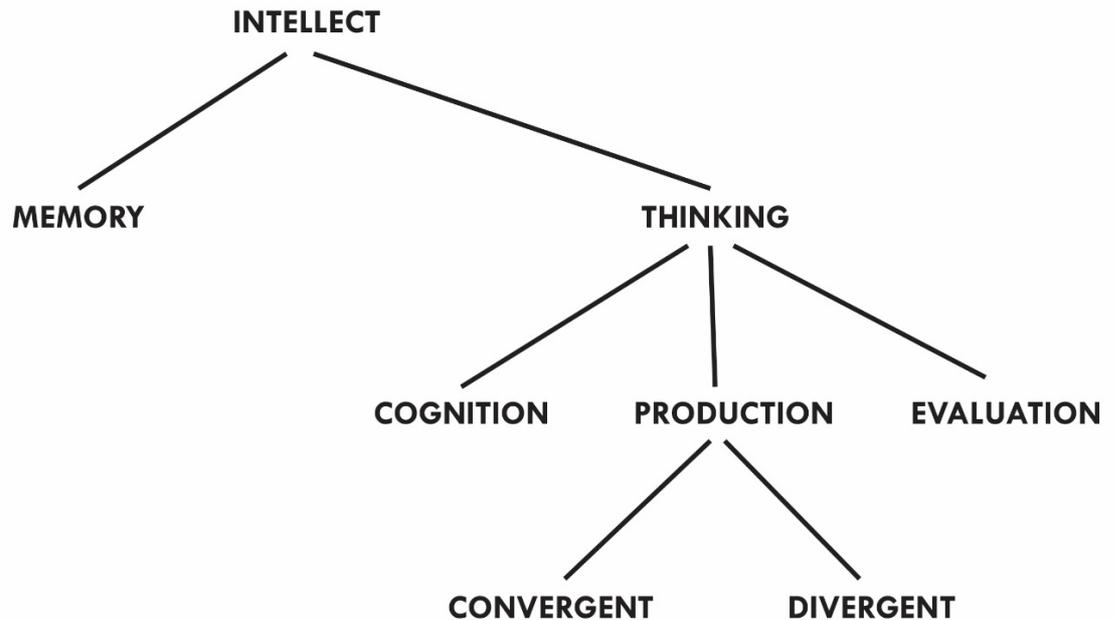


Figura 1.2 Diagrama das principais categorias do intelecto e das suas relações Guilford (1957, p.111).

Guilford (1957) apresenta um diagrama de representação do intelecto, constituído pela memória e o pensamento. Existem três fatores que influenciam o pensamento: a cognição, em que tomamos consciência das coisas no qual somos confrontados; a produção, que é a resposta resultante desse confronto; e a avaliação, em que avaliamos o produto do nosso pensamento. Um ato criativo envolve os três fatores, todavia, esse acontecimento não é exclusivo da produção divergente, pois em determinados momentos da produção, os pensamentos são avaliados, num sentido lógico, convergente. Assim, apesar da criatividade se manifestar através dos pensamentos divergentes, em determinados momentos de resolução dos problemas, ela funciona em conjunto com os pensamentos convergentes, como forma de validação.

Solucionar problemas implica um pensamento criativo, que pode ser delineado e estruturado. Wallas (1926), em *The Art Of Thought*, desenvolveu um modelo de estruturação do processo de criação, composto por quatro estágios (preparação, incubação, iluminação e verificação):

- A **preparação** inclui a identificação e a definição do problema, bem como a recolha de informação sobre o mesmo. O problema é investigado e todas as suas variáveis são exploradas ao máximo.

-A **incubação**, envolve o processamento inconsciente de informações, onde muitas vezes o problema é temporariamente deixado de lado e a mente explora novas conexões criativas de forma livre e sem censura, com base na preparação realizada anteriormente.

- A **iluminação** é o momento em que a mente encontra a solução, ou seja, o “*insight*”, contudo, essa solução pode não ser a correta, mas fará com que o pensamento esteja um passo mais próximo do que pretende alcançar, sendo este um processo contínuo até à solução final.

- A **verificação** é o estágio final, em que o criativo coloca em prática e à prova a sua ideia. Porém, mais do que testar a ideia é preciso compreender se ela se adequa à realidade.

Wallas (1926) indica que os quatro estágios do pensamento criativo não devem ser interpretados de forma isolada ou linear, uma vez que eles estão interligados entre si. No dia-a-dia, ao lidarmos com vários problemas em simultâneo, de contextos e origens diferentes, desencadeamos o desenvolvimento de uma teia complexa de conexões, que resulta na sobreposição dos estágios. Em contexto prático, esta rede de relações faz com que em momentos aleatórios do quotidiano, como praticar uma atividade, observar uma paisagem ou objeto, possam desencadear um “*insight*” criativo.

1.1.3 O processo criativo

Botella, Zenasni, & Lubart (2018) definem o processo criativo como uma sucessão de pensamentos e ações que levam a produções originais e pertinentes, podendo ser explicado em duas dimensões: macro (onde se caracterizam as etapas do processo) e micro (onde se explicam os mecanismos intrínsecos ao processo).

Na sua gênese o processo criativo acontece quando transpomos para o exterior, de forma tangível e concreta, algo de novo que descobrimos dentro de nós; é a interação entre o nosso interno e o externo, o consciente e inconsciente, o sonhar e o fazer, entre a reflexão solitária e a colaboração ativa. Tendo em vista os quatro estágios do pensamento criativo (preparação, incubação, iluminação e verificação), consideramos os estágios dois e três como os da inspiração (sonhar, refletir, imaginar), em que permitimos que a mente inconsciente faça o seu trabalho. As fases um e quatro têm que ver com a criação: fazer pesquisa, planeamento, execução e colaboração. É então através da relação e encadeamento entre inspiração e criação que os trabalhos ganham vida (Gregoire, 2019).

Maya (2014) refere que a aplicação de métodos e técnicas (ferramentas teórico-práticas) ajudam a potenciar o desenvolvimento do processo criativo, aumentando as capacidades e habilidades do indivíduo. Com a preparação e aplicação de determinadas metodologias no desenrolar do processo, torna-se mais fácil coordenar, organizar e planear uma sequência lógica e sistemática e desta forma alcançar resultados mais satisfatórios na produção final. As metodologias permitem ao indivíduo estimular a criatividade e as suas capacidades intelectuais de forma mais evidente.

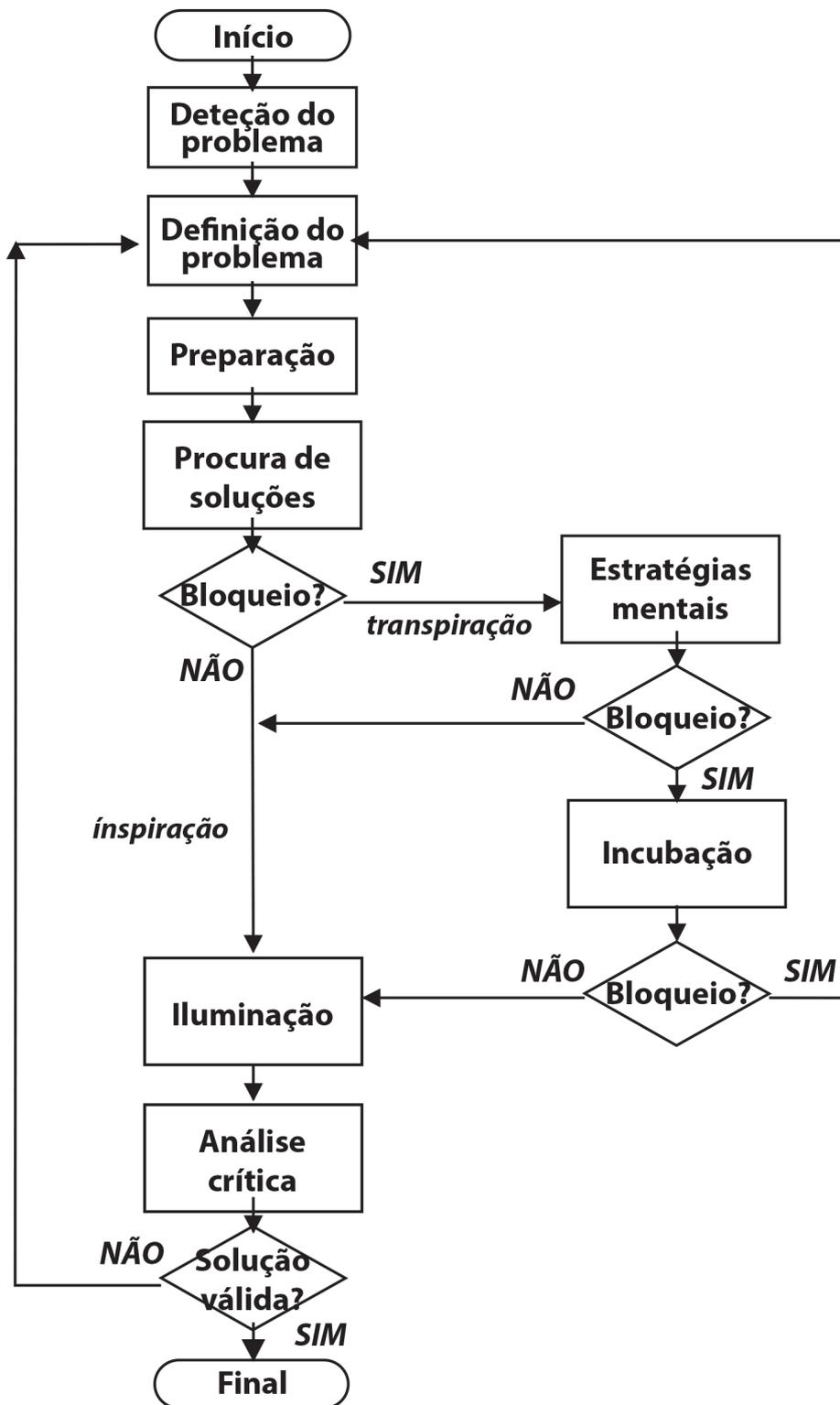


Figura 1.3 Diagrama do fluxo criativo (Guilera, 2011, p. 46).

Observando o esquema proposto por Guilera (2011), os quatro estágios do pensamento/processo criativo têm um *feedback* em espiral. Os resultados que vão sendo obtidos fornecem ao indivíduo maior experiência e conhecimento, traduzindo-se numa maior capacidade de resolução, não só do problema em questão, mas também dos futuros. Em resumo, este processo colabora com o aparecimento de novas realidades e conseqüentemente contribui para o enriquecimento do meio ambiente envolvente e da sociedade em geral, ou seja, a criatividade é um ciclo que se alimenta de si próprio; quanto mais estimulada a criatividade, mais esta se manifesta. No entanto, a procura por “*insights*” criativos pode-se tornar um vício e nesse processo de procura insaciante podem surgir diferentes tipos de barreiras: ambientais, perceptivas, emocionais, cognitivas, bloqueios mentais, bloqueios expressivos e socioculturais (Guilera, 2011).

São vários os estudos que abordam a criatividade e o processo criativo sobre diferentes perspectivas, considerando os métodos, processos e contextos (individual e social) em que esta se manifesta. Enquanto capacidade cognitiva, a criatividade pode ser utilizada para criar algo novo e acrescentar valor a determinado campo (Zavadil & Tschimmel, 2016). Em resumo, a criatividade resulta do processo de reflexão e consciencialização das emoções, que, devidamente exploradas e estimuladas, permitem encontrar soluções inovadoras para problemas do quotidiano. Deste modo, a criatividade é composta por três fatores: domínio, processo criativo e motivação. O domínio está relacionado com o conhecimento que o indivíduo tem sobre a área de intervenção; o processo criativo com a sua personalidade, experiência de vida e contexto social; e a motivação, com a predisposição que o indivíduo tem para encarar os novos desafios. O relacionamento equilibrado destes três fatores produz o pensamento criativo, que, “aparece intimamente ligado às diferentes técnicas de expressão, pois estas pressupõem a criação de algo e estão intimamente ligadas à comunicação” (Moser, 2015, p.2).

1.2 Design como processo e como atividade

O conceito de 'Design' pode ser entendido tanto como um processo e por tal uma ação – atividade de pensar, imaginar, representar, refletir, criar, conceber e produzir uma forma para determinado programa ou objetivo predefinido – ou como a forma que resulta dessa ação, desse processo.

(Dias, 2011, p. 75)

A palavra design é uma palavra polissêmica e os diferentes significados que lhe atribuem resultam da amplitude de relações estabelecidas com as diferentes áreas. O design como área interdisciplinar recorre a diferentes campos de estudo de modo a sustentar o desenvolvimento de projetos, empregando um conjunto de técnicas que se concretizam em processos criativos. A complexidade do mundo atual, o ritmo de trabalho e a profundidade das comunicações exigem ao designer um conjunto de ferramentas que lhe permitam processar e incorporar informações de forma eficaz, ainda que a tarefa seja complexa. As técnicas criativas oferecem um conjunto de alternativas facilitadoras de soluções convenientes e inovadoras, no qual a criatividade resulta de um conjunto de fatores e processos, comportamentos e atitudes que ocorrem durante o desenvolvimento do pensamento produtivo com um propósito; criar configura uma atividade pelo qual os seres humanos encontram meios para conceber, gerar, formar, desenvolver e materializar ideias, através dos sentidos e conexões cerebrais que se geram. Em design, todos os momentos fazem parte do processo criativo, ainda que alguns possam ser vistos como etapas. Porém, é o conjunto de relações estabelecidas entre os diversos momentos e elementos que gera novas ideias, essenciais para chegar a um resultado fiel (Facca, 2020; Freire, 2009; Forcelini et al., 2018).

Desde meados do século XX que o design tem feito a ponte entre a sociedade e a indústria, através da construção do mundo artificial, procurando dar resposta e adaptar-se às necessidades das pessoas. Esse desenvolvimento tem sucedido

devido à criação de projetos inovadores e da sua constante renovação, mas também, devido à atividade reflexiva de investigação que a comunidade do design vai fortalecendo. Porém, desde a Bauhaus que os estudos em design têm colocado a disciplina numa dimensão entre arte e artesanato, procurando descodificar a sociedade pelo modo como interagem com a tecnologia. Assim, os domínios conceituais de arte e tecnologia são fundamentais para o trabalho dos designers. Atualmente, o design divide-se teoricamente entre objeto de estudo e campo de ação: O primeiro trata assuntos de forma isolada (forma, função, tecnologia, ciências sociais), em que o designer tem o dever de procurar entender todos os elementos decisivos para a conceção e planeamento de produtos. Esse domínio permitirá ao designer encontrar soluções, independentemente da sua complexidade. O segundo, destina-se ao desenvolvimento projetual de ideias e produtos, ou seja, quase como se fosse uma segunda etapa, em que se coloca em prática todo o plano de ação preparado previamente para a conceção dessas mesmas ideias e produtos (Narváez, 2000).

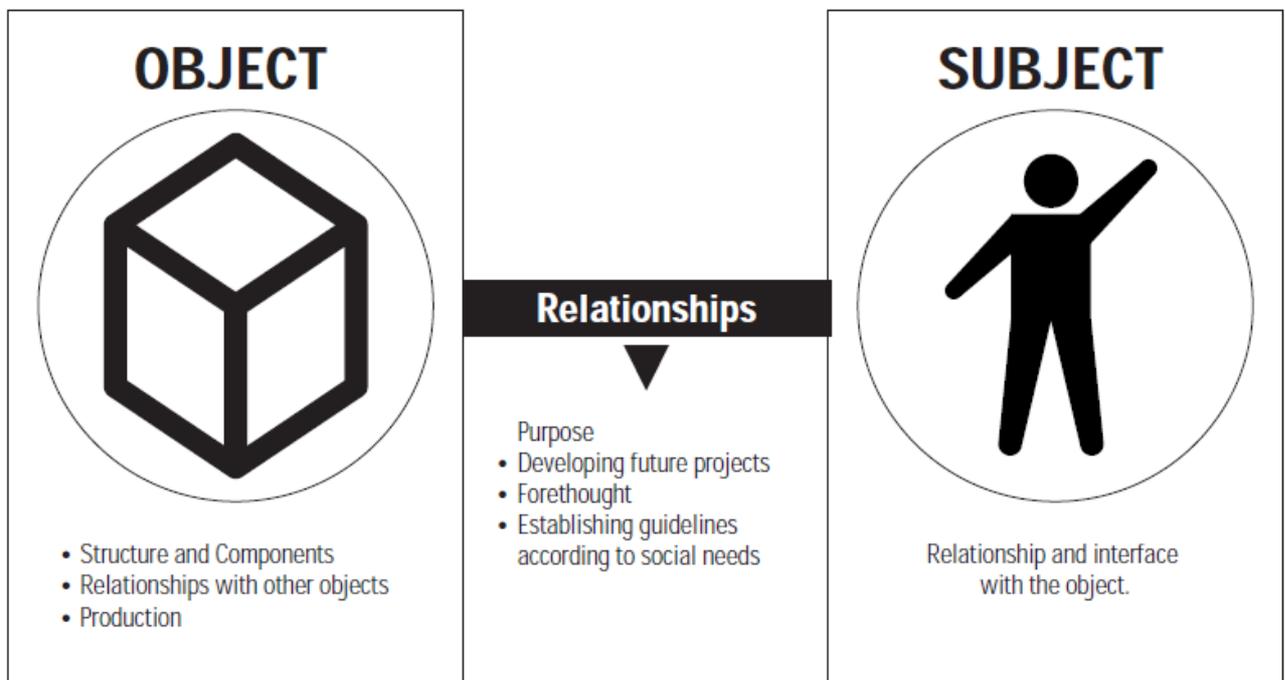


Figura 1.4 Relação entre objeto e sujeito (Narváez, 2000, p. 46).

Para que um artefacto se torne objeto de estudo em design é necessário desenvolver a capacidade projetiva e de compreensão da sua complexidade; é necessário gerar conhecimentos específicos, obtidos através do modo como os seres humanos se relacionam com os objetos. Todavia, o próprio conhecimento de design resulta da constante observação e análise dessa relação entre pessoas e artefactos, em que os conhecimentos vão-se reciclando e evoluindo, consoante as circunstâncias e necessidades humanas (Narváez, 2000).

Na prática do design as técnicas, metas e objetivos estão em constante mudança, porém, o que não muda é o facto de se tratar de uma atividade de índole artística, conceptual e de planeamento, destinada à conceção de um artefacto. No sentido mais amplo o design é também uma atividade integradora, por reunir conceitos e conhecimento de outros campos distintos. Todavia, o design não se preocupa exclusivamente com a conceção de artefactos, mas também em compreender a usabilidade dos mesmos, uma vez que os produtos e serviços são projetados para as pessoas (Margolin, 2000).

O design, ao conectar-se com áreas distintas, torna a sua prática um campo complexo. Enquanto nos séculos XIX e XX o foco do design se encontrava numa dimensão material, as disciplinas emergentes de design no século XXI focam-se mais no imaterial (sistemas, processos, organizações, interfaces, experiências e relacionamentos). Para entender este campo, é preciso ter em consideração que o objetivo central do design é dar resposta a determinado tipo de necessidade particular. Ainda que muitas das atividades dos designers tenham sido profissionalizadas e sendo elas diversificadas e universais, seria errado reivindicá-las como exclusivas de designers, considerando o valor que as mesmas podem acrescentar a outras áreas; esse reconhecimento de diversidade e carácter aberto abre assim um espaço inclusivo entre o design e outros campos profissionais (Dorst, 2011; Stewart, 2011).

No início do século XX o design era sobretudo ligado à indústria e ao artesanato. Todavia, o design foi-se associando à ciência e rapidamente começaram a surgir projetos intitulados de ciência dos materiais, ciência da engenharia, ciência da construção e ciência comportamental. Deste modo, na década de 1960, começou-se a formular uma era pós-industrial do design, em que se associava o design à ciência, tecnologia e racionalismo, com o intuito de solucionar os problemas humanos e ambientais, que se consideravam não poder ser resolvidos através da política e da economia. Assim, começou a emergir o conceito de “design científico”, que, no fundo, é uma prática moderna do design, distante de uma versão mais orientada para o artesanal. Os conceitos de “design científico” ou “ciência do design”, foram sendo debatidos ao longo do século XX, no qual diferentes intelectuais defendiam os seus pontos de vista sobre a visão do design ligado à ciência. Nesse sentido, Cross (2001) refere outros autores que abordam uma perspectiva de design interdisciplinar, acessível a todos os envolvidos na atividade criativa e de construção do mundo artificial. Essa junção intelectual compreendia a interação entre as artes, a ciência e a tecnologia, onde os profissionais dessas áreas podiam compartilhar as suas experiências e contribuir para um processo de design mais criativo e profissional, no qual, o design devia ser estudado como disciplina, como uma prática reflexiva e não como parte da ciência. O design tem a sua própria cultura e deve tirar o maior proveito do conhecimento das restantes áreas para seu próprio crescimento, porém, isso não significa que deva diluir a sua própria cultura com a ciência e a arte.

Reforçando essa ideia, Findeli (2001) aborda um novo modelo teórico de design herdado da Bauhaus, que articula ciência, arte e tecnologia, como as três dimensões do design. Nesta perspectiva o design deixa de ser visto como uma estética aplicada, para passar a ser considerado como uma ciência aplicada (humana e social).

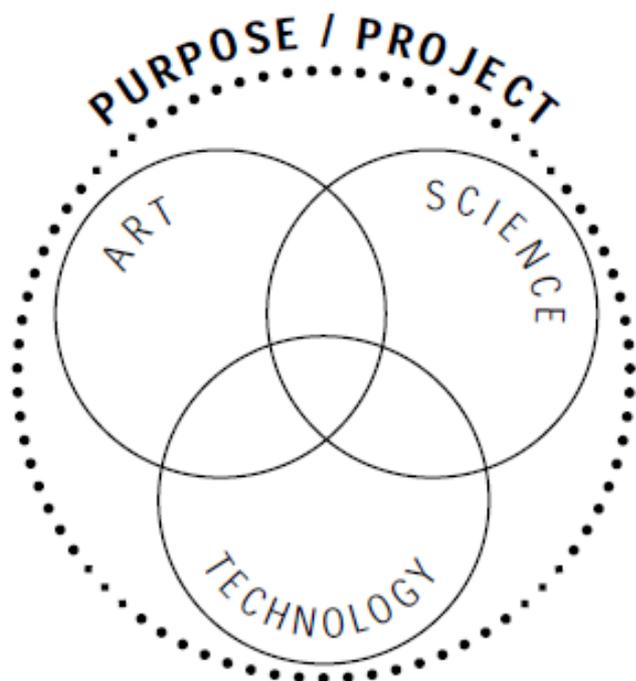


Figura 1.5 Modelo de design: arte, ciência e tecnologia (Findeli, 2001, p. 8).

A dificuldade colocada pelo modelo é saber qual o peso que cada dimensão deve assumir em articulação com as restantes. Ainda que seja atualmente reconhecida a necessidade de incluir arte, ciência e tecnologia no design, a discussão surge quando a relevância de cada campo é questionada. Inicialmente, quando o design era sobretudo referenciado pela indústria e pelo artesanato, a arte era o campo que mais se manifestava. Nos séculos XIX e XX, os objetos produzidos tinham um sentido estético evidente, mas uma funcionalidade que os distinguiu enquanto objeto de design. Paralelamente, a importância da ciência foi crescendo, à medida que foram desenvolvidos estudos teóricos, que consequentemente influenciaram a prática (tecnologia) do design até à atualidade. A tecnologia tem feito um caminho até certo ponto independente, mas que cada vez mais é uma consequência da ciência aplicada à prática. Os três campos de conhecimento foram-se manifestando de forma diferente ao longo da história, pelo que isso não reflete a sua dominância, mas sim o contexto da época. A interdisciplinaridade do design coloca-o no centro de uma rede complexa

relacional, que se reflete na construção do mundo artificial. Estes fatores exigem do designer a compreensão do interior do ser humano (o que pensa, sente ou deseja), mas também a compreensão do mundo exterior e a forma como interagimos com ele, pois só desta forma é possível projetar artefactos de um modo coerente e eficaz. O mundo está em constante evolução e colocar o design no centro relacional de arte, ciência e tecnologia, significa que o design tem o papel de gestor, no sentido de criar a harmonia entre os três campos. Assim, os designers devem ter sempre consciência que ao desenvolverem um projeto de design, de certa forma estão a recriar o mundo (Findeli, 2001).

1.2.1 Visão ontológica do design

A multidisciplinariedade do design tem-se revelado um obstáculo na limitação do seu campo de estudo, ainda que seja uma característica que o diferencia e exponencia comparativamente a outras disciplinas. Consequentemente, são várias as matérias e estudos que vão determinando e explicando o design, embora as mesmas sejam ciclicamente questionadas. No entanto, essa pluralidade é um entrave à sua afirmação e, apesar das dificuldades teóricas inerentes, tem de assumir essa singularidade característica em investigação. Deste modo, o objeto de estudo trata-se de uma consequência dessas mesmas limitações, tensão gerada entre o conhecimento já existente e a investigação em si. Contudo, é a partir dessa reformulação de saber que se vai acrescentando conhecimento ao já existente e prosperando caminhos futuros para o qual se poderá direccionar os novos projetos e investigação em design (Costa, 2007).

Numa definição ontológica do design, considera-se o design uma atividade – reflexiva, intuitiva e metodológica – de criação do mundo artificial, explorando o novo e o desconhecido e centrado no utilizador e no seu contexto. Desta forma, o pensamento criativo em design é um pensamento sobre as funções e a linguagem dos produtos materiais e imateriais, a sua reinterpretação, reinvenção e reorganização, dando resposta às novas condições sociais, tecnológicas e comunicativas.

(Tschimmel, 2003, p. 1)

O design é um campo cujos limites são difíceis de demarcar. Todavia, essas indeterminações devem ser vistas como possibilidades, pois ampliam os campos de conexão com outras áreas do saber, não só da ciência, mas também da arte e da filosofia (Silva & Moraes, 2020). Nesse sentido, é necessário explorar outros caminhos do conhecimento que garantam a autonomia do design, assim como na arte ou outros campos que prescindem de orientação epistemológica. Assim sendo, é preciso observar o design ao nível ontológico. De um modo geral, a ontologia procura uma reflexão e compreensão de uma dimensão mais ampla da realidade, antecedendo assim às questões epistemológicas. Em filosofia, a investigação ontológica tem que ver com o estudo do “ser”, onde cada ente que compõe a realidade tem a sua existência estabelecida, definida e validada por determinado pensador (Silva & Moraes, 2020).

Baseados no pensamento de Heidegger, Silva & Moraes (2020) referem o quanto o ser humano está habituado a uma ideia em que a verdade é sustentada exclusivamente por bases científicas. Não obstante, se essa ideia é uma construção mental, significa que existem formas distintas de compreensão, que podem levar a diferentes formas de pensar o mundo, a vida e as diferentes relações com os campos do saber. Assim, dada a complexidade do design, o papel do investigador não se trata de procurar uma resposta simples nem definitiva, pois a via ontológica de investigação resulta na construção contínua de novos caminhos.

Heidegger propõe a fenomenologia hermenêutica, pois acredita que devemos desconstruir o nosso conhecimento, tradição, metafísica e abertura que nos permite chegar às coisas. Heidegger aborda a necessidade de pensar o sentido do ser. O filósofo tem como base ontológica do seu trabalho o conceito *dasein* (estar lá/existir), utilizado para manifestar a natureza originária do ser (*sein*). O *dasein* consiste no ser consciente do seu relacionamento com o ente (tudo aquilo que existe), ou seja, estar no mundo, imerso na sua quotidianidade, no qual nem o ser nem o ente são considerados de forma isolada. Segundo Heidegger, o ente pode revelar-se de diferentes formas, inclusive revelar-se como aquilo que não é, sendo que a forma como se revela depende do modo como é abordado (Souza, 2019; Seibt, 2018; Zuben, 2011).

De um modo sucinto, o design ontológico é uma forma de caracterizar a relação entre os seres humanos e o mundo em redor. Essa relação entre o ser e o mundo, provém da necessidade fundamental do ser humano de projetar, planejar e esquematizar a forma como imaginamos as nossas ações ou criações. Simultaneamente, as nossas ações/projeções são influenciadas por aquilo que projetamos, pelos materiais e pelo ambiente envolvente. Deste modo gera-se um ciclo de relação entre o ser e o mundo, no qual somos condicionados por aquilo que criamos e envolvemos. Pode então reconhecer-se o design ontológico como uma hermenêutica do design, que o entende como uma prática descentrada do sujeito, reconhecendo que as coisas, assim como as pessoas, projetam (Willis, 2006).

Na atualidade, é esperado que os designers tenham uma visão mais holística das necessidades contemporâneas, onde o papel do designer já não depende somente da produção de artefactos, mas de todo um conjunto de serviços e experiências direcionadas para o utilizador/cliente. Essas mudanças resultam do ritmo acelerado e do excesso de informação, fruto da globalização, que obriga os designers a reavaliarem o seu papel na procura por novas soluções. Nesse sentido, os designers têm o dever de projetar não só objetos industrializados, mas

também o intangível, simbólico e social, para um público mais diversificado, intelectualmente e socialmente. Por conseguinte, o design é uma ferramenta que deve trabalhar para as pessoas e não para os objetos e esta ideia reforça a reflexão sobre o papel real do design, perante a forma como o vemos, interpretamos e projetamos (Boni et al., 2019).

A projeção de artefactos em design é cada vez mais centrada no ser humano e consequentemente, as projeções devem ser mais preocupadas com o perfil do utilizador e com a relação que o mesmo vai ter com o artefacto (funcionalidade, custo e durabilidade). Assim, o papel do design é o de reconstruir o mundo social e ecologicamente, através da junção da arte e da indústria, entre artista e artesão, prazer e vida (Boni et al., 2019).

Os objetivos da pesquisa em design são o estudo, pesquisa e investigação do artificial feito por seres humanos, e a forma como essas atividades têm sido direcionadas tanto para estudos académicos como para organizações industriais.⁵

(Bayazit, 2004, p. 1).

⁵ “The objectives of design research are the study, research, and investigation of the artificial made by human beings, and the way these activities have been directed either in academic studies or manufacturing organizations.”

A atividade do design está voltada para o futuro; as projeções dos designers flutuam entre o presente e o futuro, com a consciência de como as coisas são e como podem vir a ser (Margolin, 2007).

1.2.2 Domínios de design

⁶ “We are all designers. We manipulate the environment, the better to serve our needs. We select what items to own, which to have around us. We build, buy, arrange, and restructure: all this is a form of design. When consciously, deliberately rearranging objects on our desks, the furniture in our living rooms, and the things we keep in our cars, we are designing. Through these personal acts of design, we transform the otherwise anonymous, commonplace things and spaces of everyday life into our own things and places.”

⁷ “All men are designers. all that we do, almost all the time, is design, for design is basic to all human activity. The planning and patterning of any act towards a desired, foreseeable end constitutes the design process.”

Somos todos designers. Manipulamos o meio ambiente, para melhor atender às nossas necessidades. Seleccionamos quais itens possuir, quais ter ao nosso redor. Construimos, compramos, arranjamos e reestruturamos: tudo isso é uma forma de design. Quando conscientemente e deliberadamente reorganizamos os objetos nas nossas mesas, os móveis nas nossas salas de estar e as coisas que mantemos nos nossos carros, estamos a projetar. Por meio desses atos pessoais de design, transformamos as coisas e os espaços comuns e anónimos da vida cotidiana nas nossas próprias coisas e lugares.⁶

(Norman, 2004, p. 8)

Todos os homens são designers. tudo o que fazemos, quase o tempo todo, é design, pois o design é básico para toda atividade humana. O planeamento e padronização de qualquer ato para um fim desejado e previsível constitui o processo de design.⁷

(Papanek, 1971, p. 23)

Estas afirmações têm como finalidade transmitir que o homem, enquanto ser pensante, tem a necessidade de projetar e alcançar um sentido para o mundo material e simbólico. “As pessoas projetam a sua vida. As pessoas projetam-se na sua identidade” (Dias, 2011, p.77). No momento de criar, os designers devem considerar que as pessoas na sociedade contemporânea têm acesso às ferramentas de edição e ao conhecimento disponível. No entanto, considerando a quantidade de ferramentas disponíveis para qualquer indivíduo, torna-se maior a necessidade de haver profissionais qualificados, com capacidades interpretativas, técnicas e estéticas, com a responsabilidade de um autor (individual ou coletivo), com a capacidade de compreender, estruturar e intervir em novos domínios. É através destas competências que os designers conseguem

garantir o diálogo com os profissionais das restantes áreas e através desse diálogo, porventura considerar uma coautoria transdisciplinar (Dias, 2011).

Fallman (2008) identifica três domínios no design:

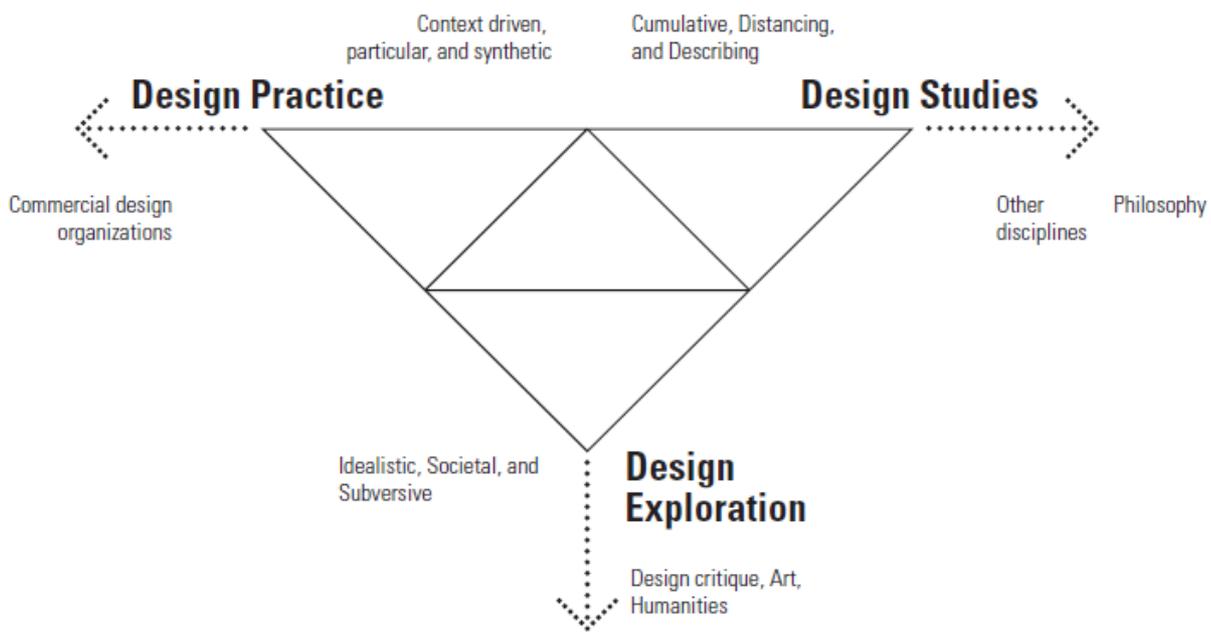


Figura 1.6 Modelo de pesquisa em design de interação (Fallman, 2008, p. 2).

Podendo ser aplicado a outros domínios do design, o modelo triangular tem como finalidade estruturar o design de interação enquanto disciplina; os seus vértices são constituídos pela “prática”, os “estudos” e a “exploração”. Embora as três atividades sejam semelhantes, a sua direção diverge:

- A “prática” consiste em projetar algo prático, direcionado para uma organização, empresa, consultoria ou clientes. É esperado o envolvimento e compromisso para construir produtos e serviços bem-sucedidos.

- A “exploração” é semelhante à “prática”, porém, procura explorar possibilidades fora dos paradigmas atuais (estilo, uso, tecnologia ou limites económicos). Não procura corresponder a um objetivo específico; muitas vezes próximo da arte contemporânea, procura provocar, criticar e experimentar, com o intuito de revelar alternativas ao tradicional.

- Os “estudos” aproximam-se aos estudos académicos tradicionais. O objetivo é de construir um trabalho analítico e contribuir para o desenvolvimento do conhecimento já existente sobre teoria, metodologia, história e filosofia do design. Ao contrário da prática, esta atividade procura descrever e compreender em vez de criar e mudar.

O propósito do modelo consiste em permitir que os momentos fluam entre os vértices e não assumir uma posição restrita. Assim, a movimentação controlada entre as três categorias pode fazer surgir resultados relevantes (Fallman, 2008). Visando a necessidade de estruturar, organizar e esquematizar os pensamentos, ideias ou circunstâncias do quotidiano, de modo a criar um sentido e compreensão sobre os mesmos, Costa (2007) aborda algumas teorias da ontologia do design, compostas por estruturas triangulares de diferentes autores, inspiradas na arquitetura *virtruviana* (século I A.C.), mais tarde revista pelo renascentista Alberti, em 1452. O triângulo base é composto pelos vértices durabilidade, comodidade e beleza (*firmitas, utilitas e venustas*).



Figura 1.7 Modelo triangular: *firmitas*, *utilitas* e *venustas* (Costa, 2007, p. 9).

Os autores contemporâneos referidos por Costa (2007) são Enzo Mari (produção, ciência e expressão), Paul Mijksenaar (segurança, satisfação e utilidade), Francisco Providência (autor, tecnologia e programa), Reinaldo Leiro (técnica, usabilidade e significação) e Elzbieta Kazmierczak (significado pretendido, construído e recebido). Considerando os constrangimentos de limitação do campo design, o objetivo das estruturas referidas não está em tentar definir essas mesmas limitações, mas sim realçar pontos e sistemas de referência que convergem entre si e, como referido anteriormente, ajudar a estruturar, organizar e esquematizar pensamentos.

Kazmierczak (2003) considera o significado como o elemento essencial do design, na medida em que nós, enquanto seres sociais, interpretamos e atribuímos significados às coisas que observamos e utilizamos. Todavia, esse processo de construção e reconstrução de significados deriva da nossa percepção

sobre as coisas, que é condicionada pelo contexto social, cultural, individual ou de grupo em que nos encontramos. Nesse sentido, o design funciona como a interface de desencadeamento do processo que envolve o designer, o (artefacto) e o recetor (indivíduo ou grupo).

Kazmierczak (2003) define três estágios para a produção de significados: significado pretendido, construído e recebido. No primeiro estágio o designer define o significado que quer transmitir, porém, ele não se desenvolve até o recetor intervir. O significado construído, resulta da interpretação semiótico-cognitiva do recetor; essa construção mental, chamada de significado ou conteúdo de design, torna-se propriedade da pessoa e é multiplicada a cada interpretação, porém, ela não tem o domínio total do significado, uma vez que é induzida para determinada interpretação. O último estágio, o significado recebido, consiste na resposta dada ao design sobre interpretação feita pelos diferentes recetores do artefacto. Assim, o sucesso ou ineficácia do projeto é medida pela quantidade de pensamentos semelhantes transmitidos.

O foco no modelo de Francisco Providência, permite identificar no design três agentes de produção: autoria (Expressão, beleza - *venustas*), tecnologia (meios de construção - *firmitas*) e programa (função - *utilitas*). Neste tipo de triangulação é raro conseguir-se uma representação equilátera, porém, quanto mais equilibradas forem as tensões centrífugas entre os polos, maior será a sua representatividade em design. Com base neste modelo, Vasco Branco (2014) pretende demonstrar que qualquer solução em design resulta das respostas simultâneas provenientes da convergência negociada entre os três vértices. Da união desses vértices resulta um plano, apelidado de “construção artificial”, onde se insere o design. Da junção de dois desses pontos resultam vários semiplanos (autoria/programa, autoria/tecnologia e tecnologia/programa).

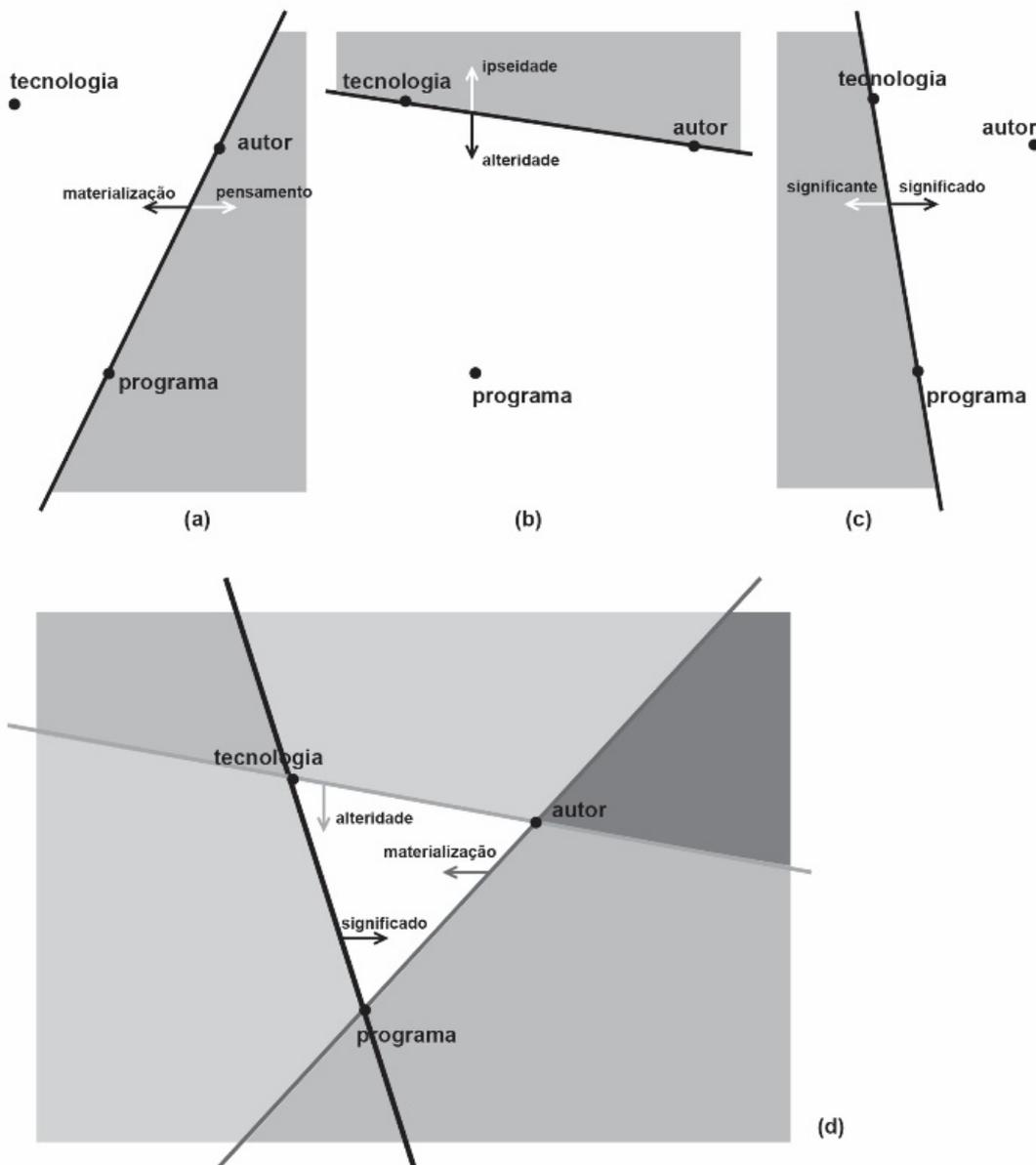


Figura 1.8 Análise do modelo triangular do design proposto por Francisco Providência (Branco, 2014, p. 176).

Considerando o eixo da “autoria/programa” (a), é possível verificar que o resultado se expressa em dois semiplanos que não privilegiam a tecnologia, onde um manifesta a linha do pensamento e o outro a materialização. Contemplando a relação “autoria/tecnologia” (b), resultam os semiplanos da “ipseidade” e

“alteridade”, onde, no primeiro, se constata uma libertação daquilo que são as “respostas funcionais, da utilidade, das necessidades e desejos, implícitos ou explícitos, nos discursos das comunidades” (Branco, 2014, p. 177). Por último, na reta “tecnologia/programa” (c), é possível verificar a definição de um eixo entre aquilo que é a valorização do significado e a otimização das soluções técnicas, não contemplando a conotação subjetiva do operador e tendo no horizonte a padronização e universalização, focando-se nuclearmente na dimensão significante (Branco, 2014).

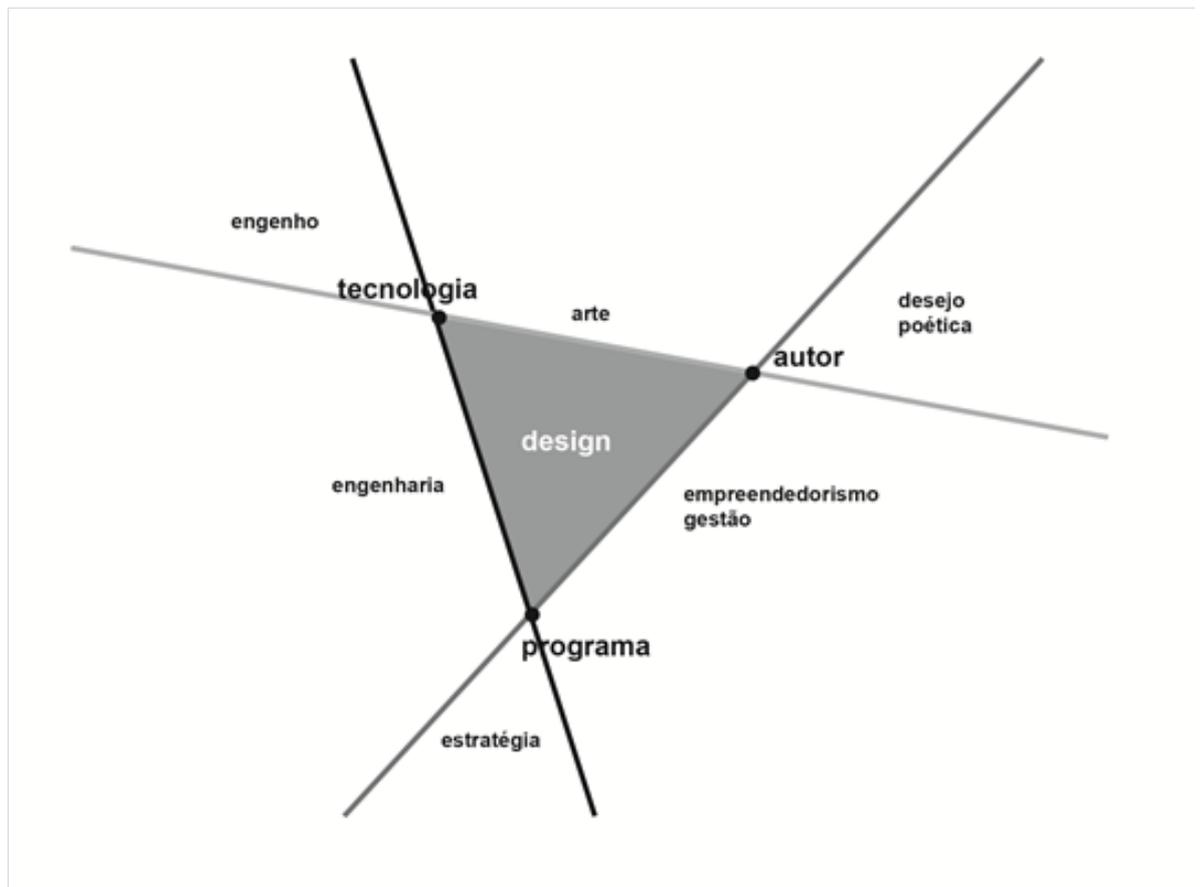


Figura 1.9 O design como interface entre outros âmbitos disciplinares (Branco, 2014, p. 177).

A partir do plano da “construção artificial” o design funciona como um mediador de interseção com as restantes áreas. Isto acontece porque a autoria é epistemologicamente irrelevante para a engenharia; a arte não necessita de utilidade; a gestão não revela uma dependência direta da tecnologia. Ainda que

a delimitação não seja estável, este modelo permite que o design estabeleça uma posição no campo artificial com as restantes áreas. Nesse sentido o caminho de orientação do design nas diferentes disciplinas possibilita a obtenção de resultados diversificados, que vão desde a teoria aos artefactos (Branco, 2014). Francisco Providência (2012) considera que o designer se posiciona também como um gestor, na medida em que a função e ação essencial de um designer se prende com o designar de problemas. Também assume semelhanças com um engenheiro, já que manifesta uma preocupação com o processo produtivo. Noutra perspetiva, a vocação artística do designer é o produto “de uma longa tradição oficial do fazer”, mantendo a “duplicidade do eu e do outro” (Providência, 2012, p.107). Ainda segundo o autor, destaca-se que “o designer também é, enquanto agente de produção da cultura material, um intérprete, isto é, um corpo que traduz (que lê e reproduz) e conseqüentemente, que contamina a sua tradução com a sua existência. Nessa condição, o designer constitui valor patrimonial de autor. O autor é o produtor que se supera através da obra realizada” (Providência, 2012, p.107).

1.3 Processo criativo em design

O processo criativo do design resulta da aplicação de métodos e estratégias que estimulam o pensamento criativo e facilitam o desenvolvimento de novas conexões, lidando com diferentes fatores de influência. Como tal, no campo do design existem procedimentos específicos implementados pelo processo de design (além da problemática em questão), bem como meios que facilitam a partilha de informação e ideias em trabalho colaborativo. Porém, um dos desafios colocados aos designers passa por adquirir mecanismos que facilitem a construção de uma rápida e adequada seleção de estímulos úteis no processo criativo (Zavadil & Da Silva, 2016).

As boas ideias surgem quando o designer se concentra no problema que tem de resolver; não somente compreendendo os dados e o contexto, mas sentindo e vivenciando-o. Isto pode ser relacionado ao trabalho de autoconhecimento, por meio de dinâmicas de grupo feitas com a equipe de design, proporcionando um clima diferenciado, a inserção do design no contexto para o que ele vai projetar.

(Costa et al., 2011, p.7)

Dorst (2011) refere que o padrão básico do raciocínio é a abdução, que se pode apresentar de duas formas, com a criação de valor em comum. A primeira forma é frequentemente associada à solução de problemas convencionais, no qual sabemos o valor que queremos criar e como fazê-lo. A segunda forma é mais complexa, pois no início do processo a única coisa que sabemos é o valor que se quer acrescentar. Assim, o desafio está em descobrir o que criar, ainda que não haja nenhum princípio de funcionamento conhecido ou escolhido, em que possamos confiar para induzir o valor pretendido. Deste modo, o trabalho desenvolve-se a partir de deduções e pressuposições que vão sendo analisadas e testadas até alcançar o esperado.

A criatividade no design não procura resolver o problema e posteriormente procurar um conceito que se adequa. Trata-se do desenvolvimento e ajuste contínuo da definição do problema e ideias propostas para a sua solução, com a interação constante entre processos de análise, síntese e avaliação. Definir e enquadrar o problema de design é um fator crucial e quanto mais tempo o designer dedicar à sua definição e compreensão, desenvolvendo o seu próprio quadro de referências na construção de estruturas conceituais, mais se aproxima de um resultado criativo. A instabilidade dos processos criativos impede o designer de criar comportamentos rotineiros, fazendo com que os momentos imprevisíveis da resolução de problemas impulsionem originalidade no projeto (Dorst & Cross, 2001).

O design é um processo de múltiplas etapas, onde se inserem os problemas, o processo criativo e a metodologia projetual. Os problemas em design ainda são uma questão ambígua, na medida em que podem existir de diferentes graus de complexidade. A sua resolução depende dos métodos e técnicas aplicadas, que por sua vez derivam das características e capacidades que o indivíduo tem para as solucionar. A interpretação é um fator crucial, pois permite tomar decisões sobre a orientação do projeto, como escolher os métodos necessários para o estímulo da criatividade e as técnicas adequadas para a execução das tarefas. Deste processo resulta a produção de novas ideias e conseqüentemente novas interpretações, repetindo-se até à concretização final. Contudo, o design não procura numa primeira instância resolver problemas, mas sim produzir ideias originais e inovadoras, que contribuam para melhorar as circunstâncias do quotidiano, onde solucionar problemas é uma consequência desse mesmo processo (Costa et al., 2011; Dorst, 2006).

1.3.1 A metodologia projetual do design

Desde o final do século XX que os investigadores projetam o design como uma disciplina interdisciplinar. Todavia, o tipo de conhecimento que se projeta com base nessa especificidade, revela-se uma forma de conhecimento específico, onde a investigação procura continuamente fortalecer e definir melhor o papel do designer e desenvolver o seu próprio processo, método e objetivo (Engholm, 2017).

A metodologia em design não serve para sujeitar o designer a processos mecanizados, sem julgamento de valor, mas sim permitir julgamentos subjetivos sobre dados objetivos, desafiando a considerar coisas fora da sua intuição ou preconceitos. Um método de design pode fornecer dados importantes, representando um certo tipo de conhecimento, mas isso não significa necessariamente pensar como um designer, pois tal só se verifica com a experiência (Lloyd, 2019).

Em certa medida, o design enquanto campo de índole artística com métodos e processos próprios, encontra-se na interseção entre arte e tecnologia, com os seus respetivos métodos avaliativos e científicos e constrói-se numa forma de cultura possível. A aproximação entre métodos, metodologias de design e processos criativos, concebe novas formas de compreensão e reconstrução do mundo: metodologia em design tem como finalidade ampliar o conhecimento sobre determinado problema, de modo a acrescentar novos pontos de vista e fornecer uma nova perspetiva criativa. No entanto, a dificuldade está em escolher qual o melhor caminho entre os múltiplos possíveis e como elaborá-lo de modo a alcançar o objetivo. O método é um caminho, um plano, uma linha orientadora escolhida para atingir um objetivo, é o regulador do desenvolvimento do processo e pode ser entendido como um composto de várias técnicas; é a tomada de decisão e de escolha do modo de como fazer, entre muitos possíveis. Enquanto os métodos servem para definir a estratégia de pensar e planear, as técnicas servem para as pôr em prática (Costa et al., 2011; Pezzin, n.d.; Weber, 2010).

1.4 A Autoria

Existem várias perspetivas quanto à definição de autor, contudo, de forma sucinta, o autor é o indivíduo responsável pela criação de algo novo e único. O termo “autor” é também associado à ideia de posse, por se tratar do responsável pela ação de criar, inventar ou descobrir algo que além de novo tem um caráter único, ou seja, tudo o que provém de um autor é único. A questão da autoria, numa perspetiva de senso comum, é caracterizada pela individualidade do sujeito e pelo seu poder de criação, enquanto que numa perspetiva sociológica, que vai contra essa posição, o homem é um indivíduo histórico de crenças e valores sociais, como tal, o processo de criação não pode ser um ato individual, visto que as condições sociais influenciam esse processo. Nesta perspetiva, a autoria é vista como um ato coletivo, contrariando assim a ideia de que a criação é de cariz único e singular (Azevedo & Campos, 2017).

Roland Barthes⁸, intelectual escritor e filósofo, escreveu em 1968 um ensaio chamado *A morte do autor* em que se refere ao autor como o sujeito que se apropria de palavras e conceitos de outros textos pré-existentes e os organiza de forma particular. O “autor” é uma personagem moderna produzida pela sociedade após a Idade Média, baseado no empirismo inglês, no racionalismo francês e na fé pessoal da Reforma, que historicamente passa a ser compreendido como proprietário de textos originais, naturalizados e legitimados por valores universais. Com base neste conceito, Roland Barthes defende metaforicamente a “morte” ao autor em prol do “nascimento” do leitor. O escritor descreve o conceito de autoria como um sinónimo de domínio e aprisionamento; alguém que elabora um texto baseado em referências e ideias anteriores à sua escritura e não dependem da existência de um autor para existir. Para se distanciar desta terminologia, Barthes utiliza no seu ensaio o termo “*scriptor*”, onde atribui significado ao texto através do leitor. Assim, não existe a necessidade de descodificação do texto associado ao autor, no qual o leitor pode retirar o seu próprio sentido e atribuir-lhe uma pluralidade de significados. Barthes entende o leitor como um sujeito sem um perfil delineado, ou seja, sem história, biografia ou psicologia, impessoal. Deste modo, a obra explora um universo de sentidos no qual a mensagem estética sugere, ao invés de a pré-determinar, solicitando assim ao leitor o uso da sua emotividade e intelectualidade na interpretação da obra e que recorra às suas experiências pessoais e expectativas, a todos os fatores determinantes do tempo e espaço em que se insere, construindo a sua própria hipótese de conclusão (Barthes, 2004; Bellei, 2014; Silva, 2020; Souza, 2017).

Em continuidade ao pensamento de Barthes, o filósofo Michel Foucault desenvolveu um ensaio (1969) baseado na pergunta retórica “O que é um autor?”. Com um ponderado, Foucault não descarta as implicações sociológicas e políticas da literatura, bem como a liberdade criativa que permeia os fenómenos estéticos ao descrever as características e funções básicas do autor e os problemas associados às ideias convencionais de autoria e origem. Por conseguinte, o filósofo aborda as mudanças ocorridas ao longo da história na

⁸ Roland Barthes (1915-1980) foi um intelectual francês que ficou conhecido pelo seu trabalho no campo da semiologia e do estruturalismo. As suas publicações e teorias desafiavam as visões tradicionais académicas (Perrone-Moisés, 2010).

relação autor e texto, como é o caso dos primeiros livros religiosos onde os textos são produzidos sem autoria. Contrariamente, os textos científicos até ao fim do Renascimento exigiam um autor como forma de validação. Após o século XVIII esta realidade inverteu-se e a literatura passou a ser de autoria enquanto a ciência tornara-se produto de uma objetividade anónima, ou seja, textos científicos e provas matemáticas deixaram de ser vistas como textos autorais, sustentando assim a ideia de que o cientista e o matemático podem ser os primeiros a descobrir um paradigma e atribuir-lhe o seu nome, mas nunca podem reivindicar a autoria sobre ele. Foucault desenvolveu o pensamento de autoria fazendo face às críticas da sua publicação *As palavras e as coisas* em que é acusado de não aprofundar devidamente o pensamento de Marx, entre outros, deixando-os representados de forma ambígua. Em sua defesa, argumentou que a intenção era apenas compreender as suas práticas discursivas e não reproduzir o pensamento dos nomes citados ou enquadrá-los num novo conceito. Assim, levanta-se a questão: qual a importância do autor? Este pensamento leva-nos a pensar se a escrita basta por si só e se pode desdobrar-se infinitamente em significados e interpretações até ao desaparecimento do sujeito que a redigiu. A noção de autor de algum modo está intimamente associada à obra, porém é o editor que impõe o que deve ser considerado como obra autoral. Não basta escrever ou produzir algo para que seja atribuído ao indivíduo que elaborou o texto a atribuição da conotação de autor, é preciso investigar as circunstâncias históricas constituintes de modo a perceber se os indivíduos que escrevem possuem certa personalidade autoral. Reforçando a ideia de uma reflexão mais moderada sobre o tema, Foucault termina o seu discurso com a questão: “Que diferença faz quem está a falar?” (Alves, 2015; Cavalheiro, 2008; Neto, 2014; Rock, 1996).

1.4.1 A autoria no design

A autoria é um conceito relevante no design, contudo, as estratégias de legitimação em determinados aspetos podem reforçar as ideias conservadoras de produção e subjetividade do design. Apelidar um designer de autor é uma questão ambígua, pois existe um conjunto de fatores que se relacionam e estão

em conflito. O design é uma área que tradicionalmente dá resposta às necessidades do cliente de forma neutral e objetiva; trata-se de uma área colaborativa que reúne um conjunto de ideias e informações de várias pessoas, mas onde a criatividade pessoal se manifesta como forma de resposta. Estas diferentes perspetivas traduzem-se num conflito entre questões institucionais da prática do design e as tentativas cuidadas de autoexpressão. O reconhecimento de um designer como autor é complexo, mas também o modo como os designers usam o termo e o valor que lhe é atribuído, que não é linear. Embora as teorias sobre autoria no design possam mudar a forma como o trabalho é executado, a principal preocupação do espectador e do crítico não é sobre quem o faz, mas sim o que faz e como faz. De forma sucinta, a autoria no design ainda é uma questão em aberto, complexa e com muitas interpretações possíveis (Lupton, 2004; Rock, 1996).

A maioria dos trabalhos produzidos pelos designers acontece em parceria (publicações, posters, conteúdo interativo para os *media*) e, saber quem produz estes materiais/conteúdos é uma informação quase sempre irrelevante para o público. Historicamente, o design é uma atividade profissional promovida de autoria desconhecida, não tendo como objetivo principal a autoria; o designer submete-se ao sistema onde se insere, de modo a expressar a mensagem com a maior eficácia possível e de forma iminentemente neutral. Atualmente, alguns designers ainda adotam um ideal de neutralidade, porém, o ato de criar não é um processo completamente inócuo, por compreender a criação de valor em projeto. Em certa medida é impossível um projeto de design não ser influenciado pelo gosto, entendimento cultural, crenças sociais e políticas e aprovação dos colegas de profissão. Estes fatores geram um incremento na consciência e valorização pessoal sobre o trabalho produzido, transformando assim a observação e interpretação, assinando as suas criações e afirmando a sua presença e importância. Ocasionalmente são reunidas obras de autoria de designers em exposições temáticas e posteriormente redirecionadas para diferentes conceitos e abordagens (Arume, 2017; Mccarthy, 2006).

O ato de criar nunca será um ato neutro, uma vez que é expectável a inclusão de algo novo ao projeto. Por outro lado, para que o designer consiga desenvolver um melhor desempenho, necessita reescrever frequentemente a mensagem a comunicar, bem como receber *feedback* e aprovação de outros designers. Deste modo, para que um designer seja considerado como autor é necessário que se envolva inteiramente com o conteúdo, para que a sua autoria não seja questionável. Muitas vezes os designers procuraram desenvolver uma linguagem nas suas criações/produções, como forma de assinatura, que torna possível identificar a sua autoria (Azevedo & Campos, 2017). Porém, a ideia de expandir e elevar o papel do designer não pode desviar o valor central do próprio design. Mencionar a autoria no design é fundamental bem como valorizar as obras dos intervenientes, não apenas enquanto autores, diretores ou produtores. Contudo, é necessário reconhecer que o designer tem a habilidade de adicionar valor a um conteúdo e esse facto é reconhecido. À medida que a sociedade vai evoluindo esta vai-se transformando, adotando novos parâmetros e condições (Bien, 2015).

1.4.2 O designer autor enquanto produtor

O poder do termo 'autor' – sua autoridade cultural – está na sua conexão com o texto escrito. Para que os designers assumam o controle do conteúdo e da função social do seu trabalho, eles não precisam de se tornar escritores fluentes, assim como um diretor de arte não precisa de se tornar um fotógrafo ou ilustrador profissional para usar os media de forma eficaz. No ramo do cinema, um 'produtor' reúne uma ampla gama de habilidades – escrita, direção, atuação, fotografia, edição etc. – numa obra cuja autoria é compartilhada. Para que o designer se torne um produtor, ele deve ter as habilidades para começar a direcionar o conteúdo, navegando criticamente pelos sistemas sociais, estéticos e tecnológicos pelos quais as comunicações fluem.⁹

(Lupton, 2004)

A noção de autor no campo do design surgiu em simultâneo com o cinema, começando a ser discutida nos Estados Unidos, no período pós-moderno, onde teóricos de cinema e designers sentiram a necessidade de construir essa noção, de modo a verem reconhecida a singularidade do seu trabalho artístico, desassociado do entretenimento. São vários os paralelismos existentes entre a direção de filmes e a prática de design, como por exemplo, a necessidade que os diretores de ambas as áreas muitas vezes têm de se distanciar do seu material e trabalhar nele de forma colaborativa, dirigindo a atividade criativa de outras pessoas. Outro aspeto em comum é o facto de tanto um diretor de design como de cinema terem de trabalhar em diversos projetos distintos, com níveis variados de potencial criativo (Azevedo & Campos, 2017; Rock, 1996).

Em paralelo é considerada a transição da noção de autor para uma posição de produtor/colaborador, que obriga a observar o design a partir de uma nova perspectiva e analisar as transformações de contexto social que influenciam a sua prática, dando lugar a novas formas e métodos de trabalho. Nessa medida o

⁹ “The power of the term ‘author’ – its cultural authority – lies in its connection to the written text. In order for designers to take charge of the content and social function of their work, they need not become fluent writers, no more than an art director must become a professional photographer or illustrator in order to use these media effectively. In the business of film, a ‘producer’ brings together a broad range of skills – writing, directing, acting, cinematography, editing, and so on – in a work whose authorship is shared. For the designer to become a producer, she must have the skills to begin directing content, by critically navigating the social, aesthetic, and technological systems across which communications flow.”

designer deixa de ser o especialista que se limita a responder às necessidades do cliente, passando a assumir o papel de um agente social crítico, que participa ativamente com os seus colaboradores não-designers, na procura de novas transformações para determinados aspetos da realidade, com o intuito de produzir novos significados. O conceito de autoria em design sugere o funcionamento cerebral, enquanto que a produção se relaciona com a atividade física e material, do ambiente de fábrica e do tipógrafo, com a preparação da obra para fabrico mecânico. Ainda que pensada, a produção está enraizada no mundo material e valoriza as coisas físicas acima das ideias, superando assim a imaginação, colocando a prática acima da teoria, distanciando-se do domínio intelectual do design. A revolução do “*desktop*” no final do século XX, veio acentuar a reprodução mecânica nos processos de design, porém, baseado no pensamento de Walter Benjamin¹⁰, a ideia não é tornar os designers em operários ou escravos da tecnologia, mas sim mestres que assumem o controlo entre o intelectual e a vertente prática do trabalho. O designer não se limita a transmitir uma mensagem, mas a criar um ambiente para a transmissão e troca de mensagens, tornando-se o recetor e emissor, coautor e conseqüentemente criador de novas mensagens. Desta relação que envolve participação e troca de experiências na produção de design, desenvolve-se a capacidade de aprender, reconhecer, partilhar e propor novas ligações (Bártolo, 2009; Lupton, 2004).

¹⁰ Walter Benjamin (1892-1940), foi um filósofo e crítico alemão, que ficou conhecido por ser um pensador eclético e pela sua associação à Escola de Frankfurt. O filósofo ao longo da sua vida investigou vários temas como o idealismo alemão, o romantismo, o misticismo judaico, história, modernismo, arte, tecnologia e literatura (Osborn & Charles, 2020).

Mais do que desafiar o sistema de produção industrial, os designers podem estabelecer o seu próprio espaço nele. Atualmente os designers empreendedores têm a oportunidade de criar uma cultura de produto semelhante à do final do século XIX em que os designers de artes e ofícios trabalhavam a manufatura convencional, contudo, de forma mais inventiva e espontânea. A era digital, possibilita aos designers o mundo infinito de criação e resposta para as necessidades sociais, em que essa visão e iniciativa se conseguem expandir de forma muito mais ampla e rápida (Margolin, 2002).

A interdisciplinaridade que o design assumiu na contemporaneidade é uma consequência positiva para as outras áreas, mas também para o próprio design. A interação promovida entre diferentes campos técnicos faz com os processos criativos e de produção sejam cada vez mais colaborativos. Nesse sentido, Steen (2013) aborda o conceito de *co-design*, ou seja, processos de cooperação criativa, em que pessoas de diferentes meios e organizações trabalham para um fim em comum, através da partilha e combinação de ideias e conhecimentos diversificados. Esta partilha tem como benefícios a geração de novas ideias, melhoria de processos, tomada de decisões, aumento da cooperação e criatividade, que a longo prazo se reflete na satisfação dos clientes e utilizadores, de produtos ou serviços. Assim entende-se que a partir do *co-design* se desenvolve um pensamento de design colaborativo, em que as pessoas envolvidas definem e exploram o mesmo problema, de perspetivas diferentes. Nesse processo, os intervenientes podem expressar e partilhar as suas experiências, discutir e decidir os seus pontos de interesse e promover mudanças positivas.

Síntese conclusiva

- O **design** é uma **atividade estratégica, criativa e interdisciplinar**.

- A **criatividade** não é exclusiva de nenhum conjunto específico de pessoas. O potencial criativo de um indivíduo deriva do seu percurso enquanto ser e dos fatores sociais e educacionais que o estimulam ou retraem criativamente.

- Csikszentmihalyi (1997) propõe o modelo da **perspetiva sistémica da criatividade**, que é composto por três campos: indivíduo, campo (sistema social) e domínio (sistema cultural). O modelo tem como finalidade compreender a forma como a criatividade se manifesta e é reconhecida. Nesse sentido, o indivíduo necessita de produzir algo novo e original, que contribua para o crescimento do sistema cultural. Contudo, essa inovação só é reconhecida se for validada pelo sistema social.

- O **pensamento criativo** é uma capacidade cognitiva que pode ser desenvolvida e estimulada. Contudo, o funcionamento em rede faz com que esse pensamento seja condicionado ou estimulado pelas interações sociais.

- O **processo criativo**, como o nome indica, é um processo no qual transpomos para o exterior algo novo que descobrimos no nosso interior. Trata-se de uma atividade aplicada, em que o processo difere de área para área, sendo que no design se revela na metodologia projetual.

- O **design encontra-se na interseção de diferentes áreas**. Devido à sua amplitude, a definição e delimitação do seu campo de estudo ainda não é clara. Tendo em conta a complexidade do design, considera-se uma visão ontológica, de modo a compreender a sua interseção com as restantes disciplinas e com o mundo em geral.

- **Na contemporaneidade os designers projetam** artefactos de forma cada vez mais centrada no ser humano e conseqüentemente, há uma preocupação com o perfil do utilizador e com a sua relação com o artefacto.

Francisco Providência (2012) estabelece a autoria, programa e tecnologia como os três agentes da produção em design, fazendo a sua representação através de um modelo triangular, onde os agentes são os eixos e o design encontra-se no centro das suas convergências. A forma equilátera do modelo representa o equilíbrio das tensões entre cada eixo, todavia, em contexto prático raramente acontece. Vasco Branco (2014) sugere que da intercessão dos eixos resultam os planos da arte (tecnologia + autoria), engenharia (tecnologia + programa) e gestão (autoria + programa).

- **A autoria** é um conceito relevante no design, todavia, como o trabalho dos designers é maioritariamente colaborativo, torna-se complexa a sua compreensão autoral. Numa perspectiva de autor/produtor, o designer aproxima-se do artesão, ao desenvolver uma postura mais ativa na produção dos artefactos.

Capítulo 2_ Tatuagem: definição, história e contemporaneidade

A tatuagem é uma prática de origem milenar, ligada a costumes, culturas e crenças, assumindo ao longo da história diferentes valores e significados. Atualmente ainda é um tema hermético, mas a sua percepção social tem-se alterado nas últimas décadas. A tatuagem contemporânea (apesar de ter presente as suas origens e significados culturais) atingiu uma nova dimensão, estando mais associada à estética, ao culto do corpo, ao simbolismo representativo de identidade e a memórias pessoais.

2.1 O que é a tatuagem?

Enquanto tecnologia, o ato de tatuar consiste na inserção de tinta na pele, que atravessa a primeira camada (epiderme) e aloja o pigmento na segunda camada (derme). Ao contrário da epiderme, o carácter estável da derme permite hospedar o pigmento (evasivo) permanentemente, em que a ferida facilmente tratável cicatriza ao fim de aproximadamente duas semanas, caso as condições de desinfecção recomendadas sejam cumpridas (Baptista, 2010).

Atualmente, o ato de tatuar equipara-se a uma pequena cirurgia, como consequência de uma melhor técnica de execução, mas também de um mercado de novos materiais desenvolvidos exclusivamente para esse fim, garantindo uma maior qualidade nas tatuagens produzidas. Neste processo é incluído todo um conjunto de material cirúrgico descartável, que permite a higiene e segurança do processo. Atualmente também se produzem vários tipos de tintas antialérgicas, com melhor fixação na pele, dispondo de uma enorme variedade de tonalidades e de marcas. Além das tintas, o mercado tem crescido também nos produtos de cuidado e manutenção das tatuagens, como pomadas de cicatrização próprias, produtos específicos para a proteção do sol e hidratantes que realçam as cores e dão brilho (Netto, 2011).

A tecnologia e a técnica evoluíram ao longo do tempo, o que possibilita uma maior de segurança higiénica na produção das tatuagens, uma maior qualidade do resultado final e uma maior diversidade e complexidade dos trabalhos

possíveis de executar. Todavia, apesar do avanço tecnológico, a tatuagem sempre foi ao longo da história uma forma de expressão e de comunicação, ainda que inserida em diferentes contextos e assumindo diferentes significados.

2.2 A história da tatuagem

2.2.1 A origem

Historicamente não existe um momento preciso determinado como o início da tatuagem, pois existem indícios da sua presença em diferentes locais e culturas, temporalmente distintos e sem relação aparente, que não indicam a possibilidade de influência ou relação cultural. O registro mais difundido tem como referência o Antigo Egito, entre 4000 a 2000 a.C., as tribos indígenas da Polinésia, Filipinas, Indonésia e Nova Zelândia. No Antigo Egito, as tatuagens eram usadas principalmente por mulheres e representavam classe, devoção religiosa e serviam de método de cura ou forma de punição; uma das múmias conhecida com tatuagens é a múmia de Amunet. Um dos primeiros registros humanos portadores de tatuagens é Ötzi, o Homem de Gelo, uma múmia com aproximadamente 5300 anos, período Neolítico, encontrada nos Alpes italianos (figura 2.1). Também na Sibéria, o chefe Pazyryk (múmia com cerca de 2500 anos, encontrada em 1948, próximo da fronteira da China). Ao longo dos anos foram sendo encontrados mais vestígios de túmulos Pazyryk e uma das múmias tatuadas mais conhecidas é a princesa do gelo (figura 2.2). Muitas das tatuagens produzidas hoje, têm como influência as tradições culturais provenientes das comunidades indígenas das ilhas do Pacífico, como parte de um ritual de transição para a idade adulta, como forma de adesão a um grupo e poder espiritual. Os primeiros instrumentos usados para tatuar eram básicos, tais como espinhos ou pedaços de osso, enquanto que os seus desenhos eram padrões geométricos simples, inspirados em elementos da natureza como plantas, animais, ondas, montanhas e estrelas (Baptista, 2010; Bittencourt, n.d.; Posner & Klein, 2018; Reece, 2009; Sad, 2016).

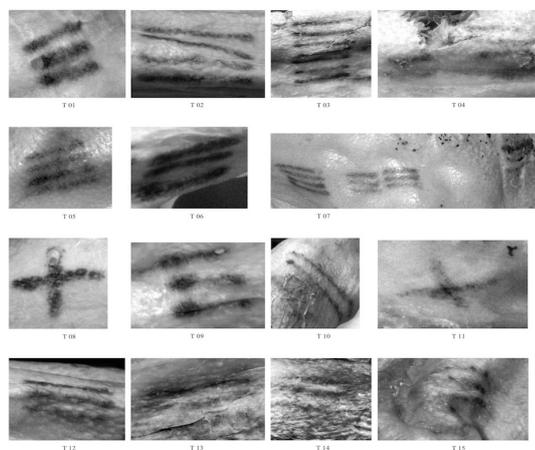


Figura 2.1 Tatuagens de Ötzi, o Homem de Gelo (Geggel, 2015).



Figura 2.2 Tatuagem da princesa siberiana do gelo (Tortamano, 2020).

Também na Grécia Antiga os gregos utilizavam marcas corporais para identificar os escravos e os criminosos, como símbolo de propriedade ou punição. Por sua vez, os romanos adotaram a mesma prática, usando uma insígnia em forma de cavalo, coruja ou armas reais, com a finalidade de evidenciar a desonra dos prisioneiros, sendo visível para todos. Já as prostitutas eram marcadas com uma flor de lis como sinal de exclusão. Na Idade Média a marca corporal continuou a servir para identificar os criminosos na Europa Ocidental. As sociedades possuidoras de religiões monoteístas encaravam esta prática como uma heresia ao corpo humano. (Baptista, 2010; Pereira, 2016).

Ainda que de forma discreta, as marcas corporais estiveram presentes nos períodos medieval e renascentista, inseridas nas subculturas pagãs (druidas, mágicos, médicos, astrónomos e físicos), que manifestavam ideias contrárias às tradições cristãs, através de filosofias e práticas relacionadas com o obscurantismo, astrologia e feitiçaria. Povos guerreiros como os vikings e os celtas também tinham presente estas práticas pagãs e esotéricas, à semelhança dos países da velha Europa, porém manifestando-se de forma mais evidente. Apesar do cristianismo quase extinguir a prática de marcação corporal, culturas de tradição protestante como países escandinavos, Países Baixos, Alemanha, Reino Unido, ou até mesmo os Estados Unidos, sempre tiveram presente estes costumes (Ferreira, 2008).

2.2.2 As ilhas do Pacífico

Em 1769, o Capitão britânico James Cook desembarcou na ilha do Taiti, onde descobriu a prática indígena de tatuar e fez registo da mesma, trazendo posteriormente estes costumes para a Europa; a expressão original utilizada pelos indígenas era “*tattow*”, que se converteu na palavra inglesa *tattoo* e atualmente possui várias traduções em diferentes línguas. Após a expedição marítima, os europeus começaram a colonizar as ilhas do Pacífico, levando as ideias ocidentais para as suas terras. Devido ao colonialismo e à Igreja, a tatuagem foi reprimida e tornou-se incomum na Europa durante mais de mil anos, pois o Cristianismo, o Judaísmo e o Islamismo viam as tatuagens como uma profanação do corpo, passando esta a ser utilizada como símbolo de servidão ou perda de identidade, sendo a forma para marcar e identificar criminosos e escravos. Ainda que a tatuagem fosse considerada uma manifestação bárbara, nunca chegou a desaparecer completamente (Bittencourt, n.d.; Leitão, 2004; Posner & Klein, 2018).

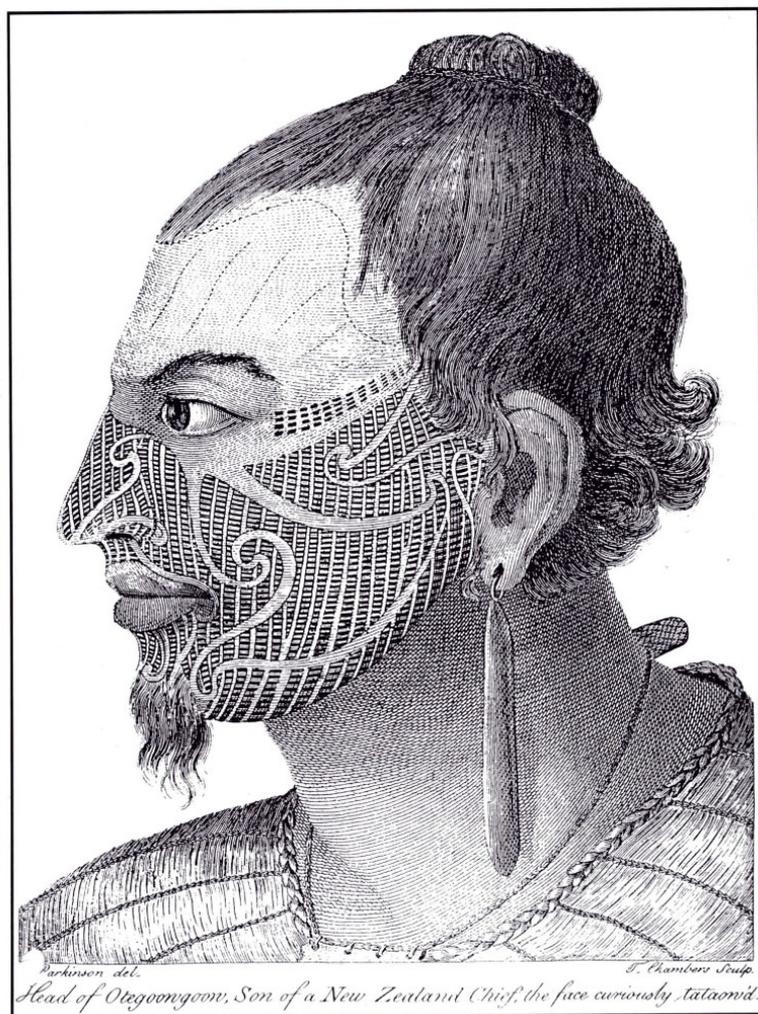


Figura 2.3 Ilustração clássica de Sydney Parkinson de um Maori tatuado da primeira viagem de Cook (Friedman, 2014).

Na Nova Zelândia, o povo indígena conhecido por *maori* possui uma enorme riqueza cultural ligada à tatuagem. No ritual de transição para a idade adulta, os maoris recebiam o *moko*, uma marca permanente feita sobretudo na cara, que servia como meio de comunicação e distintivo hierárquico. O instrumento utilizado para tatuar era o cinzel, composto por ossos de animais (mais especificamente albatroz), mas após o estabelecimento dos europeus na ilha passou a ser de metal. As tintas eram na sua maioria compostas por fuligens de sementes queimadas, carvão e outros ingredientes naturais (Sad, 2016).

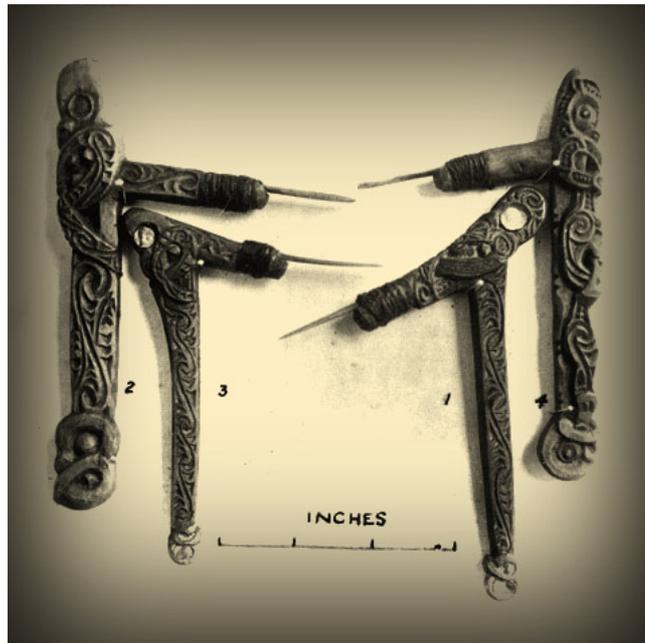


Figura 2.4 Cinzel de tatuagem Maori, 1890. (Krutak, 2013).

No final do século XVIII o número de indivíduos portadores de marcas corporais foi crescendo na Europa Ocidental, como consequência das expedições marítimas, que envolviam cruzadas, descobertas e colonizações. Ainda que essa percepção seja pouco documentada, o uso da tatuagem, mas também do brinco, passou a ser um símbolo de representação de experiências marítimas, das tripulações dos navios e das respectivas redes de relações sociais. Nesse sentido, foi-se desenvolvendo o estigma das marcas corporais, não numa orientação religiosa, mas sim num contexto social e cultural ao qual a tatuagem se associava. Assim, o corpo tornou-se um símbolo de representação de um outro colonizado, primitivo, exótico, pré-moderno e pagão, de alguém que representa o selvagem, que procura a satisfação imediata e reage aos impulsos, emoções e necessidades mais básicas, possuidor de um gosto estético deplorável e de insensibilidade à dor (Ferreira, 2008).

2.2.3 A cultura japonesa

No Japão as tatuagens foram usadas durante séculos como forma de punir os criminosos, com marcas que normalmente eram feitas nos braços e no rosto,

castigo esse que durou até ao final do século XVII. Em 1827, as tatuagens tornaram-se populares devido ao artista Utagawa Kuniyoshi, que fazia trabalhos de xilografia baseados no livro *Suikoden*, que apresentava muitos criminosos lendários, cobertos de tatuagens. Rapidamente as pessoas de Edo (atual Tóquio) passaram a ser portadoras de tatuagens inspiradas nesses heróis. Este estilo de tatuagem é conhecido como tradicional japonês ou *Irezumi* e têm como principais características as cores vivas e as grandes dimensões, focadas numa figura central, inspiradas em mitos e monstros, com detalhes exagerados e rodeado por elementos naturais, como nuvens e ondas. O governo japonês proibiu as tatuagens no século XIX e o *Irezumi* acabou por se popularizar entre grupos de criminosos organizados. Este culto tornou-se um símbolo visual da máfia japonesa, os *Yakuza*, e o estilo japonês tornou-se popular por todo o mundo (Baptista, 2010; Pereira, 2016; Posner & Klein, 2018).

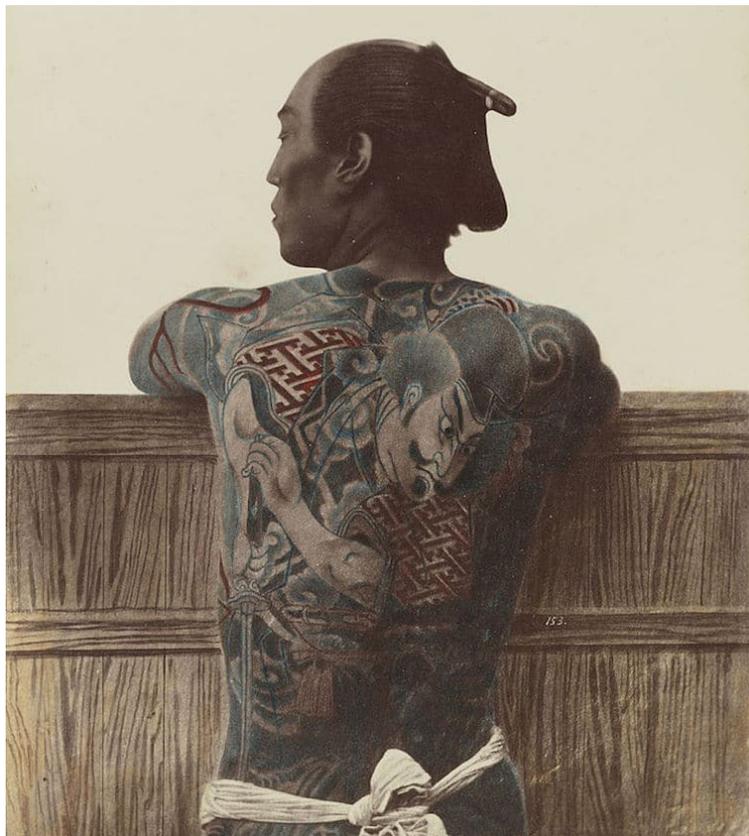


Figura 2.5 1875, homem tatuado (Irezumi) - de Kusakabe Kimbei (Fan, 2020).

O método tradicional japonês utilizado para tatuar chama-se *tebori* (esculpir com as mãos). A ferramenta utilizada é composta por agulhas de aço fixadas na ponta de uma haste de bambu ou marfim e é pressionada manualmente contra a pele. A tinta utilizada também costuma ser artesanal, extraída de plantas e pedras moídas misturadas com água. A tatuagem realizada com base no *tebori* permitia alcançar cores e efeitos que não eram possíveis através das técnicas ocidentais e, por esse motivo, os aprendizes necessitavam de bastante treino, utilizando inclusive a própria pele para praticar até atingir a perfeição (Kawanami, 2014; Sad, 2016). A influência da temática oriental tornou-se notória, pois consegue-se encontrar facilmente um dragão ou um ideograma japonês tatuado numa pessoa, transversal a género ou nacionalidade. Embora houvesse uma certa repulsa dada a associação deste estilo, a execução técnica, as cores fortes, marcantes e o negro homogéneo influenciaram a técnica da tatuagem ocidental (Netto, 2011).



Figura 2.6 1946, Tóquio. Um tatuador japonês trabalha no ombro de um membro do gangue *Yakuza*. (foto: Horace Bristol) (The Selvedge Yard, 2010).

2.2.4 A cultura americana

Nos Estados Unidos, a tatuagem tem a sua origem vinculada aos marinheiros que, tal como os princípios tribais, faziam tatuagens como forma de mostrar a própria identidade; corações e faixas, temas náuticos e símbolos patrióticos são exemplos de figuras usadas. Os marinheiros colecionavam marcas de viagem e faziam questão de marcar na pele os seus feitos no mar (por exemplo, uma andorinha significava 5000 milhas percorridas) (Posner & Klein, 2018).



Figura 2.7 Marinheiros tatuados da marinha dos Estados Unidos, 1940 (foto de Thomas D. McAvoy) (Barrett, 2021).



Figura 2.8 Tatuagem tradicional americana. Desenhos do tatuador Sailor Jerry (1911-1973). (Kaiser, 2019).

Em 1891, o norte-americano Samuel O'Reilly cria a máquina de tatuar elétrica, o que faz com que a indústria da tatuagem se impulsione, por permitir aos tatuadores uma maior e mais rápida produção, bem como o aperfeiçoamento das técnicas de aplicação. A máquina de tatuar elétrica é inspirada na impressora autográfica inventada por Thomas Edison em 1876 e trata-se de um motor elétrico rotativo que move uma haste com agulha dentro de um tubo de bronze (Sad, 2016). Esta inovação torna-se o início da profissionalização do tatuador moderno, porém, a aprendizagem continua a ser sobretudo através da observação e experiência prática, cujos segredos e detalhes são exclusivos de grupos de tatuadores bastante restritos. Assim, os tatuadores cobriam rapidamente os corpos dos marinheiros na totalidade, transformando-os em atrações de circo, que devido à estranheza da sua aparência suscitam interesse no público. O estilo cresce, passando a ser conhecido como tradicional americano e consiste em ícones com contornos arrojados, cores vivas e sombras negras. Símbolos tatuados por marinheiros durante séculos continuam a ser motivos de inspiração e de uso na atualidade (Fonseca, 2003; Leitão, 2004; Posner & Klein, 2018; Sad, 2016).

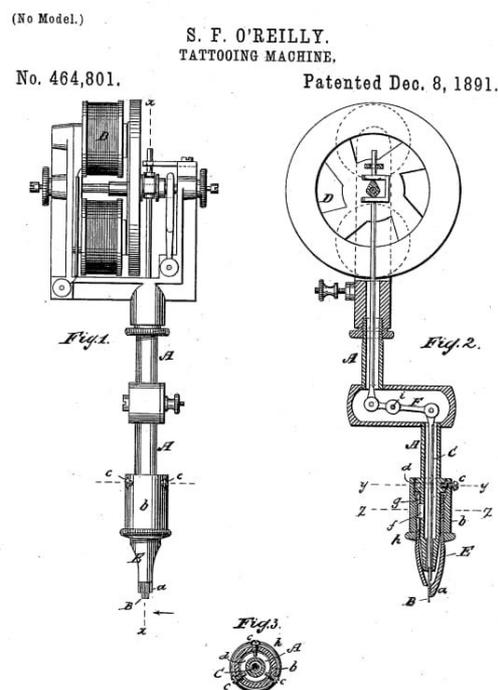


Figura 2.9 Patente da máquina de tatuar de Samuel O'Reilly (Tattooado, 2017).

Com a invenção da máquina a tatuagem torna-se acessível a um público mais abrangente, porém, enquanto por um lado se populariza, por outro gera-se uma onda de exotismo exagerado e não só marinheiros, mas todo o tipo de pessoas (homens, mulheres, casais, famílias) completamente tatuados, exibem os seus corpos nus em circos, parques de diversões e feiras. Além dos marinheiros e artistas de circo as mulheres dos anos 40 e 50 decoravam a pele com algumas tatuagens, sendo conhecidas como pin-ups. Porém, a tatuagem continua a ser um símbolo das classes marginais e os prisioneiros tatuam em si símbolos que representam o tipo de crime e o tempo de prisão (Leitão, 2004).



Figura 2.10 Artoria Gibbons. Mulher tatuada e atração de circo (Preston, 2018).

Os espetáculos, apelidados de “*freak shows*” ou circo de aberrações, eram repletos de pessoas com o corpo coberto de tatuagens, no qual o foco principal era a excentricidade do corpo humano, anomalias físicas e defeitos congênitos. Devido à popularidade já referida, algumas pessoas não só começaram a tatuar-se, mas também a forjar histórias relacionadas com as mesmas. A figura dessas personagens era reforçada pela imagem exótica, mas também bárbara, selvagem, violenta e de inferioridade racial, no qual a aparência primitiva aguçava a curiosidade pelo desconhecido (Netto, 2011).

2.2.5 A Alemanha nazi



Figura 2.11 Marca individual feita aos prisioneiros do holocausto (Nogueira, 2019).

Durante a Segunda Guerra Mundial, na Alemanha nazi, os prisioneiros eram levados para os campos de concentração e tatuados à força com números ou símbolos de identificação. Estas tatuagens eram apelidadas de carimbos e ainda que já existissem máquinas de tatuar, este procedimento era feito da forma mais dolorosa (Bittencourt, n.d.; Pereira, 2016). Apesar das manifestações de repúdio e das pressões sociais presentes à época, após a Segunda Guerra Mundial as

marcas corporais desenvolveram um crescimento contínuo, em contextos de grupo e de diferentes naturezas (étnica, sexual, artística e/ou juvenil), normalmente designada por subculturas ou contraculturas (Ferreira, 2008).

2.2.6 O movimento contracultura

Nas décadas de 50 e 60 do século XX, dá-se uma transformação do público consumidor da tatuagem, que passa a surgir associada a indivíduos dos movimentos contracultura; gangues, seguidores do movimento hippie e punk diferenciavam-se pelo estilo e pelas tatuagens, afirmando ideologias políticas, éticas e estéticas, contrárias à norma social da época (Bittencourt, n.d.; Fonseca, 2003; Leitão & Schmitz, 2004; Osório, 2006; Rodriguez & Carreteiro, 2014). Nesse sentido, as tatuagens revelam um potencial simbólico de revolta social, resistência, liberdade e individualização por parte de quem as possui, com a intenção de marcar uma posição de desafio às normas e de afirmar o controlo do corpo perante a sociedade, nomeadamente núcleos mais próximos como a família, a escola e a Igreja. Os seguidores desses movimentos reivindicam uma nova forma de viver, em que o corpo e a sexualidade devem ser vividos de forma mais livre e distante das ideologias capitalistas (Ferreira, 2008).



Figura 2.12 Punk na década de 80 (Preston, 2019).

2.3 Cultura popular: o “boom” do século XX

¹¹ “If you turn on your television, open a magazine, or go see a movie, you will likely encounter a tattooed body. Actors, models, musicians, and idolized athletes proudly herald the mainstreaming of a previously marginalized and historically underground practice.”

Se ligar a televisão, abrir uma revista ou for ver um filme, provavelmente encontrará um corpo tatuado. Atores, modelos, músicos e atletas idolatrados anunciam orgulhosamente a integração de uma prática anteriormente marginalizada e historicamente underground.¹¹

(Kosut, 2006, p.1035).

A visibilidade da tatuagem aumentou em 1981 com o surgimento da MTV e a influência do estilo de música rock. É inegável a ascensão da tatuagem na cultura popular, estando presente na indústria do entretenimento e publicidade. O reconhecimento e admiração de figuras públicas tatuadas é um estímulo para quem as idolatra (Larsen, Patterson, & Markham, 2014; Kosut, 2006; Posner & Klein, 2018).

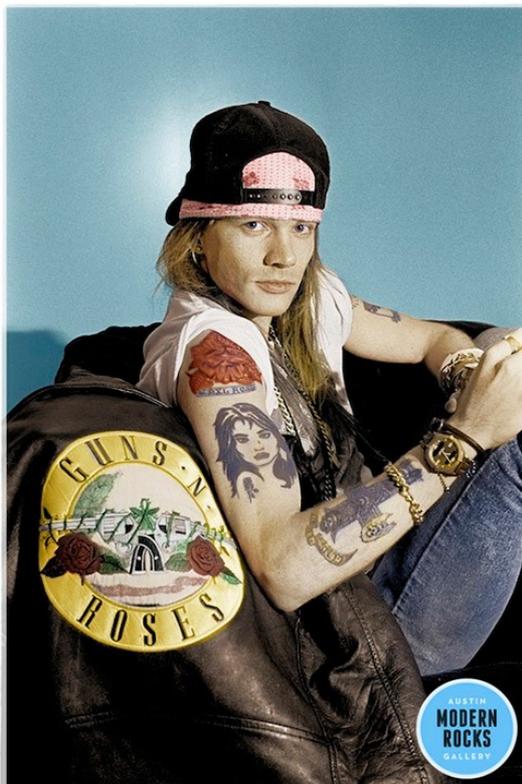


Figura 2.13 Axl Rose, 1988. (fotografia de Ian Tilton) (Billboard, 2016).

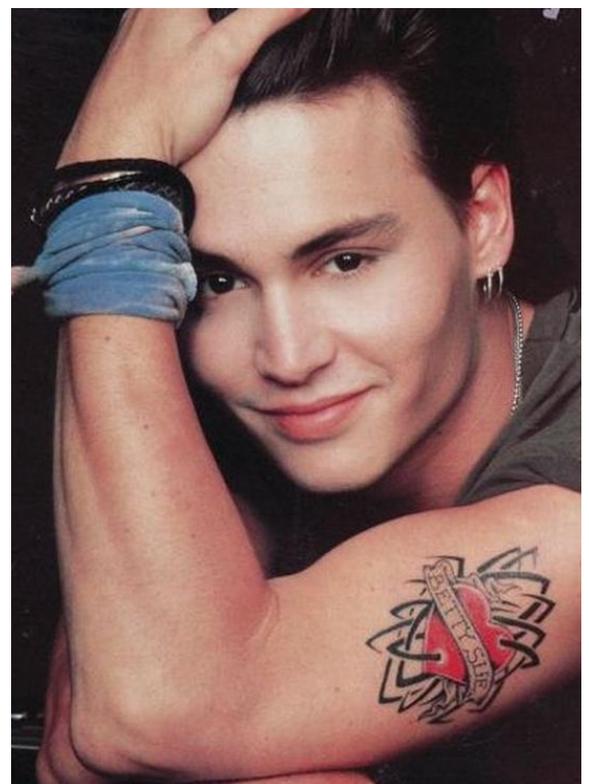


Figura 2.14 Johnny Depp, 1988. (foto de Ian Tilton) (Tattoos Mania, 2020).

A presença da tatuagem nos mass media no final do século XX provoca alterações nos paradigmas sociais ao transformá-la num produto de consumo e numa prática do quotidiano independentemente da idade, classe ou etnia, distanciando-se dos padrões e associações a grupos identitários específicos. Porém, esses padrões relacionados com uma subcultura ainda existem, mas os próprios media tornaram-se mais cuidadosos na comunicação, elevando assim o estatuto da tatuagem. O seu estatuto irreverente é também utilizado para vender produtos que conseqüentemente tornam a tatuagem um produto de consumo mainstream. Assim, a tatuagem tornou-se algo desejável por todas as classes sociais (Fonseca, 2003; Gusso, 2016; Kosut, 2006; Machado, 2018).

Programas de Televisão como *Miami Ink* e posteriormente *LA Ink* e *NY Ink* aproximaram as pessoas da realidade da tatuagem. Estes e outros programas semelhantes mostraram uma dimensão mais intimista e realista sobre o processo de tatuar, o significado pessoal que as tatuagens podem transmitir, a sua proximidade com a arte e individualismo pela criação única, distante dos preconceitos preexistentes relacionadas com o *underground* (Larsen, Patterson, & Markham, 2014; Patterson, 2018; Walzer & Sanjurjo, 2016).

O uso da máquina de tatuar, a utilização de materiais específicos e o cuidado higiénico são características da tatuagem moderna, que posteriormente ganhará uma conotação mais artística ao distanciar-se do *underground*. Em reflexão, a tatuagem moderna ocidental resulta de um somatório de influências das diferentes técnicas tradicionais. As varetas de bambu, os dentes e ossos de animais, os pigmentos de carvões, cascas e resinas de árvores, de pedras passaram por um processo de racionalização e substituição por produtos industrializados, como as agulhas, máquinas elétricas e pigmentos antialérgicos de várias nuances de cores. Porém, apesar das diferentes influências muitos tatuadores procuram especializar-se em determinado tipo de tatuagem, não só na criação de novos estilos, mas também nas técnicas tradicionais (Netto, 2011).

Em síntese, os *media* têm contribuído para o culto da tatuagem e para a mudança da percepção e aceitação social. A crescente exposição ao tema tem sido fundamental para normalizar e consciencializar a sociedade para a prática, embora a participação dos *media* na mudança dessa percepção não seja intencional. A sociedade tem interesse em saber mais sobre tatuagem e ao fornecer essa informação, os *media* contribuem para a percepção desta manifestação cultural. Neste novo conceito de pessoas tatuadas não significa que deixem de existir as subculturas associadas, simplesmente o foco passou a ser o indivíduo de classe média (Porcella, 2009).

2.4 A tatuagem contemporânea

Herdeira do percurso histórico e da mudança de percepção social, a tatuagem contemporânea consiste essencialmente num desenho sobre a pele e envolve um certo grau de originalidade com a utilização de métodos artísticos convencionais (desenho, pintura, escultura, etc.). O sentido estético daí resultante, aliado à habilidade técnica, aproximam a tatuagem do campo artístico, no qual os processos de modificação corporal aparentam intuitivamente processos semelhantes aos da escultura ou ornamentação, assim como do desenho e pintura. Enquanto expressão artística, são evidentes as semelhanças existentes entre a tatuagem e outras formas de arte, até porque muitos dos tatuadores têm formação associada às belas-artes (Lodder, 2010).

2.4.1 A autoria compartilhada

O ato de tatuar representa uma rede complexa de relações sociais, políticas, económicas e culturais, tecidas entre o tatuador e o sujeito tatuado. As tatuagens são esboços e arranjos que frequentemente resultam da troca de ideias entre clientes e tatuadores; por vezes a decisão pode ser simples (o tatuador só tem de replicar o pedido do cliente) enquanto noutros casos é concedida a liberdade para o tatuador projetar, uma imagem única e personalizada. A tatuagem enquanto expressão artística tem o potencial de provocar fascínio ou repulsa em quem a observa e isso gera diferentes formas de comunicar (Wymann, 2010). A ascensão

da tatuagem faz surgir cada vez mais novos artistas: este crescimento permite aos tatuadores definir um estilo próprio e construir um público que se reveja na sua própria arte. As inspirações dos tatuadores são variadas: desde artistas históricos, à banda desenhada, ao cinema, à cultura Pop em geral, derivando destas diferentes inspirações uma variedade de estilos (tribal, maori, oriental, pontilhismo, *old school*, *new school*, realismo, *black and grey*, etc.) (Gusso, 2016; Pereira, 2016).

O processo criativo do qual a tatuagem resulta não é mais que um conjunto de ações e métodos racionalizados, onde um conjunto de passos sistematizados desencadeiam a criatividade. Assim, a criatividade apresenta-se como “prática pode ser encontrada nas várias etapas envolvidas no processo de tatuar, desde a conceção de um projeto iconográfico até à sua incorporação na derme do cliente” (Ferreira, 2013, p. 82). O processo criativo do tatuador é também um processo iterativo, em que vai considerando o *feedback* do cliente e ajustando o fluxo criativo das ideias conjuntas. Assim, a criatividade dos tatuadores consiste na combinação e reconstrução sucessiva, que envolve a interação humana e os materiais.



Figura 2.15 *Pop Art* (Paulo, 2021).



Figura 2.16 *Oriental* (Nissaco, 2021).



Figura 2.17 Neo Traditional (Mesquita, 2021).



Figura 2.18 Black and grey (Lil'B, 2020).

Então, quem é o autor na tatuagem? A questão divide-se entre o cliente que contrata os serviços do tatuador para produzir um desenho específico na sua pele, para expressar algo pessoal e o tatuador que tem maior liberdade para produzir um trabalho totalmente personalizado. Podemos então imaginar o tatuador e o tatuado como dois polos. Por vezes a tatuagem envolve mais informação técnica, criativa e o processo em si é maioritariamente dependente do tatuador, enquanto noutras, o domínio artístico é quase inteiramente da pessoa que vai usar a tatuagem. A característica que mais diferencia a tatuagem das outras formas de arte é o suporte, tratando-se de uma tela viva que transporta a peça consigo e este fator faz da tatuagem uma produção mais colaborativa que outras formas artísticas; em determinadas circunstâncias o resultado depende mais do tatuador, noutras do tatuado, mas nunca unicamente de um só. A tatuagem fica suspensa entre a primazia artística do tatuador e do cliente, nunca chegando totalmente a nenhum dos polos (Lodder, 2010).

Uma das particularidades da tatuagem é que a sua existência carece de um corpo humano, um suporte vivo, uma tela com características anatómicas próprias. Ainda que as tatuagens possam ser preservadas após a vida de quem as possui,

em rigor a sua plenitude só acontece em corpos vivos. Desde a concepção da tatuagem e durante toda a vida da pessoa, a marca corporal vai sofrendo alterações devido ao envelhecimento e regeneração da pele, enquanto que num tecido morto isso já não se observa (Ferreira, 2013).

A prática de tatuar continua, porém, a ser vista como uma atividade técnica e não conceptual, contrariamente a outros tipos de expressão artística. O tatuador em situações normais tem sempre o projeto dependente da validação do cliente, neste caso da própria tela. Nesse sentido, as ideias e conceitos iniciais têm como ponto de partida o próprio cliente e o tatuador preocupa-se com “a definição e densidade dos traços, a solidez e brilho das cores, a sofisticação do detalhe e o pormenor das sombras, a adequabilidade do desenho e da sua dimensão à geografia do corpo”, ainda que possa aconselhar o cliente sobre algumas decisões (Ferreira, 2013, p. 83). Apesar deste ser o procedimento comum, ocasionalmente e contrariando essa ideia, os tatuadores desenvolvem os seus “*flashes*” e posteriormente colocam à disposição de quem os quiser tatuar, contemplando assim a sua autoria na totalidade. Todavia, no contexto comum o tatuador desenvolve um processo criativo partilhado com o cliente, resultando num trabalho de coautoria, em que o tatuador vai adaptando as suas decisões às expectativas do cliente. “O trabalho de interpretação do tatuador passa pela construção de um entendimento estético, de um sentido estilístico próprio para o conceito invocado pelo cliente, deixando margem de manobra a investimentos gráficos criativos” (Ferreira, 2013, p. 84).

Podemos assim identificar dois tipos de tatuadores: aqueles que apresentam um pendor mais artístico/profissional e os mais amadores. Ainda que não haja forma de definir objetivamente a tatuagem no campo artístico existe uma clara aproximação com outras formas de arte, visível através do trabalho de alguns tatuadores. Similarmente, a cultura *underground* outrora tão forte vai-se amenizando, não só pela crescente popularização da tatuagem, mas também pelo sentido estético e artístico que se vai manifestando. Assim, o ato de tatuar resulta

numa espécie de “arte compartilhada” criada pelo tatuador, mas expressada através do tatuado, do qual a ideia e a sua exposição dependem (Netto, 2011).

Na sociedade contemporânea é cada vez mais comum os artistas entenderem a tatuagem enquanto uma ferramenta que possibilita novas formas de expressão. Atualmente, devido ao número de referências visuais disponíveis na internet e à evolução das técnicas, a possibilidade de criar torna-se infinita, fortalecendo na tatuagem a noção de manifestação artística sem limites. A dimensão que a tatuagem tem atingido vai além de ser considerada e observada unicamente como arte corporal e o impacto que se tem desenvolvido em seu redor colocam-na numa dimensão artística e de comunicação além da pele (Gusso, 2016).

Atualmente a aprendizagem é sobretudo experimental e de observação, podendo ser auxiliada por alguém já experiente ou então exclusivamente autodidata (Fonseca, 2003; Oliveira, 2012). Considerando a não existência de formação acadêmica, é comum os tatuadores terem *backgrounds* artísticos distintos, o que conseqüentemente influencia o seu processo criativo. Designers e ilustradores são alguns dos artistas a surgir no mundo da tatuagem, por identificarem nessa área semelhanças nos processos de criação, mas também uma possibilidade de explorar e expandir o seu potencial.

2.4.2 A prática na contemporaneidade

Através dos *media* e das novas tecnologias, os tatuadores reinventaram a forma como se relacionam com o mercado, utilizando diferentes meios de divulgação do seu trabalho, desde as revistas, redes sociais (*Facebook*, *Instagram*) e *reality shows* às convenções nacionais e internacionais (Fonseca, 2003; Sad, 2016). Wymann (2010) sugere um distanciamento das questões sobre o que é a tatuagem, em termos de materiais usados ou sobre quem a está a praticar, para se focar na forma como ela se comunica, referindo que a tatuagem é concebida como um meio de comunicação através do qual surgem diferentes formas de comunicar.

A regulamentação da prática da tatuagem, com a criação de estúdios devidamente higienizados e a utilização dos materiais adequados, contribui também para o distanciamento do estigma associado ao *underground*. Deste modo, o tatuador profissional não é só aquele que evidencia qualidade na execução, mas também aquele que se submete aos cuidados necessários de higiene e segurança no ato de tatuar, com a utilização de produtos descartáveis e esterilizados. Mais, esse estatuto de profissional resulta também do prestígio e reconhecimento adquirido no meio, no qual parte das pessoas que vivenciam o universo da tatuagem reconhecem no tatuador um certo estatuto artístico (Netto, 2011).

Em resumo, a comercialização e profissionalização da tatuagem, associadas aos desenhos, estilos, técnicas, materiais e condições de higiene desenvolvidas, tornam os riscos de contaminação e de dano físico praticamente nulos, desde que todo o processo de intervenção seja cumprido rigorosamente. Também, é de realçar o impulso sociocultural alcançado através da moda, publicidade, desporto e figuras públicas, que contribuíram para estabelecer a aceitação e familiarização social da tatuagem na contemporaneidade (Ferreira, 2008).

O crescimento dos meios e técnicas que envolvem o ato de tatuar, levam-nos a identificar um distanciamento do amadorismo, para reconhecer que a área gradualmente se vai profissionalizando. Mais do que procurar validar a tatuagem como uma verdadeira profissão, no sentido em que a mesma se integra num conjunto de requisitos de modelo profissional, é reconhecer que o processo de expansão desta atividade proporciona a novos tatuadores uma prática que lhes permite construir uma carreira, com rendimentos regulares, com a possibilidade de trabalho por conta própria, liberdade de ação, autonomia e criatividade (Ferreira, 2013).

O crescimento da tatuagem é visível a vários níveis: mais artistas a tatuar, público interessado em tatuar, estúdios e convenções internacionais. A superfície

da pele oferece um modo de comunicação e os significados atribuídos são muitos, ainda que nem sempre claros. Porém, o desejo pela diferenciação transmite-se através do corpo, enquanto instrumento de comunicação e afirmação. A sociedade moderna valoriza a imagem e o tempo no imediato e isso reflete-se na tatuagem, através dos níveis de aceitação social, tratando-se de uma moda, do culto do corpo, que conseqüentemente se transmite na produção em série de corpos tatuados, através de mensagens que cada vez são mais comuns. Contrariamente, este efeito em massa pode levar a que num futuro próximo a ausência de manipulação do corpo se torne numa forma de diferenciação social (Rodriguez & Carreteiro, 2014).

A tatuagem possui um público diversificado, mas com gostos muito específicos e no geral, os indivíduos procuram determinada reprodução técnica, o que por vezes cria uma certa dificuldade ao tatuador em direcioná-los para um tipo de trabalho do seu interesse. A produção autoral na tatuagem ainda é algo recente e para que se possa desenvolver cada vez mais, é necessário educar o público para esse reconhecimento autoral. Ainda que a aceitação da tatuagem na contemporaneidade seja uma realidade, existe falta de reflexão e estudo no campo acadêmico e filosófico em que os tatuadores possam participar, através do desenvolvimento de um pensamento crítico e artístico, com o propósito de pensar a imagem sobre o corpo. Devido à insatisfação com o ofício em si, muitos tatuadores desenvolvem a procura por uma identidade própria e é através dessa afirmação artística que muitos tatuados acabam por se identificar, atingindo assim o seu trabalho uma nova dimensão autoral (Luz, 2019).

Síntese conclusiva

As ideias-chave do capítulo 2 são:

- O **ato de tatuar** consiste na inserção de tinta na pele, que atravessa a primeira camada (epiderme) e aloja o pigmento na segunda camada (derme).

- A **origem da tatuagem** não é precisa, pois existem vestígios da sua presença em diferentes culturas, sem relação aparente.

- Em 1769 o capitão britânico James Cook realizou uma **expedição marítima às ilhas do Pacífico**, no qual fez registos da cultura indígena, nomeadamente sobre a tatuagem e trouxe esse costume para a Europa. Devido à influência das diferentes religiões e à colonização das ilhas, a tatuagem assumiu uma conotação negativa, e passou a estar sobretudo associada à criminalidade, sendo inclusive usada para marcar prisioneiros ou escravos.

- Em 1827 no Japão, a **tatuagem tradicional japonesa** era também conhecida como *Irezumi*. Tem como principais características as cores vivas e as grandes dimensões, focadas numa figura central, inspiradas em mitos e monstros, com detalhes exagerados e rodeado por elementos naturais, como nuvens e ondas. Este estilo é sobretudo associado ao gangue *Yakuza*.

- Nos Estados Unidos, a **tatuagem tradicional americana** era sobretudo usada por marinheiros. Em 1891, o norte-americano Samuel O'Reilly criou a **máquina de tatuar elétrica** que veio revolucionar a forma de tatuar, tornando este processo muito mais rápido de executar.

- No final do século XX devido à influência dos *media* a **tatuagem tornou-se popular**.

- O crescimento da tatuagem tem sido contínuo até à atualidade. Cada vez mais pessoas a querem ser tatuadas, independentemente do estatuto social ou idade,

mais artistas a aprender a tatuar, com estilos e influencias diversificadas, mais tecnologia e materiais com mais qualidade, por fim, mais cuidados higiênicos na hora de tatuar.

- A tatuagem contemporânea resulta de uma coautoria partilhada entre o cliente e o tatuador, na medida em que o cliente pode conferir maior ou menor liberdade criativa, ainda que na maioria dos casos a escolha do tatuador já seja feita em função do estilo que o mesmo produz regularmente.

Capítulo 3_ A tatuagem contemporânea numa perspectiva de design

Apesar de historicamente associarmos a tatuagem ao *underground* e ainda ser um tema socialmente complexo, ela apresenta-se na contemporaneidade como um campo de expressão artística. A pele tornou-se uma via de comunicação e expressão para os adeptos da tatuagem. Muitos artistas também descobriram nela novas formas de serem criativos e de se estabelecerem profissionalmente.

O design é uma disciplina consolidada, reconhecendo-se a existência de algumas semelhanças na abordagem ao processo criativo entre designers e tatuadores. Assim, o presente capítulo tem como intenção interpretar os paralelismos existentes entre o design e a tatuagem, para que a partir do estabelecimento dessa relação se consiga criar a ponte entre uma disciplina teoricamente sólida com um campo pouco reconhecido e explorado, como é o caso da tatuagem contemporânea.

Posteriormente, é proposto um modelo de análise da tatuagem contemporânea, construído a partir de uma perspectiva de design.

3.1 Paralelismos entre o design e a tatuagem

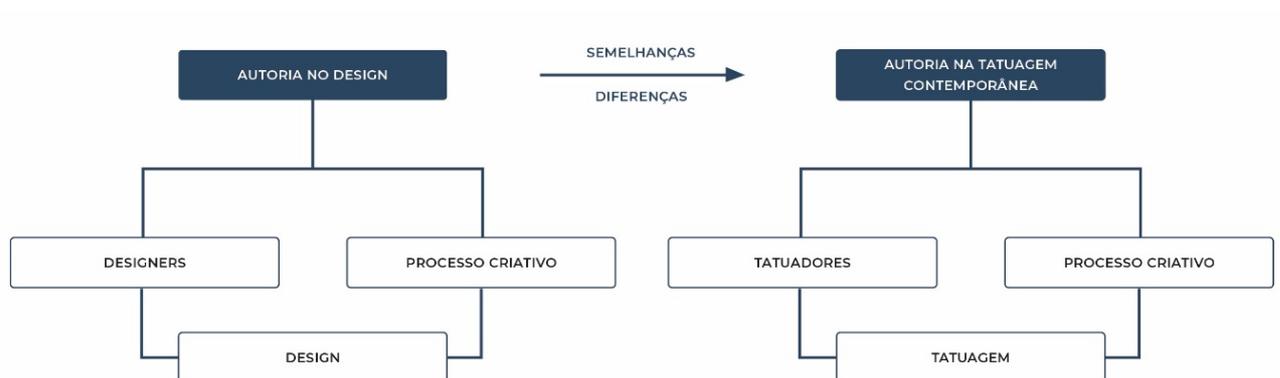


Figura 3.1 Esquema relacional design/tatuagem contemporânea.

O esquema representa a linha de pensamento e relação que se pretende estabelecer entre o design e a tatuagem e identificar as semelhanças entre ambas. Todavia, mantém-se presente a ideia de que o design e a tatuagem não são comparáveis, devido à sua natureza ontológica. Assim, o design está na base enquanto disciplina e orienta o trabalho dos designers, bem como o seu processo criativo. Dessa relação resultam os artefactos produzidos, no qual a autoria se manifesta, podendo ser mais ou menos evidente. O mesmo raciocínio pode ser aplicado à tatuagem.

O design é uma atividade estratégica, criativa e interdisciplinar e as suas ideias, métodos e processos podem oferecer um paralelo para melhor compreender e explicar o desenvolvimento das áreas de índole criativa. Ainda que seja uma disciplina em constante crescimento e adaptação, devido às circunstâncias do quotidiano, o design é uma área consolidada. O processo criativo em design decorre desde a definição do problema até à conceção final do artefacto, através da interação constante entre processos de análise, síntese e avaliação. Nesse processo o designer procura dar resposta à questão de forma criativa, através de mecanismos que continuamente têm de ser adaptados às circunstâncias do trabalho. Todo o percurso faz parte do processo criativo, ainda que determinados momentos sejam interpretados como etapas, porém, é através das relações estabelecidas entre os diferentes momentos que as novas ideias e soluções surgem.

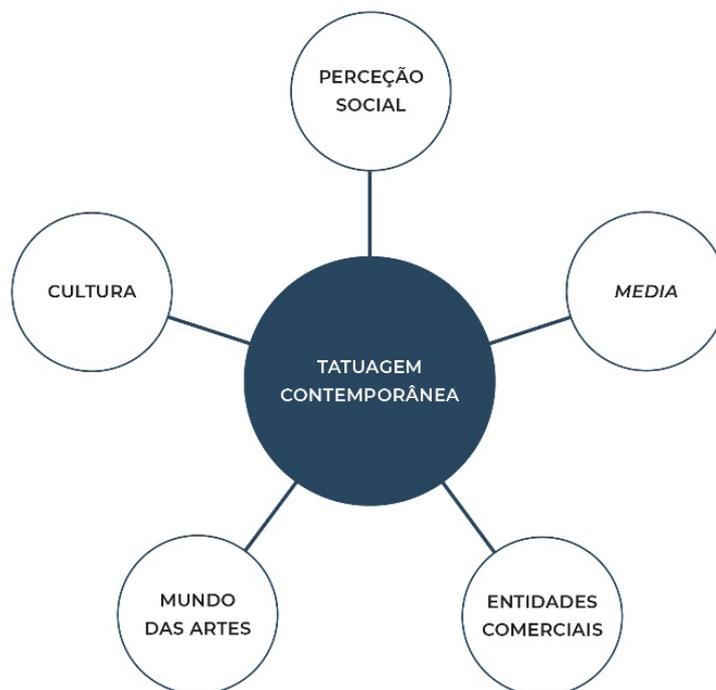


Figura 3.2 Mapa mental da tatuagem contemporânea.

Na tatuagem são vários os fatores que têm transformado a sua percepção ao longo da história. Assim, o mapa mental pretende representar quais têm sido mais influentes na definição do que é atualmente a tatuagem contemporânea. Desta forma, todos os campos estão relacionados direta ou indiretamente. A percepção social é o modo como a sociedade interpreta os temas e faz um julgamento sobre eles; no caso da tatuagem, a percepção tem-se alterado por influência das diferentes culturas e pela época histórica, pois cada momento temporal tem ancorado a si um volume de conhecimento diferente. O mundo das artes, tendo também a sua própria evolução, é sobretudo uma fonte de inspiração para os tatuadores, que procuram nos diferentes campos artísticos inspiração para os seus trabalhos. As entidades comerciais são relevantes por fazerem uso da tatuagem e do seu estatuto mais irreverente para promover os seus produtos. Por fim, os *media*, enquanto principal influenciador, promovem uma alteração significativa na percepção social da tatuagem e conseqüentemente na cultura contemporânea.

A tatuagem contemporânea enquanto campo de índole artística é influenciada por diversas áreas, como a pintura, escultura ou o desenho. O processo criativo na tatuagem inicia-se com o cliente que, por sua vez, é a própria tela do tatuador e lhe fornece algumas ideias/conceitos, através do diálogo e/ou partilha de imagens e outros exemplos. O tatuador elabora o *sketch* e discute com o cliente a imagem final a ser tatuada. O processo mais comum é os tatuadores desenvolverem o *sketch* e posteriormente aplicarem o *stencil* na pele para tatuar, todavia, também podem optar pelo estilo *freehand* e desenhar com canetas diretamente na pele, antes de tatuar. De seguida, inicia-se a produção da tatuagem em si, que procura aproximar-se o máximo possível com o projetado. Desta forma, a autoria na tatuagem é partilhada com o cliente, consoante a liberdade que este concebe ao tatuador. Porém, cada vez mais os indivíduos procuram um tatuador devido ao trabalho desenvolvido, aceitando a natureza da intervenção produzida, nomeadamente o estilo, temáticas preferenciais e linguagem gráfica utilizada. Após a produção da tatuagem, o tatuador faz registos visuais das mesmas, para que posteriormente possa comunicar o seu trabalho através das produções e assim atrair novos clientes.

A tatuagem permite aos indivíduos se autoexpressarem, o que em certa medida influencia a sua maneira de estar no mundo. Considera-se que tanto no design como na tatuagem existe a intenção de dar resposta a um pedido e, ainda que em contextos diferentes, o processo criativo é desenvolvido com essa finalidade. Quanto à autoria, esta manifesta-se nos dois campos, no sentido em que alguns sujeitos expressam a sua individualidade através do seu trabalho. Porém, este conceito é ambíguo e pode assumir várias interpretações.

3.2 A tatuagem a partir de uma perspetiva de design

A fim de analisar a tatuagem contemporânea através de uma perspetiva de design, é proposto um diagrama que usa como referência o modelo triangular de Providência (2012). A escolha desta referência deve-se ao dinamismo que a sua estrutura apresenta, no sentido em que pontos convergentes de uma

representação equilátera, dificilmente estão em pleno equilíbrio. Todavia, é essa mesma inconstância que permite obter diferentes conclusões. Assim, recorda-se que a característica mais expressiva do design é a própria instabilidade dos limites, sendo essa a orientação do modelo.

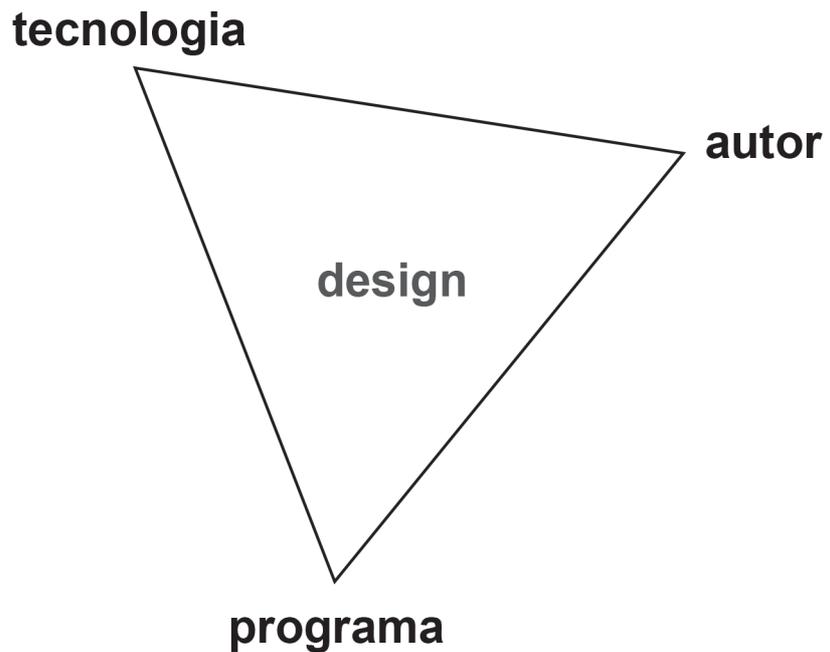


Figura 3.3 Modelo de Francisco Providência

Em suma, o design encontra-se no centro da triangulação, em que qualquer solução resulta da negociação entre as respostas simultâneas que convergem dos três vértices. O modelo tem como finalidade estruturar, organizar e esquematizar pensamentos.

Autoria: Resulta da intenção/desejo, individual ou coletiva, de criar algo novo e único. A autoria pressupõe a existência de coerência, inovação e expressão de uma identidade. Um autor é um construtor e gestor de significados.

Programa: Responde às necessidades e produz os significados recebidos. Tem que ver com a finalidade, usabilidade e utilidade dos artefactos.

Tecnologia: Relaciona-se com a produção e meios de produção, ou seja, desenvolvimento tecnológico: ferramentas, técnica, durabilidade e confiabilidade dos materiais.

Com base na interdisciplinaridade do design, tem-se em conta a aplicabilidade do modelo a outros campos de índole artística, em particular a tatuagem contemporânea. Nesse sentido, os vértices da autoria, programa e tecnologia são interpretados na perspectiva da tatuagem e no modo como se intersejam.

Tatuagem e autoria: A autoria resulta do diálogo com o programa e a tecnologia. A individualidade do tatuador manifesta-se através dos significados que o próprio recebe e produz, ao evidenciar coerência com outros trabalhos desenvolvidos e inovação com a sua nova criação.

Tatuagem e programa: Em conformidade com a autoria e a tecnologia, o programa estrutura e planeia as fases de produção da tatuagem. A elaboração do programa difere consoante o pedido do cliente (temática, dimensão, cores, estilo, elementos gráficos).

Tatuagem e tecnologia: A produção da tatuagem resulta do envolvimento técnico e tecnológico, com o programa e a autoria. A tecnologia compreende os materiais utilizados para produção e comunicação da tatuagem, mas também o cliente, enquanto suporte da tatuagem e fonte de informação e inspiração.

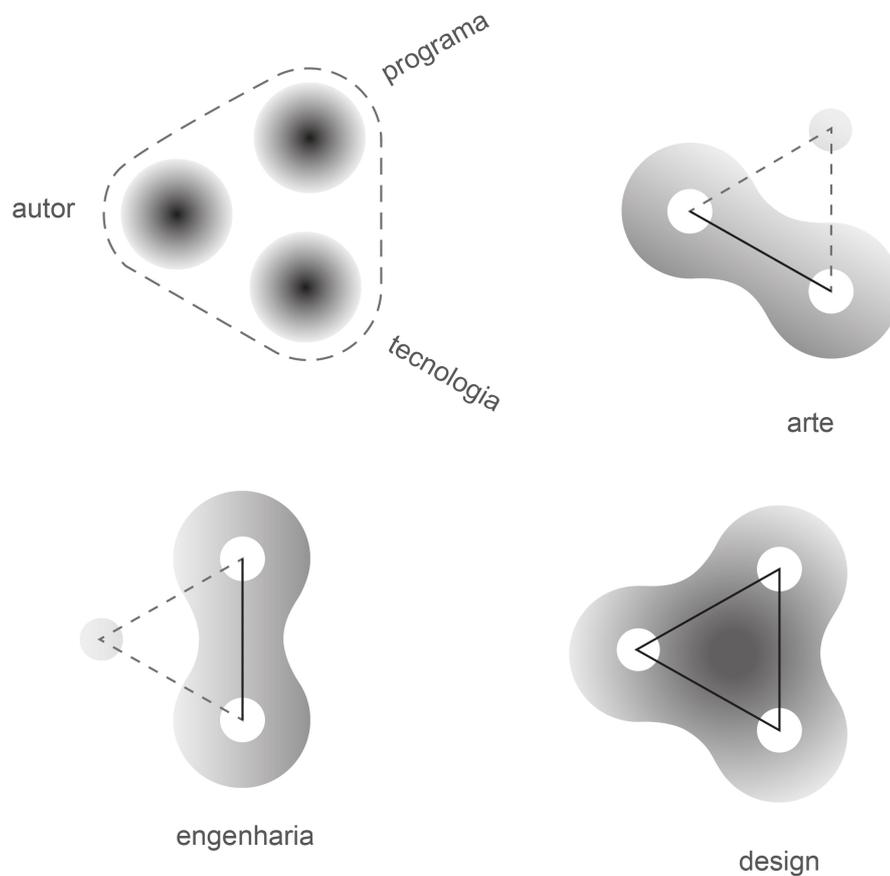


Figura 3.4 Diagrama triangular inicial e as diferentes conjugações, Costa (2007).

A representação gráfica equilátera significa o equilíbrio e a harmonia plena entre os três vértices, porém, em contexto prático de análise é natural que determinado campo se evidencie mais que os restantes, resultando numa representação isósceles ou escalena. Na revisão da proposta, Costa (2007) considera as arestas como os elementos estruturantes da tridimensionalidade que se obtém através das interseções. Desse modo, resulta a arte (autoria + tecnologia), a engenharia (programa + tecnologia) e a gestão (tecnologia + programa). Configurando este modelo à realidade da tatuagem e considerando a revisão bibliográfica efetuada, estabelece-se como arestas a autoexpressão, a coautoria e o material.

3.2.1 Autoexpressão

A autoexpressão resulta da negociação entre a autoria e a tecnologia. O tatuador manifesta a sua individualidade (emoções, experiências e cultura) através de uma comunicação estética, utilizando as ferramentas (tecnologia) que tem à sua disposição, incluindo o próprio cliente, cuja pele funciona como tela.

*Nós expressamo-nos de várias maneiras: através do tom de voz, postura, rosto, palavras e, em mais casos, pintura, música, escultura e outras formas de arte.*¹²

(Green, 2007, p.1)

¹² “We express ourselves in many ways: through tone of voice, posture, the face, words and, in more cases, paint, music, sculpture, and other forms of art.”

A autoexpressão, de forma sucinta, consiste no ato em que um indivíduo se expressa e manifesta os seus pensamentos e sentimentos, através da fala, escrita, linguagem corporal e gestos. Nesse processo, o sujeito procura interpretar a relação entre a mente e o corpo, pois dela provêm os significados mais íntimos. É a partir desta relação mente-corpo que se define quem somos. A personalidade constrói-se ao longo da vida, à medida que desenvolvemos interações sociais, adquirimos experiências, autoconhecimento e consciência. Nesse processo de descoberta e consciência, a autoexpressão vai-se manifestando (Virgínia, 2017).

*As pessoas expressam-se em tudo o que fazem, seja ou não a autoexpressão no momento ou no contexto particularmente valorizado ou mesmo relevante. Uma sociedade em que todos falassem sempre da mesma forma, em que as pessoas fossem linguisticamente indistinguíveis umas das outras, seria impensável*¹³

(Johnstone, 1996).

¹³ “People express themselves with everything they do, whether or not self-expression is at the moment or in the context particularly valued or even though relevant at all. A society in which everyone always talked alike, in which people were linguistically indistinguishable from one another, would be unthinkable”

Diversas áreas das ciências sociais estudam a autoexpressão: línguas, psicologia, educação, artes, política, etc. De um modo geral, a autoexpressão é um conjunto de representações simbólicas aplicadas à comunicação e resultam das experiências sociais a que estamos sujeitos. Cada pessoa interpreta os estímulos

do mundo de maneira diferente e é por essa razão que não há duas personalidades iguais e nos distinguimos enquanto indivíduos. Deste modo, a autoexpressão está sempre presente na comunicação, podendo ser intencional ou não. Toda a expressão é uma manifestação do próprio indivíduo, pelo que, o prefixo “auto” só serve para enfatizar a presença do “eu” emissor (Monteiro, 2015).

Ao expressarmo-nos revelamos parte do nosso ponto de vista. No final do século XIX, a autoexpressão era um tema controverso, suscitando várias teorias relacionadas com a arte, conhecimento, significado ou emoção. Os pontos de vista divergiam: uns referiam que toda a arte era uma forma de autoexpressão, outros afirmavam que a autoexpressão era também uma junção de intuição e conhecimento que não podem ser traduzidas por palavras ou qualquer outro meio e o que é reprimido não existe até ao ato em que o artista se expressa. Este foi um tema filosoficamente debatido no século XX, porém, atualmente, o tópico mais discutido é a expressividade, pelo que o artista pode criar uma obra expressiva, sem expressar os seus sentimentos. Contudo, considera-se que a expressividade resulta de um conjunto de fatores intrínsecos ao artista, no qual, mesmo que este não esteja a expressar os seus próprios sentimentos, de algum modo o que comunica, provém da sua autoexpressão (Green, 2007).

A expressividade que resulta das composições visuais, tem como intuito captar o interesse e a atenção de quem as observa. Nesse diálogo entre composição e espectador, o autor procura comunicar uma mensagem, transmitir emoções e sentimentos. É através da expressividade que o artista espera comunicar uma mensagem. Essa mensagem não necessita de ser clara, pois o que tem de ser claro é a intenção e as sensações que se quer transmitir. Deste modo, o autor necessita de saber exatamente que mensagem quer passar e não se deve inibir de explorar novas formas de expressão e representação visual, pois a experimentação torna a obra ainda mais vinculada ao autor, revelando-se através dela o próprio estilo do artista, ou seja, a sua autoexpressão (Virgínia, 2017).

A expressão artística é uma necessidade humana universal e intemporal, manifestada desde a pré-história até à atualidade, através da arte parietal e rupestre, pintura, escultura, cerâmica, música, lendas ou fábulas. É inevitável associar a estética à expressão artística. Qualquer indivíduo que se interesse pelo campo artístico, naturalmente irá desenvolver uma noção estética, ainda que possa existir maior sensibilidade para a área de interesse em que se envolva. Este processo constrói-se com referências de beleza, expressividade e estilo, sendo que, com a experiência o indivíduo torna-se cada vez mais capaz de interpretar diferentes formas de arte, sendo elas mais ou menos racionais, uma vez que a arte não se limita ao objeto artístico em si, sendo muitas das vezes um reflexo do interior do artista. A interpretação artística é algo subjetivo, pois depende muito da sensibilidade e experiência dos intervenientes, dos que produzem aos que contemplam (Bahia, 2009).

Em suma, a autoexpressão é a manifestação artística do tatuador, que combina o seu lado mais emocional e espiritual com o seu lado mais técnico e racional, de forma a criar uma tatuagem original. A composição estética que o próprio elabora e produz funciona também como a sua assinatura, em que o seu estilo o distingue dos demais. Assim, a partir da aresta da autoexpressão é interpretado o estilo e a técnica do tatuador.

3.2.2 Coautoria

A coautoria resulta da relação entre autoria e programa, ou seja, a negociação de conceitos entre o tatuador e o cliente. Do lado da autoria temos o tatuador, que tem como intenção manifestar a sua criatividade e individualidade, que por outro lado é condicionada pela liberdade que o cliente lhe concebe. Noutra perspetiva temos o programa, em que o tatuador negocia essa liberdade criativa com o cliente, sendo que a maioria dos indivíduos procuram determinado tatuador pelo seu trabalho.

É inevitável estabelecer comparações entre a tatuagem e outras formas de expressão artística, uma vez que os tatuadores, na maioria dos casos, provêm ou têm formação nessas áreas. Estes procuram no mercado da tatuagem uma nova forma de liberdade de expressão, estabelecer-se enquanto artistas e construir um percurso profissional. Todavia, essa aproximação a outros campos artísticos, não passa disso mesmo, visto que a tatuagem tem características únicas, como a vitalidade inerente à pele como suporte. Assim, a produção e planeamento da tatuagem depende muito do cliente. Por vezes, o domínio artístico está inteiramente dependente da pessoa que a vai usar, noutras, o tatuador tem uma maior liberdade criativa e poder de decisão. A coautoria é um conceito que se encontra sempre presente na tatuagem e está dependente do diálogo entre o tatuador e o cliente. O que pode diferir é a dominância de decisões de cada um, ou seja, a autoria pode ser mais do cliente ou do tatuador consoante a liberdade criativa que o cliente conferir ao tatuador, sendo que nunca existirá uma singularidade autoral plena. Esta interação faz da tatuagem um trabalho muito mais colaborativo do que, por exemplo, a pintura, escultura ou ilustração, todavia não significa que não exista colaboração nessas áreas, simplesmente na tatuagem é inevitável (Lodder, 2010).

Ainda que alguns tatuadores possam reivindicar a plenitude da autoria, esta decorre sempre da aceitação e da aprovação do cliente. Em alguns casos, os clientes levam o desenho da tatuagem pré-concebida e esperam unicamente que o tatuador a replique, sendo a autoria do tatuador mínima. Noutras circunstâncias o tatuador tem a liberdade de construir toda a tatuagem a partir do conceito do cliente e, nestes casos a sua autoria é clara. Mais, é comum os tatuadores criarem os seus esboços espontâneos, sem a existência de qualquer tipo de pedido, e posteriormente colocá-los à disposição de clientes interessados. Nesta situação, o tatuador procura direcionar o seu leque de clientes para os seus interesses pessoais. Em conclusão, assume-se que existe sempre coautoria na tatuagem, podendo esta ser mais ou menos evidente.

Na aresta da coautoria pretende-se interpretar a relação entre o tatuador e o cliente, reconhecer a temática/mensagem, a dimensão e local do corpo da tatuagem.

3.2.3 Material

O material é a interseção que se define da negociação entre o programa e a tecnologia. Nesse sentido, considera-se como pertencentes a este campo não só os objetos e tecnologias utilizados para tatuar, mas também a sua aplicação. Os materiais são preponderantes na realização da tatuagem, pois as boas práticas interferem com a qualidade do produto final. Isso traduz-se no respeito pelas normas de higiene, escolha de tintas, agulhas e material descartável adequados. Assim, no campo do material temos a negociação do planeamento com o cliente, com os materiais indicados para tatuar, manifestando-se através desta negociação a técnica (cores, linhas, pontilhismo, densidade de tinta usada, sombreados).

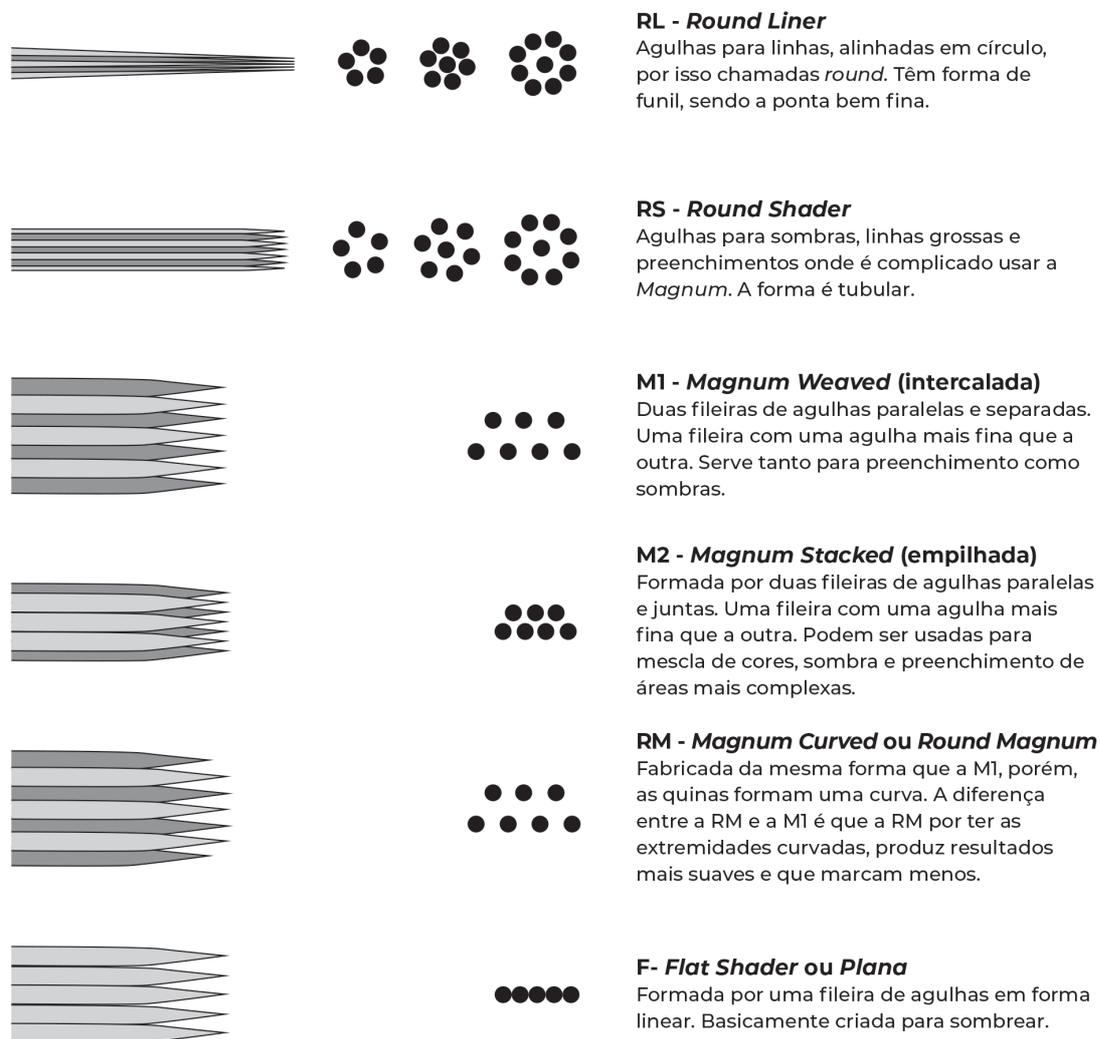


Figura 3.5 Tipos de agulhas utilizadas para tatuar (Lenk Tattoo, 2019).

Quanto às tintas e agulhas, nos seus primórdios a cor era feita com uma pasta de cinzas e era inserida com o auxílio de pequenos ossos de pontas finas e afiadas. Atualmente são utilizados pigmentos maioritariamente de origem mineral, com cores diversificadas, já preparadas por fornecedores especializados, ainda que seja possível misturar cores entre si e criar novas. A sua aplicação é feita através de um conjunto de agulhas unidas devidamente esterilizadas, existindo vários conjuntos padronizados que permitem abranger áreas de pele a diferente escala.

As agulhas são suportadas pela máquina de tatuar elétrica, que ligada a uma fonte de alimentação produz um movimento semelhante ao de uma máquina de costura, permitindo introduzir o pigmento de forma rápida, comparativamente aos métodos tradicionais. (Fonseca, 2003; Lise et al., 2010; Gusso, 2016; Osório, 2006).

Tomar a decisão de fazer uma tatuagem não inclui somente decidir a imagem. É preciso escolher o responsável da sua execução, mas também considerar o local onde esta será feita. Sendo a tatuagem equiparada a uma pequena cirurgia, um estabelecimento deve cumprir com todas as normas de higiene e segurança, para garantir ou reduzir ao máximo as possibilidades de possíveis infecções. Por conseguinte, existem alguns cuidados essenciais, como: manter as superfícies limpas e em bom estado de conservação, sendo lavadas diariamente; não deve existir tapetes e a estação de trabalho deve ser limpa e plastificada a cada cliente. Todo o material descartável não poderá ser reutilizado e tem de ser colocado em recipientes próprios para material contaminado; o restante material necessita de estar devidamente limpo, esterilizado e em cumprimento com os prazos de validade. Não pode ser permitido o consumo de alimentos ou bebidas, bem como tabaco ou outro tipo de substâncias (Santos, 2020).

O tatuador tem a obrigação de se precaver sobre os possíveis problemas de saúde do cliente e “requisitar informação relativa a antecedentes, nomeadamente alergias (como ao latex), diabetes, hemofilia ou outras alterações da coagulação, sarcoidose, doenças dermatológicas/ alterações cutâneas, doenças autoimunes ou imunossupressão/ imunodepressão, doenças cardiovasculares e tendência para formar queloides” (Santos, 2020, p.7). O tatuador deverá também informar sobre os cuidados a ter após a realização da tatuagem.

Em todo o processo de execução da tatuagem é necessário também manter as mãos devidamente lavadas e limpas, por serem a principal via de transmissão de microrganismos, devido ao contacto com os objetos. Todo o manuseamento

deverá sempre ser feito com a utilização de luvas novas e descartáveis. Caso exista a necessidade de interromper o processo, por existir contacto com um objeto externo, como por exemplo um telefone, as luvas deverão ser substituídas por umas novas (Cortelli, 2012).

Caso um estabelecimento esteja certificado relativamente à higiene e segurança, parte-se do pressuposto que as normas referidas serão cumpridas e a execução da tatuagem será segura. Os cuidados de higiene e segurança são também um fator que distingue os tatuadores profissionais de amadores. O INE (Instituto Nacional de Estatística) já reconhece a tatuagem como uma atividade profissional em Portugal, mas esta ainda não se encontra regulamentada e não existem organizações para tal. Nesse sentido, não se encontram estabelecidos ou definidos os pré-requisitos, capacidades ou habilitações necessárias para a prática da tatuagem (Santos, 2020).

3.3 A prática da tatuagem contemporânea e o foco da investigação

Ao longo do tempo, os artistas utilizaram a arte para expressar as suas crenças, valores e individualidade e, através das várias formas de arte produzidas, construíram o imaterial e criaram tendências, que conseqüentemente marcaram a história. Desde sempre, a arte tem-se validado por associação ao belo e ao sagrado, enquanto que a tatuagem progrediu à margem do que é socialmente aceite. A tatuagem contemporânea, à semelhança de outras linguagens artísticas, debate-se com “questões técnicas, artísticas e manuais, com necessidades de domínio sobre composições, figurativas, plásticas e materiais” (Luz, 2019, p.20).

Cada tatuagem é uma forma de comunicação e expressão: os indivíduos exteriorizam na pele a sua personalidade (medos, angústias, autoestima, irreverência ou momentos marcantes), independentemente do seu estatuto social, idade, crenças ou etnia. Pode afirmar-se que a tatuagem se tornou *mainstream*, mas ainda não é socialmente estável. A individualidade não é exclusiva do indivíduo tatuado, pois também o tatuador faz uso dessa manifestação pessoal

para expressar a sua autoria e alcançar outros públicos. À semelhança da arte, a tatuagem também possui um público com gostos distintos e, nesse sentido, é preciso os tatuadores orientarem os consumidores para a produção técnica que mais lhes convém (Luz, 2019).

O facto da tatuagem se ter tornado *mainstream* faz com que a oferta também tenha aumentado, não só no número de tatuadores com estilos distintos, mas principalmente com o aparecimento de inúmeros que dão mais prioridade à visão/pedido do cliente do que à sua manifestação pessoal. Existem vários bancos de imagem, o que leva a que muitos clientes procurem os tatuadores com as ideias pré-concebidas ou com a certeza do que querem tatuar. Nestes casos a contribuição autoral é mínima, pois a manifestação técnica e artística do tatuador é exclusivamente revelada na produção. Todavia, a presente investigação procura perceber como é que a autoria se manifesta nos processos criativos da tatuagem e nesse sentido, será dada primazia a tatuadores que orientem o trabalho nesse sentido.

3.4 A aplicação do modelo

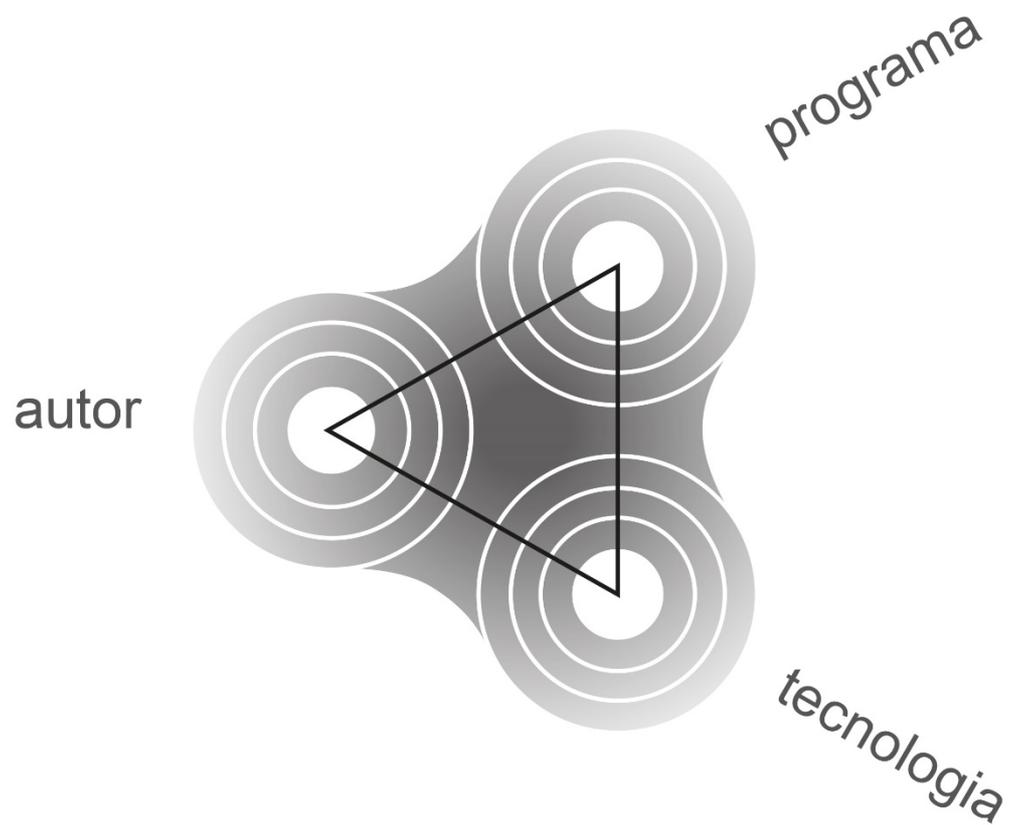


Figura 3.6 Diferentes dimensões das interseções.

Com base no modelo proposto, é elaborada uma segunda visualização que pretende medir, ainda que de forma abstrata, a dimensão em que a autoria, programa e tecnologia se manifestam no processo criativo dos tatuadores. Para tal, consideramos quatro níveis de representação, em que o valor máximo é o preenchimento pleno do círculo e o mínimo nunca será igual a zero, uma vez que qualquer uma das dimensões está obrigatoriamente sempre presente. Assim, temos:

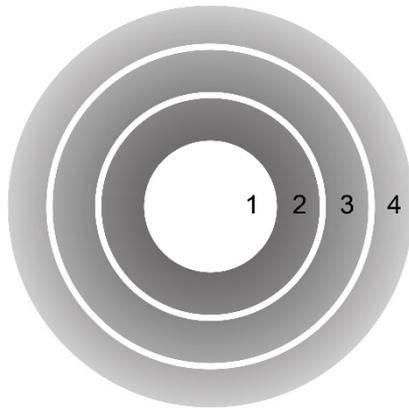


Figura 3.7 Dimensão da Autoria.

A autoria:

1. O tatuador limita-se a produzir exatamente a ideia/esboço/tatuagem que o cliente lhe apresenta.
2. O tatuador é mais versátil. Este elabora e negocia com o cliente a imagem a ser tatuada, mas não elabora uma composição que evidencie tanto a sua individualidade.
3. O cliente procura o tatuador pelo seu estilo, porém, fornece-se lhe as ideias base do que gostava de tatuar e posteriormente o tatuador elabora toda a composição dentro do tema e do seu estilo.
4. O tatuador cria o *sketch* na sua totalidade (ideias, conceito, elementos gráficos) e posteriormente coloca disponível, para que os interessados manifestem o seu interesse em tatuar.

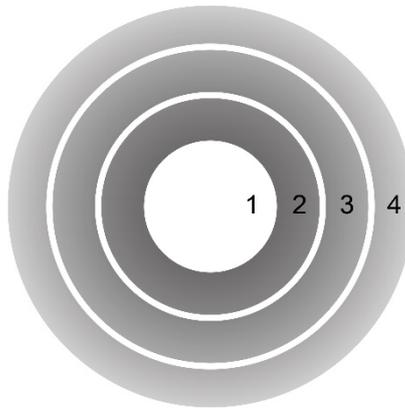


Figura 3.8 Dimensão do Programa.

O programa:

- a) No primeiro contacto com o cliente, este explica o que pretende, a dimensão da tatuagem, expõe as suas ideias e existe um *briefing* sobre datas e como irá decorrer o processo até à produção da tatuagem.
 - b) O tatuador elabora o *sketch* com base na informação fornecida pelo cliente.
 - c) O tatuador negocia com o cliente o que irá ser produzido, podendo a tatuagem corresponder ao pretendido ou serão realizados ajustes.
 - d) A tatuagem é produzida conforme o que foi definido.
 - e) O tatuador dá um *briefing* ao cliente sobre os cuidados a ter com a cicatrização.
-
- 1. O cliente traz a tatuagem e o tatuador limita-se a produzir, ou seja, só está presente o ponto a), d) e e).
 - 2. Não existe negociação com o cliente porque o *sketch* foi todo construído autoral e autonomamente pelo tatuador (o cliente só aceitou a sua produção).

3. Não existe uma evidência clara na distinção dos momentos, ou seja, o cliente pode ter um primeiro contacto com o tatuador ou *manager* da loja (ponto a) e depois todo o processo de pré-produção, produção e *briefing* acontece em simultâneo no dia de tatuar.
4. A plenitude do círculo compreende as alíneas a), b), c), d) e e).

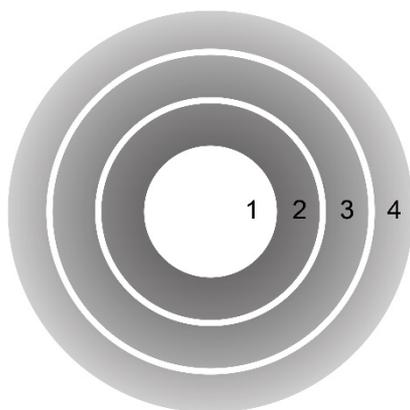


Figura 3.9 Dimensão da Tecnologia.

A tecnologia:

O modelo considera tatuagens realizadas em espaços que respeitem as normas de higiene e segurança: espaço higienizado, material descartável e material esterilizado. O campo da tecnologia compreende também o material utilizado na preparação da tatuagem (desenho convencional ou digital) e registo fotográfico pós-produção.

1. A tatuagem é composta exclusivamente por linhas. Só é necessário um tipo de agulha, devido à baixa complexidade técnica. Compreende a utilização de uma ou duas variedades de cor.
2. A tatuagem compreende linhas, sombras e/ou cores sólidas e tem um nível de complexidade médio. Não exige mais do que um ou dois tipos de agulha.

3. A tatuagem é feita a preto, cinza e branco. Inclui linhas sombras e cor sólida. Inclui a utilização de vários tipos de agulha, diferentes níveis de concentração de preto e branco. Nível de complexidade alto.
4. A tatuagem tem cores, linhas, sombras e cor sólida. Inclui a utilização de vários tipos de agulha e tintas. Nível de complexidade alto.

Síntese conclusiva

No capítulo 3, são estabelecidos **paralelismos entre o design e a tatuagem contemporânea** com a finalidade de analisar um campo controverso e pouco explorado (tatuagem), através de uma disciplina teoricamente consolidada (design).

São propostos critérios de análise da tatuagem contemporânea, tendo como referência o modelo triangular de Providência (2012) (autoria, programa, tecnologia) e a proposta de análise tridimensional de Costa (2007). Com base na estrutura, considera-se que as arestas que resultam do contexto da tatuagem contemporânea são a autoexpressão, coautoria e material.

A **autoexpressão** (autoria – tecnologia), consiste na manifestação artística do tatuador, em que este expressa o seu lado mais emocional de forma racional. Nesta aresta identifica-se o estilo e a técnica do tatuador, que funciona como a sua assinatura.

A **coautoria** (autoria – programa), é o campo em que o cliente e o tatuador negociam a liberdade criativa e planificam o processo de produção da tatuagem. Nesta aresta, identifica-se essa negociação, a temática e a dimensão da tatuagem.

O **material** (programa – tecnologia), compreende a tecnologia utilizada para tatuar, bem como a influência da sua utilização. O material compreende o cumprimento das normas de higiene e segurança. Nesta interseção analisam-se os materiais utilizados para tatuar.

Com base no modelo proposto, são desenvolvidos quatro níveis de análise para a autoria, programa e tecnologia no contexto da tatuagem. A intenção de desenvolver uma escala é interpretar as oscilações do diálogo entre os pontos convergentes.

Parte II - Estudo e resultados

-

Capítulo 4: Metodologia

A tatuagem sofre ao longo das últimas décadas alterações sociais, culturais, técnicas e materiais, evoluindo de um procedimento arcaico até uma execução cuidada tecnicamente e orientada por princípios e normas de saúde pública. A tatuagem contemporânea é cada vez mais reconhecida e aceita, ainda que apresente algumas fragilidades quanto ao seu reconhecimento social. Procurando explorar um campo temático ainda pouco trabalhado, é proposto o estudo da tatuagem contemporânea tendo por base uma perspectiva de design.

É comum associarmos tatuagem e arte, porém esta associação é algo complicado, dependendo do conceito e da definição atribuída à arte. Sem dúvidas, o tatuador é um artesão. Mas seu trabalho pode ser comparado ao de um pintor ou de um escultor? Seus desenhos reproduzidos sobre a pele são resultados de uma visão de mundo e reflexão sobre a vida?

(Gusso, 2016, p. 121)

Enquanto expressão artística, a tatuagem revela características de diferentes áreas, porém, as mudanças sociais e culturais, entretanto ocorridas, fazem da sua definição uma questão complexa. Nesse sentido, o presente estudo procura definir a tatuagem contemporânea e caracterizar a sua proximidade com o campo artístico e o design.

4.1 Questão central de investigação

Como referido, a tatuagem é uma das formas de manifestação singular e coletiva mais antigas do mundo, ainda que seja um tema socialmente hermético. Desde os vestígios pré-históricos às tradições indígenas, dos piratas e prostitutas aos marinheiros tatuados que se tornaram figuras de circo e à cultura *underground* em geral, a tatuagem fez parte de diferentes rituais e assumiu diferentes simbolismos, maioritariamente pouco compreendidos. Todavia, a sua popularidade está em ascensão desde os finais do século XX e os materiais e técnicas utilizadas são cada vez mais profissionais, construindo-se assim uma nova perspectiva.

Independentemente da época histórica, as tatuagens ou marcas corporais são sobretudo uma forma de expressão. Devido às características visíveis na contemporaneidade, assume-se a tatuagem contemporânea enquanto expressão artística. Sendo esta cada vez mais popular, com uma produção técnica consideravelmente evoluída por parte dos praticantes e com estúdios cada vez mais higienizados e profissionais, a presente investigação procura evidenciar as semelhanças entre os processos criativos dos tatuadores e designers. É tomada como referência a investigação de outros autores que desenvolveram de forma similar paralelismos entre o design e outros domínios, aplicando modelos de design, de onde se pode destacar Almeida (2017), Quental (2009) e Parreira (2015), respetivamente no campo do design de informação, ilustração e gastronomia. Tendo por base estas premissas é proposto estudar a tatuagem contemporânea através de uma perspetiva de design, partindo da questão empírica: **Como podem os processos criativos e autorais na tatuagem contemporânea ser descritos e explicados através do design?**

4.2 Objetivos de investigação

A presente investigação tem como objetivo central descrever e explicar a tatuagem contemporânea através dos processos criativos e autorais do design, contribuindo para a sua consolidação enquanto atividade autoral. Neste sentido procura-se:

1. Compreender as dinâmicas de criação do tatuador;
2. Identificar os fatores que determinam a autoria na tatuagem.
3. Reconhecer a aplicabilidade de um modelo de design a um campo de índole artística, nomeadamente a tatuagem contemporânea.

4.3 Método de investigação

A versatilidade da disciplina de design confere um desafio à investigação, na medida em que a pesquisa pode ser conduzida através das humanidades, ciências

sociais e ciências naturais. Como condicionante, os modelos de pesquisa são por natureza regidos exclusivamente por um desses campos. Contudo, o papel dos designers é contribuir para a amenização dessas relações (Margolin, 2000).

Tendo por base o discurso de Frayling (1993) e Findeli et al (2008), a investigação em design divide-se em três categorias:

1. A **investigação para o design** consiste em contribuir de forma significativa e original para o conhecimento da área. A pesquisa é desenvolvida com base no conhecimento já existente e também através de entrevistas, observação e análise de dados. Numa primeira instância, este modelo não procura ser cientificamente rigoroso, nem validar os resultados pela comunidade de design, isso deve-se muitas vezes à inexperiência do investigador ou ao curto período de investigação. Porém, não significa que o processo não seja desenvolvido nesse sentido.
2. A **investigação sobre o design** visa desenvolver uma melhoria com a prática do design e naturalmente a satisfação do utilizador. Este modelo não é exclusivo, pelo que o conhecimento adquirido noutras áreas, pode em nada beneficiar ou contribuir para o conhecimento do próprio design.
3. A **investigação através do design** deve contemplar as componentes dos modelos anteriores, ser rigorosa, corresponder aos padrões científicos e em simultâneo melhorar a vertente prática. Porém, a epistemologia do design é um conflito que perdura neste tipo de investigação. A conexão prática que o design tem com as restantes disciplinas faz com que não seja possível definir epistemologicamente os seus limites.

O design está em crescimento contínuo, tanto na prática como na investigação e está inserido em diferentes campos e com diferentes finalidades. A presença do design nas ciências sociais, humanas e na engenharia exigem metodologias

adaptativas e diferentes tipos de entendimento consoante a circunstância. Porém, é através dessa instabilidade que o design continua a progredir (Engholm, 2017).

O método escolhido para o desenvolvimento da investigação deve adequar-se ao objetivo e às questões que o investigador pretende responder (Branski, Franco & Lima Júnior, 2010). Sendo a tatuagem entendida como um fenómeno social, define-se o estudo de caso como método, uma vez que permite estudar a questão em profundidade e em contexto real, especialmente quando os limites entre fenómeno e contexto não são claros e o investigador tem pouco ou nenhum controlo sobre os eventos comportamentais (Yin, 2015).

A versatilidade deste método permite incluir casos únicos ou múltiplos; abordagens quantitativas ou qualitativas, desde que bem definidas. Porém, para desenvolver a investigação é necessário definir primeiro o objetivo, a metodologia que mais se enquadra e qual o tipo de pesquisa a aplicar: exploratória, descritiva ou explicativa (Branski, Franco & Júnior, 2010).

Segundo Yin (2015), devem considerar-se as seguintes componentes no planeamento da investigação:

1. As questões do estudo de caso (O quê, quem, onde, como e porquê);
2. As proposições, se houver;
3. As unidades de análise;
4. A lógica que une os dados às proposições;
5. Os critérios para interpretar as constatações;

O presente estudo de caso é sobretudo orientado para as questões do “como” e “porquê” e como tal a tarefa inicial é esclarecer com precisão a natureza das questões a esse respeito; quantas mais proposições específicas tiver o estudo, mais ele permanecerá dentro dos parâmetros exequíveis (Yin, 2015).

Em resumo, os fatores que validam a utilização do método escolhido são:

- A tatuagem contemporânea enquanto fenômeno social complexo e caracterizado por múltiplas dimensões;
- A questão empírica orientada pelo “como” (*Como podem os processos criativos e autorais na tatuagem contemporânea ser descritos e explicados através do design?*).

O que caracteriza o método é a interpretação de dados, a busca constante por respostas novas, a procura aprofundada e completa da realidade e o uso de várias fontes de informação, que possibilitam a construção de generalizações e revelação de diferentes pontos de vista. Assim, a vantagem do estudo de caso está na sua aplicabilidade a situações humanas de contextos contemporâneos de vida real e na flexibilidade de generalizar contextos particulares. No entanto, a generalização necessita de uma teoria prévia que sustente o estudo (Meirinhos & Osório, 2010; Ventura, 2007; Yin, 2003;).

A mais-valia neste tipo de abordagem está na profundidade e abrangência das evidências que podem ser encontradas e trianguladas por via das múltiplas fontes disponíveis. Para garantir a eficácia do estudo, o investigador tem de assumir um papel imparcial e transparente com os entrevistados, definir critérios rigorosos na metodologia e transmitir confiança às pessoas entrevistadas. Como tal, a aplicação de um protocolo é essencial para garantir a confiabilidade da pesquisa e também porque este serve de orientação ao investigador na recolha de dados (Freitas & Jabbour, 2011).

4.4 Proposição teórica

Historicamente a tatuagem moldou-se com o tempo e com as diferentes culturas que têm contribuído para a sua evolução. Com base no ponto dois, percebe-se que esta forma de expressão está a democratizar-se na contemporaneidade,

tornando-se transversal nas diferentes classes sociais, faixas etárias ou grupos étnicos. A sua popularidade tem atraído conseqüentemente cada vez mais artistas, que revelam interesse não só em aprender a tatuar, mas também em fazer desta atividade profissão. Nesse sentido, reconhece-se na tatuagem uma aproximação do campo artístico através do trabalho produzido pelos tatuadores e pelo reconhecimento do seu público, para além da partilha de vocabulários e linguagens visuais. Ainda que o ato de tatuar não seja reconhecido como profissão, são cada vez mais os tatuadores a exercer esta atividade profissionalmente.

O número de estúdios tem aumentado, assim como os cuidados de higienização dos espaços, o que os torna cada vez mais seguros e de confiança para os seus clientes, na medida em que se trata de um procedimento equiparado a a uma mini cirurgia. Alguns tatuadores escolhem praticar um trabalho mais versátil, atendendo a todo o tipo de pedidos e estilos pretendidos pelos clientes. Noutros casos, os tatuadores optam por atuar em determinado estilo específico, criando uma assinatura que os identifica e conseqüentemente um público que os procura por essa razão. A investigação parte do pressuposto de que o processo criativo, desde a execução dos esboços até à realização da tatuagem, se assemelha ao processo criativo dos designers. Mais, é também evidente que um conjunto de características funciona como a assinatura do tatuador, considerando-se o conceito de autoria na tatuagem. Deste modo, a proposição teórica da investigação é que é possível descrever e explicar o conceito de autoria e de processos criativos na tatuagem através do design, como domínio reconhecido e consolidado.

4.4.1 Objetivos

- Conhecer o processo criativo dos tatuadores, nomeadamente identificando o que é transversal e singular nos intervenientes.
- Sustentar a revisão bibliográfica sobre a tatuagem contemporânea.

- Verificar a possível relação dos processos criativos e autorais da tatuagem com o design.
- Reconhecer a pluralidade do estudo e a singularidade entre o design e a tatuagem.

4.4.2 Seleção dos casos de estudo

- Foi definido como cinco o número de casos de estudo.
- O estudo foi restringido a tatuadores sediados em Portugal (com “*guests*” noutros países).
- Foram considerados tatuadores reconhecidos com prémios em convenções de tatuagem.
- Foram selecionados tatuadores cujo trabalho se diferencia pelo estilo, técnica e originalidade.
- Foi estabelecido como um mínimo de cinco anos de experiência em tatuagem.
- Sendo a tatuagem um campo fechado, em que o sucesso de um tatuador é difícil de medir, foi também considerado o número de seguidores no Instagram, como forma de quantificar o alcance do seu trabalho. O número estabelecido como mínimo foi 10.000 seguidores.

Os tatuadores (por ordem alfabética):

- Beatriz Sousa: *B Side Skin Tattoo*, Braga.
- Eduardo Fernandes: *Exink Tattoo Studio*, Braga.
- Guilherme Suarez: *Black Pearl Tattoo*, Lisboa.
- Nelson Sacramento: *Lighthouse Tattoo*, Amadora.
- Theo Pedrada: *Pedrada Tattoo Palace*, Almada.

4.4.3 Metodologia desenvolvida para selecionar e analisar os casos

1. Processo de seleção dos tatuadores:

- Numa primeira fase de carácter exploratória foi considerado um número alargado de tatuadores, tendo em vista a qualidade e coerência do trabalho

produzido, a possibilidade de reconhecer a autoria pela existência de estilos diferenciados.

- Foi realizado um primeiro contacto com o objetivo de perceber, nomeadamente, o tempo de experiência na área, o reconhecimento a nível de convenções e a disponibilidade. Em simultâneo, realizou-se uma pesquisa com o intuito de recolher o máximo de informação disponível sobre cada tatuador.

- Deste processo de seleção retiram-se duas ilações:

- A informação/curriculum é escassa e é difícil de conhecer um tatuador além do trabalho que o próprio partilha.

- Após contacto com inúmeros tatuadores constata-se que, para além da visão social fechada sobre a tatuagem, também o núcleo de tatuadores não demonstra muita abertura em comunicar para fora do seu contexto.

2. Processo de entrevistas:

- No seguimento dos objetivos e metodologias estabelecidos foi preparada uma entrevista. Foram feitas 12 perguntas, estando a entrevista dividida em três momentos. O início da entrevista pretende conhecer o tatuador e o seu percurso e de seguida a entrevista centra-se no seu estilo e processo de trabalho; para terminar o tatuador fala da sua experiência.

- Guião da entrevista:

1. Como começou a tatuar?
2. Que formação tem?
3. Há quantos anos tatua?
4. Como define o seu estilo?

5. Quais as suas inspirações/referências?
6. Pode descrever o seu processo de trabalho?
7. Como é que surgem as ideias?
8. Quando recebe um cliente costuma ser direta a solução ou é preciso elaborar propostas e refazer várias vezes o projeto até ao resultado final?
9. Existem tendências/modas de pedidos?
10. Como é que um tatuador se torna uma referência no mundo da tatuagem?
11. Qual a importância de tatuar noutros países e trocar conhecimento com outros tatuadores?
12. As convenções e os prémios nas convenções são importantes no mundo da tatuagem e porquê?

4.4.4 Validação interna e externa

Um dos maiores constrangimentos à utilização de métodos qualitativos em investigação é o controlo dos acontecimentos, nomeadamente quando o estudo envolve pessoas, sendo que os resultados podem variar consoante os indivíduos que participam. Todavia, o processo de investigação permite-nos estabelecer parâmetros e métodos que facilitem a condução do estudo, de forma lógica e objetiva. A validação do estudo pode ser dividida entre validação interna e externa.

A validação interna são os critérios que estabelecemos para iniciar o estudo experimental, pois sem eles não teríamos um sentido lógico nos resultados, o que impediria a sua interpretação. Já a validação externa levanta questões quanto à generalização dos resultados, na medida em que eles podem corresponder só a parte da realidade. Ainda que os dois tipos de critérios de validação possam ocasionalmente não ser coincidentes, é-lhes reconhecida a mesma importância. Enquanto a validação interna serve para estabelecer critérios sem os quais o estudo não faria sentido, a validação externa levanta questões quanto à indução das respostas, na medida em que são feitas generalizações que podem não contemplar as especificidades (Campbell & Stanley, 1963).

1. Validação interna:

Para que a validação interna seja coerente é necessário projetar parâmetros que permitam aplicar as mesmas instruções e instrumentos à pesquisa, de forma a que não ocorram modificações durante o processo e através de procedimentos padronizados seja possível obter resultados passíveis de comparação (Bandeira, 2012). A validação interna corresponde à relação entre as conclusões do estudo e a realidade. Campbell & Stanley (1963) identificam 12 variáveis que podem comprometer a eficácia do estudo experimental:

História: Quando um indivíduo experiencia vivências específicas durante o processo de medição que não fazem parte da variável experimental.

Maturação: Tem que ver com o passar do tempo e a mudança de temperamento que pode ocorrer ao longo do processo; quanto mais longo for o teste ou entrevista maior será o cansaço e aborrecimento do indivíduo, o que poderá afetar o discernimento das respostas.

Testes: A ocorrência de pré-testes com o intuito de experimentar e nivelar os indivíduos e o patamar em que se encontram pode contaminar o teste real.

Instrumentos de análise: A alteração dos instrumentos de análise durante o processo de avaliação pode afetar os resultados.

Regressão estatística: Ocorre quando há repetição da avaliação, sendo que com a repetição do estudo os primeiros resultados desnivelados irão numa segunda fase de repetição ser mais homogêneos.

Efeito reativo ou de interação: No seguimento do ponto anterior, o efeito reativo ou de interação do teste, resulta da utilização de pré-testes, na medida em que a repetição do teste pode diminuir ou aumentar a responsividade do mesmo.

Trajectoria: A mudança de trajetória durante o processo levará a resultados distintos entre os participantes.

Seleção: Os indivíduos selecionados deverão ser funcionalmente equivalentes. Caso o grupo selecionado seja heterogéneo os resultados poderão ser comprometidos.

Mortalidade experimental: Acontece quando os indivíduos deixam de fazer parte da pesquisa, durante a sua duração.

Efeitos reativos de arranjos experimentais: Sucodem quando a pessoa está exposta à variável experimental fora de um ambiente experimental.

Interferência de múltiplos tratamentos: Quando determinado indivíduo passa várias formas de tratamento e o tratamento seguinte é condicionado pelo anterior.

Interações de seleção: O estudo também pode ficar comprometido quando o método de seleção interage com uma ou mais das ameaças acima descritas.

2. Validação externa:

Como referido anteriormente, a validação externa relaciona-se com a capacidade de generalização dos resultados de uma pesquisa. O objetivo é encontrar relações causais verdadeiras, não só para a pesquisa em questão, mas também para o campo de onde a amostra é retirada. Caso os resultados não sejam possíveis de generalizar a outros grupos de indivíduos, então o estudo será mais limitado.

Quando a orientação da pesquisa não é controlada pode provocar a limitação da validade externa, devido à especificidade dos resultados obtidos, sendo apenas compatível com o estudo atual (Bandeira, 2012).

A questão que se levanta é se os resultados podem ser idênticos caso a investigação seja replicada com os mesmos participantes ou semelhantes, mas com diferentes investigadores. Assim, é necessário conferir a fiabilidade do processo e garantir que os instrumentos utilizados permitam orientar a investigação para conclusões semelhantes. Uma das dificuldades da fiabilidade dos estudos qualitativos é o facto dos conceitos estabelecidos não serem fechados sobre si, uma vez que vão sendo construídos e ajustados ao longo da investigação. Nesse sentido, a sua interpretação fora do contexto particular em que foram criados é mais complexa e, conseqüentemente, levanta problemas de replicação das conclusões por parte de outros investigadores que repitam a pesquisa (Amado, 2014).

Capítulo 5_ Estudo e resultados

5.1 Beatriz Sousa

A tatuadora tem licenciatura em artes visuais e tecnologias artísticas e pós-graduação em “Comunicação Arte e Cultura”. Começa a tatuar quando surgiu a oportunidade de experimentar com um amigo, tendo registado a sensação de pintar em “telas ambulantes”. A única formação que tem nesta área é um certificado numa loja de tatuagem, pois não existe propriamente uma legislação que regule a área. Após muito treino começou a tatuar profissionalmente (desde 2015). A artista é atualmente residente no *B Side Skin Tattoo*, em Braga.

Apesar das inúmeras fontes de inspiração, Beatriz Sousa considera as suas maiores referências Taylor Catclaw (tatuador português), Cláudia Denti (tatuadora italiana), Suarez (tatuador português) e Pablo Ortis (tatuador espanhol). Beatriz Sousa considera que um tatuador tem de praticar muito (*hard work*), ser inovador, estudioso e “queimar pestanas”. Contudo, a sua maior preocupação é estar no seu caminho e fazer o seu trabalho, sendo o reconhecimento uma consequência e um orgulho.

5.1.1 Análise e interpretação

A análise do trabalho da tatuadora é feita com base na observação de três tatuagens que a mesma produziu, sendo possível identificar o seu estilo e técnica. A entrevista é outra das técnicas utilizadas para a recolha e complemento de informação.



Figura 5.1 Beatriz Sousa: Tatuagem do Dumbo (Disney).



Figura 5.2 Beatriz Sousa: Tatuagem caveira + flores.

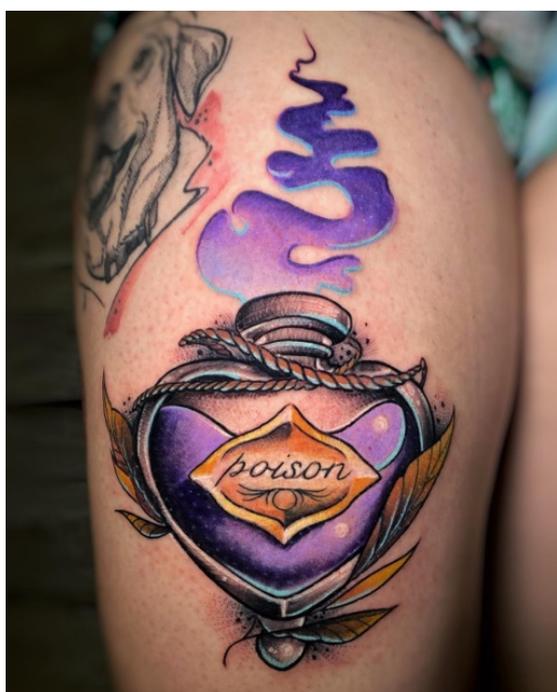


Figura 5.3 Beatriz Sousa: Tatuagem *poison*.

Tabela 5.1: Informação referente à tatuadora Beatriz Sousa.

	Observação	Entrevista
Autoria	<ul style="list-style-type: none"> - A tatuadora revela um estilo coerente, consistente e inovador. - O estilo pelo qual a tatuadora se expressa é uma mistura de aguarela com <i>sketch</i>. As cores são harmoniosas nos diferentes trabalhos. - As sensações que as tatuagens transmitem são vida. Quanto à personagem da Disney é intuitivo a fantasia, felicidade e infância que a imagem transmite. Já as outras, apesar de uma incluir uma caveira e a outra ser um veneno, a harmonia das cores fazem transmitir sensações positivas. 	<ul style="list-style-type: none"> - O seu estilo é apelidado de “<i>Sketch Aguarela</i>”. - As ideias muitas vezes surgem em contextos do quotidiano (conversas, vídeos, circunstâncias), mas também existem bloqueios e é necessário ultrapassá-los. - Sempre gostou de fazer construções de desenhos, tendo por base a criação de personagens.
Programa	<ul style="list-style-type: none"> - A temática nos diferentes trabalhos é tendencialmente fantasiosa. - As tatuagens são todas de grandes dimensões (superiores a 20 centímetros). 	<ul style="list-style-type: none"> - O cliente é recebido pela <i>shop manager</i>, que dá um termo de responsabilidade ao cliente para avaliar a sua situação de saúde, idade, alimentação saudável, se ingeriu bebidas alcoólicas etc. - As ideias surgem consoante a conversa com o cliente. - Os seus projetos começam a ser preparados na véspera da marcação e no dia são avaliados em conjunto com o cliente sobre a necessidade de alguma alteração antes da produção final. Na loja o cliente é também informado dos cuidados a ter antes e depois da realização da tatuagem. - Há clientes que dão total liberdade e procuram-na exatamente pelo seu estilo. Outros já chegam com ideias definidas, porém a tatuadora costuma dar a sua opinião, sendo por norma bem aceite.
Tecnologia	<ul style="list-style-type: none"> - A tatuagem é composta por várias cores, quentes e frias, que são contrastadas com o preto. - Os contrastes são carregados e as linhas são grossas. - A produção das tatuagens implica a utilização de diferentes agulhas e diferentes tipos de cores de tinta. 	<ul style="list-style-type: none"> - A composição das suas tatuagens são desenhos com linhas de construção, sombras toscas e aguarelas nas cores. - Procura aplicar o gosto pelo desenho e aguarela nas tatuagens.

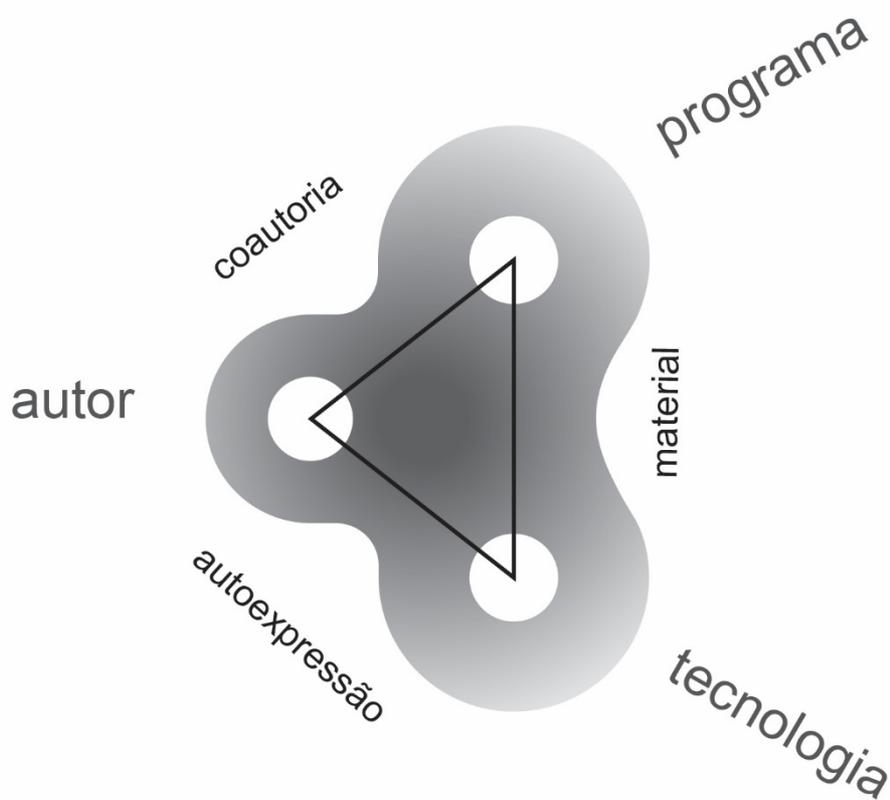


Figura 5.4 Análise do processo criativo – Beatriz Sousa.

Autoria: A tatuadora tem um estilo que apelida de “*Sketch Aguarela*¹³” e mantém o mesmo registo coerente entre trabalhos, ainda que a temática seja diversificada. Considera-se a preponderância da autoria da tatuadora de nível três, uma vez que consegue manter a sua linha gráfica nos diferentes trabalhos. Não se considerou atribuir o nível quatro pela preponderância do cliente ao fornecer as ideias base da tatuagem.

Programa: A dimensão das tatuagens apresentadas é superior a 20 centímetros, porém, tal não significa que a artista só tatue grandes dimensões, sendo apenas reflexo dos casos apresentados. Na temática a tatuadora explora o imaginário não só pelo cariz infantil da primeira tatuagem, mas pelo toque fantasioso que o seu trabalho apresenta, derivado da combinação das cores com os elementos que

¹³ Ainda que os materiais e o suporte sejam distintos, a “*Sketch Aguarela*” tem como finalidade produzir na pele um aspeto visual semelhante ao desenho em papel combinado com a pintura em aguarela.

compõem as tatuagens. O seu processo de planeamento e produção da tatuagem é altamente metódico, sendo iniciado pelo *shop manager* e continuado pela mesma. Por esta razão considera-se o nível quatro.

Tecnologia: Tecnicamente a tatuagem é composta por linhas a preto grossas e contrastes carregados, complementada com um conjunto de cores harmoniosamente conjugadas. A dimensão da tatuagem implica que a tatuadora utilize vários tipos de agulhas: *round liners* para o traço, *round shaders* e *magnum* para o preenchimento. Como tal, dada a combinação técnica e tecnológica, considera-se o nível quatro na dimensão da tecnologia.

Autoexpressão: Da combinação tecnológica e autoral, a tatuadora expressa a sua individualidade pela coerência que o seu estilo “*Sketch Aguarela*” transmite. Ao reconhecer similaridade entre os trabalhos, identificamos a assinatura do seu trabalho. A combinação de técnicas do traço e cores consegue remeter-nos para a infância, transmitindo assim jovialidade. O facto de a autoria estar ancorada no conceito estabelecido pelo cliente, faz com que a autoexpressão da tatuadora não seja plena.

Coautoria: As temáticas mudam de tatuagem para tatuagem, devido à preponderância da escolha de cada cliente. Como tal, identifica-se nas tatuagens seleccionadas a temática: na primeira a Disney, nomeadamente a personagem dumbo, situada na coxa direita, com aproximadamente 25 centímetros. Já a segunda tatuagem não tem propriamente uma temática explícita, porém, identificam-se os elementos que a compõem, ou seja, uma caveira com flores, no antebraço e com cerca de 20 centímetros. Na terceira, a poção de veneno, que, devido às cores vivas, transmite a mensagem de tentação, está situada na coxa direita e tem por volta de 25 centímetros.

Material: Verifica-se uma linha de cores similar entre trabalhos. Essas cores, incluindo o preto, são utilizadas com vários tipos de concentração, tendo estas

que ser diluídas para obter os pormenores de efeito aguarela, bem como as sombras. A tatuagem implica a utilização de *round liners*, sobretudo para as linhas e traços mais finos, podendo os sombreados ser feitos com *round shaders* ou *magnum*, consoante a preferência da tatuadora. Dada a dimensão das tatuagens, os preenchimentos sólidos de cor implicam a utilização de *magnum*, pois só dessa forma se consegue o aspeto limpo e homogéneo.

Análise geral: Considera-se que o trabalho da Beatriz Sousa preenche o programa e a tecnologia no seu máximo, uma vez que cumpre todos os passos estabelecidos para a elaboração e planeamento da tatuagem e utiliza toda a diversidade de materiais para tatuar, cumprindo todos os requisitos de higiene e segurança, inerentes ao seu estúdio. Já a dimensão autoral não é plena, devido à preponderância dos clientes na escolha de temáticas e locais da tatuagem.

5.2 Eduardo Fernandes

O tatuador Eduardo Fernandes estudou artes no Porto, que lhe permite adquirir conhecimentos de desenho, pintura e escultura. Devido ao seu interesse por tatuagem, aproveita as oportunidades que surgiram de aprender com um amigo tatuador. Atualmente tatua no *Exink Tattoo Studio*, em Braga.

¹⁴ A *trash polka* é composta por uma mistura de elementos reais com abstratos e combina tinta preta com vermelha. Os elementos abstratos podem ser salpicos ou pinceladas de tinta, letras no estilo de máquina de escrever ou formas geométricas. O estilo é usado para expressar um conjunto de ideias e temas que se misturam através de *uma desorganização intencional, mas coerente* (Tattoo Stylist, n.d.).

O tatuador recorre à pintura e à escultura para se inspirar, uma vez que o seu estilo é a *trash polka*¹⁴. Considera também que tatuar noutros países é importante pela troca de conhecimento, que contribui para o crescimento pessoal e profissional.

Relativamente às convenções, o tatuador reconhece a satisfação de receber um prémio, mas refere que não é isso que define a qualidade do projeto e considera que os clientes dão mais importância aos prémios que os próprios tatuadores.

5.2.1 Análise e interpretação

São selecionadas para observação três tatuagens que revelem o estilo do tatuador. É também realizada uma entrevista que permita recolher a informação necessária à análise do caso.



Figura 5.5 Eduardo Fernandes: Retrato 1.



Figura 5.6 Eduardo Fernandes: Retrato 2.



Figura 5.7 Eduardo Fernandes: Retrato 3.

Tabela 5.2: Informação referente ao tatuador Eduardo Fernandes.

	Observação	Entrevista
Autoria	<ul style="list-style-type: none"> - O tatuador manifesta coerência e consistência com o seu estilo. - O estilo do tatuador é composto por uma combinação de realismo com <i>trash polka</i>, estando no centro da tatuagem uma figura humana. A <i>trash polka</i> é composta por uma figura realista, combinada com elementos gráficos (figuras geométricas, pinceladas bruscas, formas abstratas e <i>lettering</i>), grandes áreas de pretos, combinado com vermelho. - A expressão da figura humana é o que causa maior impacto, transmitindo serenidade, loucura e indiferença. 	<ul style="list-style-type: none"> - O estilo do tatuador é realismo e <i>trash polka</i>. - A sua liberdade criativa depende muito do pedido do cliente, porém, tenta posteriormente fazer a própria interpretação das ideias. - O tatuador produz as suas próprias fotografias. Uma vez que se utilizar referências da internet, pode mais alguém fazer algo semelhante.
Programa	<ul style="list-style-type: none"> - Quanto à temática, não existe propriamente uma. O que se consegue identificar é a expressão que a figura central transmite. Assim, o que resulta da negociação entre o cliente e o tatuador é a sensação que se quer transmitir, sendo isso que se evidencia entre os trabalhos selecionados. - As tatuagens são de grandes dimensões, a rondar os 30 centímetros. 	<ul style="list-style-type: none"> - A construção das suas tatuagens começa com uma triagem feita por parte do <i>shop manager</i> que procura recolher o máximo de informação, referências e ideias do cliente. - Posteriormente desenvolve o projeto, apresenta ao cliente e verificam em conjunto as alterações necessárias, com o intuito de satisfazer ambas as partes.
Tecnologia	<ul style="list-style-type: none"> - As cores que compõem as tatuagens são sobretudo preto/cinza, tendo alguns detalhes a branco e a vermelho. - Por se tratar de realismo, as sombras são feitas de forma suave. As tatuagens têm grandes áreas de manchas pretas que lhes confere profundidade. - São adicionados alguns detalhes de <i>trash polka</i>, nomeadamente pinceladas, vermelho, elementos gráficos e <i>lettering</i>. 	<ul style="list-style-type: none"> - O tatuador utiliza a fotografia como referência e manipula-a para adequar à sua linguagem gráfica. No realismo valoriza o contraste e tira proveito da própria forma do corpo para centrar as figuras e a cor da pele para o brilho. A nível de <i>trash polka</i>, os pretos e vermelhos são o mais comum. A parte realista no centro da tatuagem, aproveitando o movimento dos músculos do corpo.

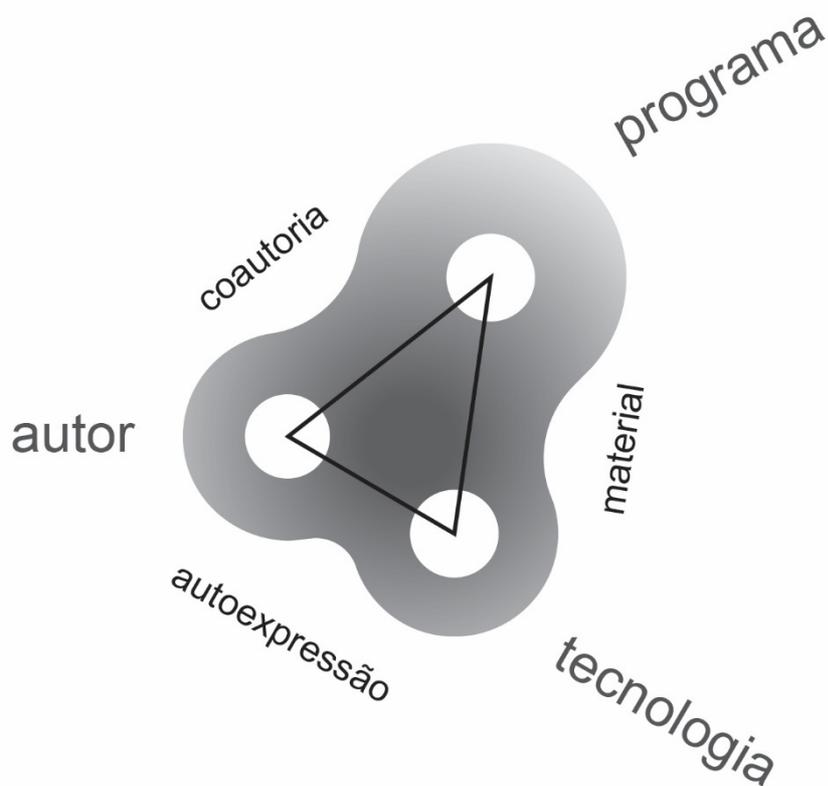


Figura 5.8 Análise do processo criativo – Eduardo Fernandes.

Autoria: O tatuador Eduardo Fernandes, com o seu estilo *trash polka*, revela coerência e consistência. Ao combinar o realismo com os elementos gráficos e cor característicos do estilo, o tatuador constrói a sua linha identitária, que permite reconhecer o seu trabalho enquanto assinatura. As sensações que os projetos transmitem resultam da expressividade das suas figuras centrais, que revelam diferentes tipos de sentimento. Assim, apesar de ser fácil identificar a sua autoria, considera-se o nível três, devido à preponderância do cliente em definir o local do corpo e o que quer transmitir.

Programa: As tatuagens selecionadas têm dimensão que ronda os 30 centímetros. Ainda que só sejam apresentados três exemplos, o tatuador desenvolve por norma projetos de grandes dimensões, também porque o

realismo o exige para que seja perceptível. A temática dos trabalhos não é muito conclusiva, porém, entende-se que o ponto forte são as expressões que as figuras centrais revelam. Ainda que o tatuador não se tenha mostrado muito expressivo na entrevista, percebe-se que o processo com o cliente é iniciado com o *shop manager*, que recolhe o máximo de informação possível com o cliente. Dentro do seu estilo, o tatuador procura sempre ir ao encontro da ideia do cliente. Assim, considera-se o programa de nível quatro, por corresponder a todos os parâmetros estabelecidos.

Tecnologia: Devido ao realismo, as tatuagens são bastante detalhadas. São adicionados elementos gráficos que podem variar entre pinceladas bruscas, formas geométricas e *lettering*. Os desenhos são sobretudo a preto/cinza, com alguns detalhes a vermelho, o que é característico da *trash polka*. A dimensão e o detalhe das tatuagens exigem a utilização de diferentes agulhas (*round liner, round shader, magnum*). Todavia, considera-se a tecnologia de nível três, uma vez que estas são maioritariamente a preto/cinza. Ainda que duas delas tenham cor, esta não é tão expressiva e trabalhada, sendo apenas para compor alguns detalhes. Contudo, esta escolha compreende um nível de complexidade alto, no qual o trabalho se encaixa.

Autoexpressão: A partir dos domínios da autoria e tecnologia, constata-se a expressão artística do tatuador através do estilo *trash polka*. A profundidade dos pretos, combinada com o realismo e as formas geométricas fazem as tatuagens transmitir sensações, inerentes à expressão da figura humana que compõe cada uma. A preponderância do cliente aliada à ausência de cor, fazem com que o campo da autoexpressão seja mais reduzido.

Coautoria: Não existe uma temática explícita, mas o rosto é a base das tatuagens e, conseqüentemente, cada rosto transmite uma sensação. As três tatuagens rondam os 30 centímetros, sendo a primeira na perna direita, a segunda no braço direito e a terceira no braço esquerdo.

Material: Visualmente as tatuagens são similares e implicam a utilização de preto em vários níveis de concentração, sendo por essa via que se obtêm os tons mais carregados e os mais diluídos. É também utilizado o branco e vermelho para alguns detalhes. Como as composições são realistas, com diferentes elementos gráficos e a dimensão exige linhas mais subtis e manchas de preenchimento maiores, o tatuador tem de usar os diferentes tipos de agulhas.

Análise geral: Entende-se que o trabalho do Eduardo Fernandes cumpre todos os parâmetros do programa. À autoria atribui-se o nível 3, devido à preponderância do cliente e à menor exploração da cor.

5.3 Guilherme Suarez

O tatuador Guilherme Suarez frequentou três cursos de Belas-Artes, mas não concluiu nenhum. Na tatuagem deu os primeiros passos em casa, comprou os materiais necessários e com a ajuda do YouTube foi tatuando em pele de porco e mais tarde em alguns amigos que se voluntariaram. Contudo, compreendeu que este não era o caminho e procurou várias lojas de tatuagem, com o intuito de ser aprendiz. Conseguiu entrar na *Black Pearl Tattoo* onde esteve quatro meses como aprendiz, tendo saído para tatuar na *Tattooomania*. Atualmente é tatuador na *Black Pearl Tattoo*, Lisboa.

Enquanto artista, Guilherme Suarez procura a versatilidade, porém, o seu trabalho foca-se mais no *sketch*, realismo e *lettering*. A sua inspiração vem de muitos tatuadores, mas também de outros tipos de expressão artística, como desenho digital, animação, *street art* ou escultura.

O tatuador considera que as convenções são intensas porque acontece muita coisa ao mesmo tempo e refere alguns aspetos positivos como: *muitas tattoos boas a serem feitas e algumas vezes temos o prazer de conviver com tatuadores que só vemos no Instagram e é ótimo poder absorver dessas pessoas.*

5.3.1 Análise e interpretação

São selecionadas três tatuagens realizadas pelo tatuador, com a finalidade de interpretar o seu trabalho. É também efetuada uma entrevista como forma de complemento à informação obtida pela observação.



Figura 5.9 Personificação feminina do diabo.



Figura 5.10 Guilherme Suarez: Odin.

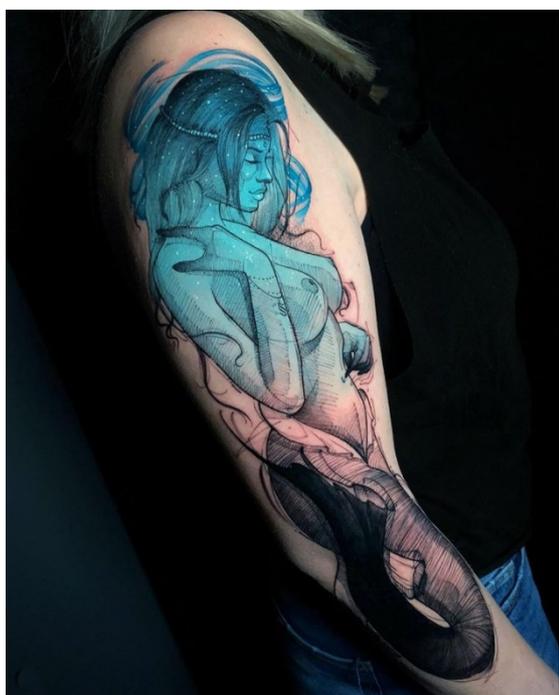


Figura 5.11 Guilherme Suarez: Sereia.

Tabela 5.3: Informação referente ao tatuador Guilherme Suarez.

	Observação	Entrevista
Autoria	<ul style="list-style-type: none"> - Apesar do tatuador conferir grande responsabilidade autoral ao cliente, percebe-se que existe uma linha que é mantida, de forma coerente e consistente. - O tatuador mistura <i>sketch</i> com realismo. Ainda que refira a produção de <i>lettering</i>, nos trabalhos selecionados não se evidencia. - As figuras cultivam um lado sinistro, o que resulta da utilização de figuras imaginárias representadas com o olhar vazio. - Em cada imagem, o tom de cor utilizado contribui para intensificar uma emoção. 	<ul style="list-style-type: none"> - O tatuador foca o seu trabalho principalmente no <i>sketch</i>, realismo e <i>lettering</i>. - A sua liberdade criativa é negociada com o cliente e a partir dos seus <i>inputs</i> nasce o conceito. O tatuador desenvolve o projeto, na maioria dos casos, na presença do cliente.
Programa	<ul style="list-style-type: none"> - A temática das tatuagens selecionadas é figuras do imaginário. - Apesar do tatuador dar os créditos das ideias ao cliente, consegue-se observar que este consegue em certa medida impor o seu registo gráfico, mantendo uma linha visual similar de trabalho para trabalho. - As duas primeiras tatuagens rondam os 30 centímetros e a terceira os 40 centímetros. 	<ul style="list-style-type: none"> - Os projetos começam 95% com a ideia do cliente. - Existe troca de e-mails, para se discutir a melhor forma de representar a tatuagem, sem mudar muito a essência do que o cliente quer. - Às vezes o desenho é feito antecipadamente, mas na maioria dos casos o projeto é desenvolvido na presença do cliente e são discutidas as ideias, composições e estudos de cor. - Após o projeto ser aprovado é produzida a tatuagem. - Produzir o <i>sketch</i> na presença do cliente faz com que raramente necessite de uma segunda versão, pois discutem os pormenores no momento.
Tecnologia	<ul style="list-style-type: none"> - As tatuagens são compostas por tons de preto/cinza e complementadas com cores; branco para os brilhos e vermelho ou azul, com várias nuances. - Combinar <i>sketch</i> com realismo faz com que no mesmo trabalho haja bastantes detalhes misturados com um traço mais rápido e brusco. 	<ul style="list-style-type: none"> - O tatuador refere que, produzir o protótipo da tatuagem em conjunto com o cliente faz com que o processo seja rápido. - O tatuador combina realismo, <i>sketch</i> e <i>lettering</i>.

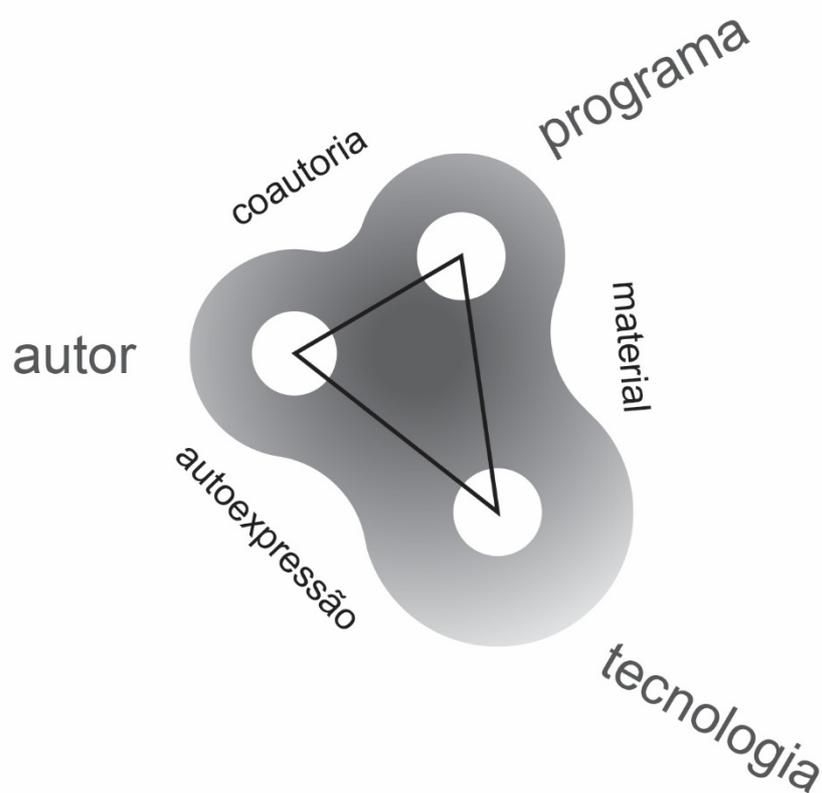


Figura 5.12 Análise do processo criativo – Guilherme Suarez.

Autoria: O estilo do tatuador é uma combinação de *sketch* com realismo, desenvolvido de forma coerente e consistente, visível nos casos selecionados. O modo como combina as figuras do imaginário, transmitem uma expressividade misteriosa e sinistra, acentuada pelos olhos vazios das figuras. Desta forma, consegue-se reconhecer a autoria do tatuador que, apesar do domínio do cliente na decisão dos conceitos, mantém a linha gráfica entre os trabalhos. Assim, é atribuído o nível três à autoria.

Programa: Das tatuagens selecionadas, as duas primeiras rondam os 30 centímetros e a terceira os 40 centímetros. A temática das tatuagens é figuras do imaginário, tendo na primeira uma personificação feminina do diabo, na segunda o deus Odin e na terceira uma sereia. Apesar de não serem apresentados outros trabalhos, as tatuagens desenvolvidas por este tatuador são de dimensão idêntica.

Quanto ao processo criativo, o tatuador recebe as ideias e produz na hora em conjunto com o cliente, considerando que desta forma consegue o esboço quase à primeira. Assim, consideramos o programa de nível três pela forma conjunta como é elaborada e programada a fase inicial da tatuagem.

Tecnologia: Devido ao estilo *sketch* as tatuagens têm um traço bastante expressivo, no sentido em que as formas das figuras são visivelmente delimitadas por linhas. Ainda que a composição seja sobretudo determinada pelo traço, as tatuagens são complementadas com pormenores mais detalhados como manchas de cor, que conferem profundidade, sombras suaves e formas contrastadas. A cor aplicada, sendo vermelho ou azul nos exemplos apresentados, é trabalhada, uma vez que dentro da mesma cor existem tons mais escuros e tons mais claros. Contrariamente ao caso anterior, considera-se que a cor tem maior preponderância e por essa razão considera-se a tecnologia de nível quatro. Em função das dimensões das tatuagens, existe a necessidade de utilização de diferentes tipos de agulhas (*round liner, round shader, magnum*).

Autoexpressão: Da sobreposição da autoria com a tecnologia o tatuador manifesta o seu estilo, que é caracterizado pela combinação de *sketch* com realismo, transmitindo intensidade, mistério e um certo drama. A expressividade do traço e a composição das imagens transmite-nos a sensação de que os desenhos foram feitos com canetas e lápis, em que a folha de papel foi substituída pela pele. Ao combinar os pretos carregados em certas zonas da tatuagem com os detalhes dos olhos vazios, estas expressam um lado mais sombrio, que depois é atenuado com a cor.

Coautoria: Verifica-se que a temática anda em torno de figuras do imaginário. Apesar do tatuador atribuir quase na totalidade a origem das ideias ao cliente, constata-se que consegue desenvolver a sua linha visual e aplicá-la nos diferentes trabalhos, verificando-se a autoria partilhada. As tatuagens são de grande dimensão, variando entre os 30 e 40 centímetros.

Material: Tecnicamente as tatuagens têm por base o preto/cinza, sendo trabalhadas as linhas e sombras com vários níveis de concentração de preto. Os brancos servem para acentuar os brilhos, enquanto que a cor confere à tatuagem alguma leveza e vida. Apesar da dimensão, as tatuagens têm bastante detalhe e a sua produção requer a utilização de vários tipos de tinta/cor e agulhas.

Análise geral: A visão geral do trabalho do Guilherme Suarez é a autoria e o programa de nível três, devido à preponderância do cliente e ao sentido prático do processo criativo e nível quatro para a tecnologia, uma vez que o mesmo explora todas as componentes definidas para este nível.

5.4 Nelson Sacramento

O tatuador Nelson Sacramento começou por experimentar tatuar e, com o tempo e experiência, passou a exercer a atividade a tempo inteiro. Apesar de não ter nenhuma formação em tatuagem, tem em artes, design gráfico e fotografia. Nelson Sacramento tem dois estúdios, o *Lighthouse Tattoo*, na Amadora, onde tatua com maior frequência e no Bairro Alto em Lisboa, *Lisbon House Tattoo Studio*. O tatuador gosta de fazer todo o tipo de trabalhos, mas atualmente foca-se mais no realismo e no *neo traditional*.

Nelson Sacramento refere que as convenções são uma oportunidade de mostrar o trabalho, das pessoas conhecerem os tatuadores e que os prémios são só um extra. Com uma visão muito própria, o tatuador considera que as convenções permitem ver o trabalho que se faz no estrangeiro e perceber que a qualidade em nada difere do que se faz em Portugal.

Hoje em dia o marketing na tatuagem conta muito. Muitas vezes uma tatuagem não é melhor ou pior, mas a forma como a mostramos no Instagram ou no Facebook, ou a quantidade de publicações que fazemos conta para a visibilidade. Se eu fizer três publicações por semana, as pessoas vão-se lembrar muito mais do meu trabalho do que se fizer só uma boa publicação por mês.

5.4.1 Análise e interpretação

O trabalho do tatuador é analisado com base na observação de três das suas tatuagens, com a finalidade de identificar o estilo e a técnica. A entrevista é outra das técnicas utilizadas para completar a informação.



Figura 5.13 Nelson Sacramento: Essen coal miner.

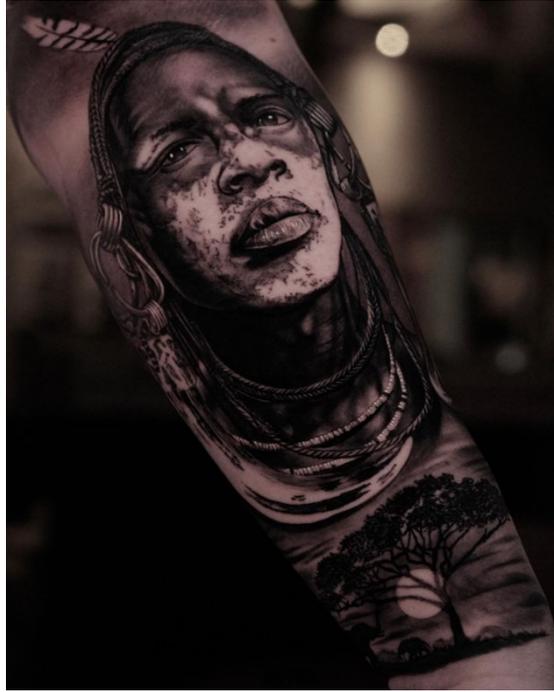


Figura 5.14 Nelson Sacramento: *African Warrior*.



Figura 5.15 Nelson Sacramento: *Warrior*.

Tabela 5.4: Informação referente ao tatuador Nelson Sacramento.

	Observação	Entrevista
Autoria	<ul style="list-style-type: none"> - O tatuador refere que o seu trabalho está mais focado no <i>neo traditional</i> e no realismo. Contudo, na análise realizada, verificou-se que na maioria dos casos, os trabalhos são sobretudo realismo a preto/cinza. - De um modo geral, os trabalhos têm bastantes detalhes, fruto do fotorrealismo desenvolvido. A qualidade apresentada faz com que o seu trabalho seja coerente e consistente, em que a combinação das diferentes imagens confere a sua própria singularidade. - As sensações transmitidas relacionam-se com a expressão individual de cada figura. 	<ul style="list-style-type: none"> - Atualmente o tatuador direciona o seu trabalho para o <i>neo traditional</i> e realismo. - O tatuador decide em conjunto com o cliente o projeto da tatuagem. - Com base nos <i>inputs</i> do cliente, o tatuador faz a sua pesquisa na internet, seleciona algumas imagens e faz a montagem do projeto.
Programa	<ul style="list-style-type: none"> - A temática das tatuagens resulta de uma combinação de realismo e imaginário. - O tatuador prepara em conjunto com o cliente o projeto a ser tatuado. Todavia, percebe-se que o seu próprio registo se mantém nos diferentes trabalhos. - A primeira e terceira tatuagem rondam os 40 centímetros e localizam-se na parte superior do braço esquerdo, desde o ombro à zona do cotovelo. Na segunda, a tatuagem ronda os 30 centímetros e situa-se no antebraço esquerdo. 	<ul style="list-style-type: none"> - O tatuador decide o projeto todo com o cliente na hora. Prefere tomar as decisões em conjunto presencialmente. Assim, não perde tempo extra a refazer. - O tatuador defende que esta devia ser a prática normal, para otimizar o tempo de trabalho.
Tecnologia	<ul style="list-style-type: none"> - Apesar das figuras apresentadas poderem ser figuras reais (ou que fizeram parte da história), o tatuador cria combina o realismo e o imaginário, ao adicionar elementos extra que se relacionam, reforçando a temática. - As tatuagens são compostas por tons de preto/cinza com detalhes a branco para os brilhos. A complexidade técnica revelada provém do trabalho minucioso das sombras, contrastadas com as manchas de preto. 	<ul style="list-style-type: none"> - Apesar de pedir ao cliente para enviar exemplos e ideias para a tatuagem previamente, o tatuador só desenvolve o projeto completamente no momento antes de tatuar. - Com essa prática, o seu processo de trabalho é mais rápido porque valida em conjunto com o cliente. - O tatuador explora o realismo e o <i>neo traditional</i>.

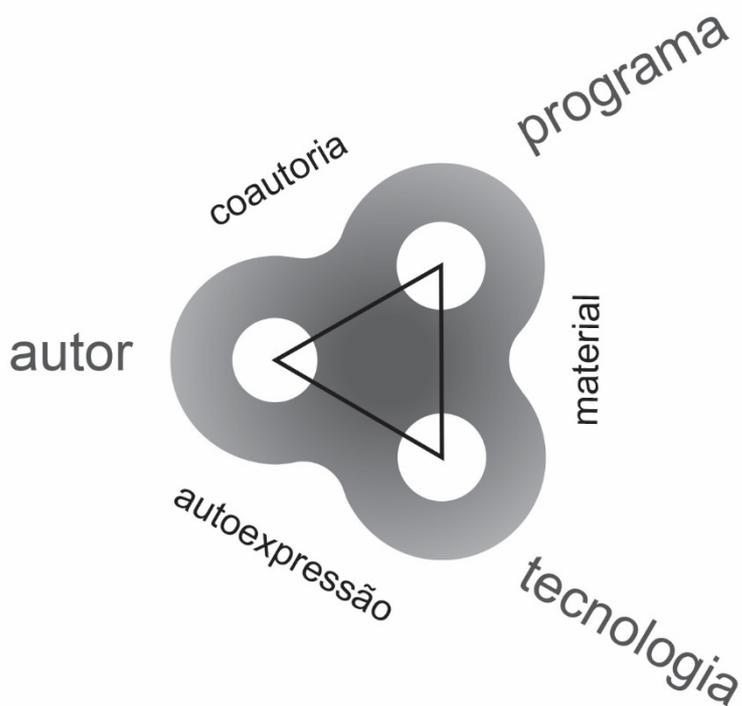


Figura 5.16 Análise do processo criativo - Nelson Sacramento.

Autoria: O tatuador trabalha maioritariamente o realismo. O seu processo de trabalho é desenvolvido em conjunto com o cliente. A coerência e a consistência é mantida de projeto para projeto, sendo as imagens criadas a partir da fotomontagem. A expressividade resulta da figura central das tatuagens. Uma vez que o tatuador mantém o seu registo considera-se a autoria de nível três.

Programa: As tatuagens seleccionadas são um mineiro de Essen, um guerreiro africano e um guerreiro de época histórica indeterminada. Não existe uma linha temática, uma vez que essa depende do cliente. A primeira e a terceira tatuagem rondam os 40 centímetros, enquanto que a segunda os 30 centímetros. Ainda que só se apresente três casos, todos os trabalhos do tatuador são de grandes dimensões. Relativamente ao processo criativo, apesar do tatuador receber as

imagens de referência e as ideias previamente só desenvolve os projetos na presença do cliente. Nesse sentido, considera-se o programa de nível três.

Tecnologia: Em virtude do realismo, as tatuagens têm um nível de complexidade elevado. As tatuagens são compostas por uma figura central, adornada por elementos relacionados com o tema. Assim, as sombras detalhadas, os contrastes e as manchas de cor carregada dão profundidade e realismo às tatuagens. A luz é trabalhada com o branco. A dimensão das tatuagens exige a utilização de diferentes tipos de agulhas (*round liner, round shader, magnum*). Considera-se a tecnologia de nível três, devido à ausência de cor.

Autoexpressão: A autoexpressão do tatuador resulta do trabalho que desenvolve através do fotorrealismo, projetando de forma detalhada o conceito do cliente. As sensações transmitidas pelas tatuagens resultam da figura e conceito definido, podendo transmitir serenidade ou ser mais intensas.

Coautoria: A temática das tatuagens não é específica, pois o tatuador aplica a sua linha gráfica ao conceito do cliente. Nesse sentido, percebe-se que o tatuador mantém o seu registo e adapta o estilo (fotorrealismo) aos diferentes clientes. Na maioria dos casos o tatuador desenvolve projetos de grandes dimensões, rondando os 30 e 40 centímetros.

Material: Tecnicamente as tatuagens têm por base o preto/cinza. O fotorrealismo exige que o tatuador tenha um trabalho das sombras e manchas de cor minucioso e assim consegue a representação fidedigna das imagens. A iluminação é feita com o branco, que contribui para reforçar os contrastes e os pontos mais claros das imagens. A dimensão e a complexidade técnica exigem a utilização de diferentes tipos de agulhas (*round liners, round shaders e magnum*).

Análise geral: Com base no trabalho do Nelson Sacramento, considera-se a autoria, programa e tecnologia de nível três. Entende-se que o tatuador consegue o equilíbrio entre os três campos.

5.5 Theo Pedrada

Theo Pedrada começou a tatuar por intermédio de um amigo, como já tinha algumas tatuagens acabou por ser um processo natural. Theo Pedrada tem o seu próprio estúdio, chamado *Pedrada Tattoo Palace*, em Almada. O seu estilo é, desde o início, o realismo a preto/cinza, porém, atualmente adiciona outros elementos gráficos, como a caligrafia.

Theo Pedrada considera que, para um tatuador se tornar uma referência, tem de escolher o estilo em que mais se sente confortável e apresentar uma constância no trabalho produzido. Revela fascínio quando um tatuador é reconhecido pelo seu estilo e se torna inspiração para outros tatuadores.

5.5.1 Análise e interpretação

A análise ao trabalho do tatuador consiste na observação de uma amostra do seu trabalho – três tatuagens – onde se define o seu estilo e técnica. A entrevista, configura outra técnica utilizada para a recolha de informação com vista a complementá-la.



Figura 5.17 Theo Pedrada: Catrina



Figura 5.18 Theo Pedrada: Retrato e *Calligraffiti*.



Figura 5.19 Theo Pedrada: Retrato e *Calligraffiti*.

Tabela 5.5: Informação referente ao tatuador Theo Pedrada.

	Observação	Entrevista
Autoria	<ul style="list-style-type: none"> - Dentro do realismo, o tatuador produz rostos femininos inspirados nas catrinas (caveira mexicana), como é observável nos exemplos selecionados. Associado a estas figuras, combina elementos gráficos de caligrafia. - O tipo de caligrafia que o tatuador produz é conhecido como <i>calligraphiti</i>. - O trabalho produzido apresenta coerência, consistência, ao combinar dois estilos distintos. - Os trabalhos são ricos em pormenores e transmitem serenidade, sobretudo devido à expressão das figuras. 	<ul style="list-style-type: none"> - Há muitos anos que o tatuador trabalha o realismo a preto/cinza, mas atualmente está a experimentar novos elementos como a caligrafia. - O tatuador pede aos clientes para enviarem referências, sejam tatuagens ou outro tipo de imagens. -Theo Pedrada diz que normalmente os clientes têm muitas ideias e o que ele faz é interpretar o essencial. Não sente dificuldade em direcionar o público para o seu estilo, porque atualmente procuram-no por essa razão.
Programa	<ul style="list-style-type: none"> - A temática das tatuagens desenvolve-se em torno da figura feminina e das catrinas. - O tatuador elabora o projeto e no dia da tatuagem faz os ajustes finais, caso seja necessário. -A primeira e terceira tatuagem rondam os 30 centímetros e situam-se no braço esquerdo. A segunda tem por volta dos 50 centímetros e situa-se nas costas, do lado direito. 	<ul style="list-style-type: none"> - O tatuador pede aos clientes para enviarem as ideias antecipadamente. Depois desenvolve o projeto e avalia com o cliente a versão a ser produzida. - O tatuador refere que 70% das vezes chega ao projeto final à primeira e os restantes 30% requerem pequenos ajustes. Refere também que caso não chegue a um acordo com o cliente prefere não fazer a tatuagem, o que é muito raro.
Tecnologia	<ul style="list-style-type: none"> -As tatuagens são desenvolvidas a preto/cinza e com os detalhes a branco. Devido ao realismo e aos elementos gráficos, as tatuagens têm bastantes pormenores. A sua dimensão e detalhe fazem da sua produção de elevada complexidade técnica. 	<ul style="list-style-type: none"> - O tatuador produz previamente a tatuagem antes do encontro com o cliente. - O tatuador desenvolve projetos de realismo e caligrafia. - O trabalho desenvolvido é sobretudo a preto e branco.

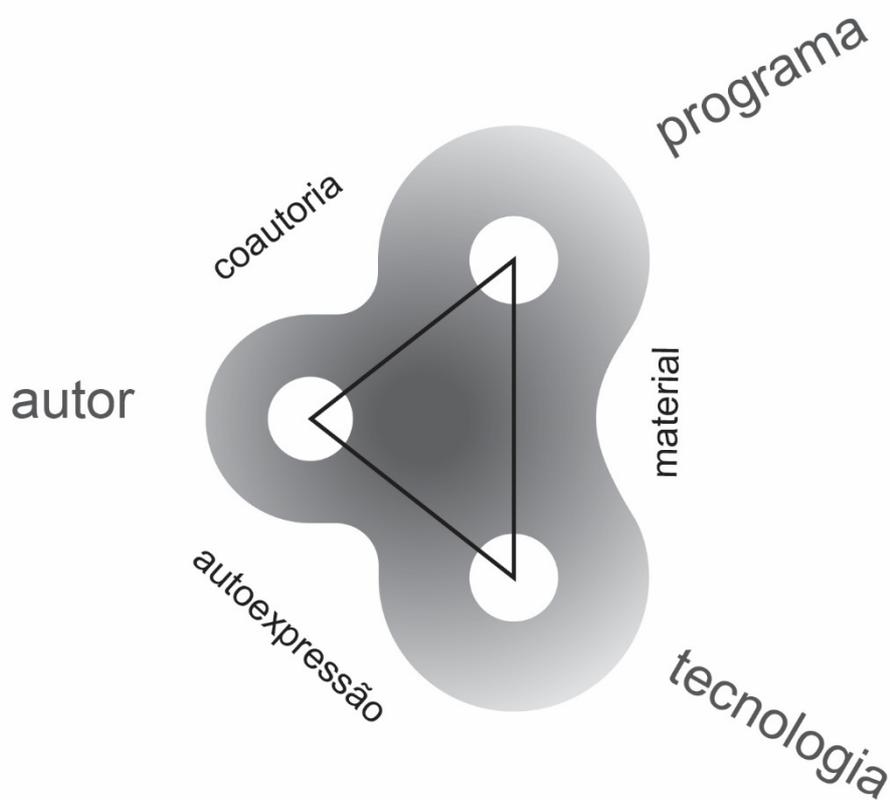


Figura 5.20 Theo Pedrada: Análise do processo criativo.

Autoria: O tatuador trabalha o realismo a preto/cinza, combinado com caligrafia. O seu processo de trabalho tem como base as ideias do cliente, sendo elas depois filtradas e projetadas, focando o principal. Os diferentes projetos apresentam uma linha coerente, consistente e inovadora, pelo qual o tatuador afirma o seu estilo. A expressividade das tatuagens resulta da sensualidade das figuras femininas que as compõem. Devido à preponderância inicial do cliente, considera-se a autoria de nível três.

Programa: A temática das tatuagens selecionadas é a figura feminina, inspirada na catrina. A primeira e a terceira tatuagem têm cerca de 30 centímetros, enquanto que a segunda tem cerca de 50 centímetros. A maioria dos trabalhos do tatuador são grandes dimensões. Para o seu processo de trabalho, o cliente envia algumas ideias do que pretende. Posteriormente, o tatuador elabora o

projeto e no dia da tatuagem faz os últimos ajustes com o cliente, caso seja necessário. Assim, considera-se a autoria de nível quatro.

Tecnologia: Devido ao realismo as tatuagens têm um elevado nível de complexidade. Este estilo é combinado com o *calligraffiti*, que adiciona textura às tatuagens. A figura central de cada tatuagem é composta por uma figura feminina, inspirada nas catrinas e adornada com caligrafia. Mais uma vez, as sombras suaves contrastam com as manchas de preto, que dão profundidade à tatuagem. Considera-se a tecnologia de nível três, devido à ausência de cor. Considera-se a tecnologia de nível três.

Autoexpressão: O tatuador desenvolveu o seu próprio estilo ao combinar o realismo com o *calligraffiti*. As tatuagens transmitem sensualidade, inerente às figuras femininas apresentadas. O *lettering* dá um aspeto mais urbano às imagens.

Coautoria: Apesar do tatuador não fazer só figuras femininas, conseguiu direcionar o seu público para o trabalho com que mais se identifica. A coautoria está sempre presente, todavia a sua linha autoral mantém-se. Apesar dos casos apresentados serem tatuagens de 30 e 50 centímetros, o tatuador trabalha todo o tipo de dimensões.

Material: As tatuagens são desenvolvidas a preto/cinza, com o branco para os detalhes, nomeadamente a iluminação. A combinação do realismo com a caligrafia exige ao tatuador a união equilibrada dos dois estilos, que necessitam de técnicas diferentes. Enquanto as figuras femininas requerem de sombras mais suaves e trabalhadas, o *calligraffiti* adiciona textura, que funciona como ornamento. A dimensão e a complexidade técnica exigem a utilização de diferentes tipos de agulhas (*round liners*, *round shaders* e *magnum*).

Análise geral: Considera-se a autoria de nível três, devido ao papel do cliente; a tecnologia da mesma dimensão, por não envolver cor e o programa de nível quatro, por cumprir com todos os parâmetros estabelecidos.

5.6 Validação do estudo

Após a análise e interpretação dos casos selecionados são articulados os resultados gerais referentes aos vértices que compõem o modelo (autoria, tecnologia e programa). Apesar dos estilos serem diferentes, entende-se que o processo criativo dos casos selecionados é orientado por uma linha de projeção e execução semelhante. Com base nos critérios de análise estabelecidos, da objetividade das entrevistas e da observação realizada sobre o trabalho dos tatuadores, são projetados os resultados de forma lógica e objetiva.

Autoria

Confirma-se que a autoria nunca pode ser totalmente conferida ao tatuador. A maior percentagem autoral atribuída ao tatuador é quando este desenvolve o projeto de forma independente e espera por um possível interessado, mas até nessa situação é necessário o consentimento de alguém sobre o trabalho a produzir. Todavia, o procedimento mais natural e observado é os clientes procurarem os tatuadores e fornecerem-lhe as suas ideias, a partir das quais este elabora a proposta final a executar.

Nos casos abordados, compreende-se que os clientes procuram os tatuadores pelo estilo específico que estes desenvolvem. O que difere nos tatuadores analisados é a sua capacidade de produzir projetos únicos inspirados nas ideias dos clientes, mantendo sempre a coesão da sua linha gráfica. Deste modo, a autoria na tatuagem manifesta-se quando o tatuador constrói uma linguagem diferenciadora e um estilo reconhecível pelo público, sendo que este o procura por se rever na qualidade técnica e diferenciação do trabalho desenvolvido.

Programa

O programa ajuda-nos a interpretar o modo de operar dos tatuadores. Dentro dos casos selecionados percebe-se que não existem divergências significativas, uma vez que a abordagem dos tatuadores com o cliente é idêntica. A diferença que se reconhece é quando alguns dos tatuadores optam por desenvolver o *sketch* da tatuagem na presença do cliente, enquanto que outros preferem já ter esse trabalho pré-feito antes do dia de execução. Constatou-se também que o facto de os clientes procurarem os tatuadores pelo seu trabalho contribui para que o desenvolvimento do projeto seja mais simples, no sentido em que o estilo já é algo previamente estabelecido e aceite.

Através do programa verifica-se que as tatuagens são de grandes dimensões. Deduz-se que os tatuadores ao trabalharem com elevada complexidade tal requer que as dimensões sejam grandes. Em síntese, o domínio técnico, a coerência e consistência contínua contribuem para que determinados tatuadores, como os apresentados, se distingam.

Tecnologia

O campo da tecnologia permite analisar a produção técnica das tatuagens e os materiais que estas implicam. Entende-se que a dimensão e o tipo de trabalho influenciam os materiais utilizados, ou seja, as tatuagens a preto/cinza não necessitam de tantos recursos como as tatuagens a cor; os trabalhos de grandes dimensões exigem diferentes tipos de agulha consoante o traço ou mancha, para que a produção seja mais fácil, eficaz e, conseqüentemente, faça sofrer menos o cliente. Ao nível técnico, os trabalhos produzidos pelos tatuadores são de elevada complexidade, devido à composição dos elementos e aos detalhes. Nesse sentido, entende-se que a produção de trabalhos equiparados é exequível por uma minoria de tatuadores, devido à exigência e complexidade que este género de tatuagens implica.

Autoexpressão

No plano da autoexpressão os tatuadores revelam o seu lado artista, manifestando o seu estilo, individualidade e emoções, a partir das ideias e conceitos do cliente, combinando a sua criatividade com as suas competências técnicas. Em certa medida, os tatuadores distanciam-se do cliente para se autoexpressarem e revelarem todas as suas competências e características que os distinguem dos restantes tatuadores.

Coautoria

A coautoria é o plano da negociação e da partilha. Com base nas motivações do cliente o tatuador coloca-o a par dos procedimentos e etapas para a elaboração da tatuagem e desenvolve em conjunto a proposta a ser tatuada. O diálogo é fundamental para a satisfação de ambas as partes. Uma vez que a autoria é partilhada, quanto maior for a liberdade criativa conferida ao tatuador, maior será a amplitude da sua autoexpressão.

Material

Fatores como as dimensões, as cores e a quantidade de detalhes são determinantes para decidir os materiais adequados para a elaboração da tatuagem. As normas de higiene são fundamentais para garantir a segurança dos intervenientes, não só ao nível da execução, mas também ao nível da cicatrização. No plano do material percebemos que esses fatores determinam o tipo de agulhas e tintas a serem utilizadas e que essa é uma decisão que o tatuador toma perante o projeto. Este plano é uma consequência das decisões que vão sendo tomadas ao longo da execução da tatuagem.

Retrospectiva global

No panorama geral entende-se que os três campos (autoria, programa e tecnologia) inevitavelmente se relacionam e se condicionam, refletindo-se na amplitude do perímetro de cada um. Ainda que se tenha limitado o estudo a casos em que se reconhece um percurso de trabalho autoral dos tatuadores, entende-se

que na aplicação do modelo a casos em que a autoria seja menos expressiva, a dimensão dos três campos inevitavelmente iria ser reduzida. Contudo, constata-se também que a autoexpressão, a coautoria e o material estão sempre presentes, independentemente da dimensão das circunferências, pois se os campos se relacionam, a ligação é inevitável, mesmo que mínima.

Como forma de validar a pertinência do estudo e do modelo proposto, foi pedido a dois especialistas, um da tatuagem e outro do design, para transmitirem o seu ponto de vista e conhecimento sobre os temas abordados. Assim, foi pedido ao Professor Doutor Vítor Ferreira¹⁵ que desse o seu contributo pela perspetiva da tatuagem e ao Professor Doutor Rui Costa¹⁶ pela perspetiva do design.

¹⁵ O Professor Doutor Vítor Ferreira é sociólogo, professor auxiliar e docente a nível pós-graduado no Instituto de Ciências Sociais da Universidade de Lisboa. Em 2006 concluiu o seu doutoramento em Sociologia. A sua investigação relaciona-se com as culturas juvenis e o culto do corpo, tendo como título: *“Marcas Que Demarcam. Tatuagem, body piercing e culturas juvenis”* (ICS-ULisboa, n.d.).

O sociólogo Professor Doutor Vítor Ferreira desenvolve a sua investigação de doutoramento no campo da tatuagem. Em entrevista, o professor aborda a transição da tatuagem no final do século XX para a contemporaneidade em Portugal, nomeadamente a mudança do estigma social e a profissionalização dos tatuadores.

¹⁶ O Professor Doutor Rui Costa é designer, professor auxiliar no Departamento de Comunicação e Arte da Universidade de Aveiro e investigador no ID+ (Instituto de Design, Media e Cultura). Tem publicados inúmeros artigos relacionados com o design (ID+, n.d.).

- A profissionalização do mercado da tatuagem acontece nomeadamente em Lisboa, desde os anos 90. Muitos tatuadores já tinham tatuagens e tatuavam-se a eles próprios, e viram nesse mercado uma hipótese de sair da delinquência, ganhar dinheiro e não ter de esconder as tatuagens em entrevistas de emprego.

- Tanto os tatuadores mais antigos como os contemporâneos veem na tatuagem uma oportunidade de serem mais criativos, ou seja, conseguem explorar criativamente o corpo, num terreno do ponto de vista da arte, do design, entre outros e desenvolver um trabalho mais autoral, que seja reconhecido pelo outro.

- A capacidade de negociação seja uma obra pequena ou grande, tem muito a ver com a própria reputação social que o tatuador tem no mercado, ou seja, se estiver no topo e for reconhecido, há trabalhos que ele vai recusar ou dizer que só faz de determinada maneira. Todavia, quando se é iniciante isto não acontece.

- Houve uma fase de transição para a contemporaneidade em que havia conflito entre dois tipos de tatuadores: os mais tradicionais, que trabalhavam sobretudo o realismo e os mais contemporâneos, que faziam um trabalho mais experimental, que resultava num produto mais criativo e autoral. Esses artistas exploravam técnicas de outras áreas artísticas que lhe eram familiares e da sua formação, dentro de um mundo onde isso não era explorado.

- Na transição para a contemporaneidade, uma das questões que fazia diferir e dividir os tatuadores underground dos profissionais era as condições de higiene e segurança no qual produziam os seus trabalhos, sendo que os tatuadores que já se preocupavam com essas medidas praticavam preços mais elevados.

Em reflexão ao discurso do Professor Doutor Vítor Ferreira é interessante perceber que em Portugal a transição para a contemporaneidade sucedeu sobretudo a partir do trabalho experimental de alguns tatuadores e o conflito que isso gerou na comunidade. Ao longo da investigação identificou-se que atualmente os conflitos entre os tatuadores não são tanto ao nível da técnica que cada um pratica, mas sim o facto de muitos artistas iniciarem-se na atividade devido à rentabilidade financeira do meio e não pelo culto ao mundo da tatuagem. Atualmente, a questão das técnicas e estilos utilizados por cada tatuador está normalizada, sendo possível identificar uma grande variedade de manifestações artísticas distintas. O que também se tem normalizado é a preocupação com os cuidados higiénicos dos estúdios, sendo cada vez mais comum essa preocupação.

De seguida foram apresentados os critérios estabelecidos para a seleção dos tatuadores, bem como os critérios de análise e interpretação do processo criativo. O professor reconhece a pertinência dos parâmetros estabelecidos, porém, questiona a não inclusão dos materiais de origem vegetal no vértice da tecnologia. Ainda que possa acrescentar informação a um ponto delineado com

pouca amplitude estrutural, considera-se que o uso de tintas de origem vegetal é uma questão que se relaciona mais com a ideologia dos clientes do que com o processo criativo dos tatuadores, uma vez que o importante para a investigação é que sejam cumpridas as normas de higiene e segurança.

Já o designer Professor Doutor Rui Costa contribuiu com a sua reflexão sobre a utilização do modelo do ponto de vista da tatuagem contemporânea, considerando a forma como ela se pode manifestar nos vértices (autoria, programa e tecnologia), em conformidade com os critérios estabelecidos e quais as eventuais especificidades que daí possam surgir.

- Considerando uma escala de zero a cem, fica claro que o vértice da autoria não levanta dúvidas e é facilmente quantificável, sendo zero o trabalho de um tatuador que se limita unicamente a produzir desenhos já disponíveis e cem para o tatuador que manifeste uma obra extraordinária, que invente novas formas e interprete a fisionomia do corpo onde a tatuagem é produzida, isto tudo de uma forma única.

Quanto à tecnologia e ao programa o professor levanta algumas questões:

- No vértice da tecnologia, uma das possíveis limitações é a pouca amplitude tecnológica, pois podemos ter variação das cores, alguma máquina em específico para determinado trabalho, mas pouco mais, a não ser que a tatuagem funcione como uma espécie de plataforma no qual os tatuadores podem atingir outros patamares de expressão autoral, isto é:

- Será que no futuro as tatuagens vão sair do corpo e passar a estar em paredes ou em espaços, museus, aí a tecnologia pode ser uma coisa nova?

- *Caso a técnica mude será que a tecnologia não é a mesma, ou seja, ao trabalhar a técnica (mancha, linha, cor) não tem mais que ver com autoria? Não será uma questão mais autoral que tecnológica?*

- *Francisco Providência quando criou o triângulo dizia que uma coisa são os vértices e o design o equilíbrio entre os três polos, assim, a arte consiste na relação entre autoria e tecnologia, ou seja, o tatuador não está tão preocupado com a finalidade, mas sim em exprimir-se na relação técnica e autoria.*

- *Contrariamente temos o eixo da engenharia (tecnologia e programa) e que a autoria não se manifesta, pois, a engenharia pura não está preocupada em revelar o autor, por exemplo, na construção de uma ponte o que importa é que ela esteja preparada para aguentar o peso dos carros. Porém se dissermos que é uma ponte especial, esteticamente incrível, volta a entrar a autoria. E aí já entra novamente o design, a arquitetura ou uma engenharia mais autoral, ou seja, deixa de ser só engenharia pura e passa a ser tudo ao mesmo tempo (engenharia, arquitetura, design, arte).*

- *O modelo é dinâmico, ou seja, oferece tantos desafios como possibilidades e como o campo da tatuagem é tão específico, automaticamente limita o grau de flexibilidade do próprio triângulo, o que em investigação de doutoramento pode ser bom.*

- *O programa também pode ser questionável:*

- *Porque é que as pessoas se tatuam? Com base nessa questão o programa pode ser o que as pessoas pedem ao tatuador, ou seja o motivo de realizar a tatuagem. Como é que as imagens são um veículo ou uma espécie de prótese das pessoas? Não num sentido funcional, mas como uma prótese social, em que as pessoas mostram aquilo que são através das tatuagens. Nesse sentido, a dimensão do programa depende se a construção da tatuagem é muito ou pouco trabalhada.*

- Será que há tatuadores que são tão bons e conhecidos em que os clientes deixam o tatuador decidir o que querem fazer? Assim como deve haver tatuadores que não fazem duas vezes o mesmo desenho e o que projetam é em função do que falam com o cliente. Nesse sentido, será que a coautoria existe sempre?

- Todavia sendo a tatuagem algo permanente, não é comum alguém consentir plenamente e até mesmo o tatuador, sem questionar o cliente.

- É possível também estabelecer alguns paralelismos entre a tatuagem e outros campos, como a ilustração, pois em certa medida o que difere é o suporte de impressão e a finalidade. Outro exemplo são programas como o Ink Master, em que os corpos são vistos como telas e nesse sentido a tatuagem equipara-se mais à arte. Assim, voltamos à questão do próprio dinamismo dos vetores e que o próprio programa ao se anular resulta um produto mais artístico.

A partir dos contributos do Professor Doutor Rui Costa são analisados os possíveis constrangimentos que a interação entre o cliente e o tatuador podem suscitar ao modelo, nomeadamente na categorização estabelecida em cada vértice.

1. Como referido no enquadramento teórico, reconhece-se que a tatuagem atualmente funciona como inspiração para marcas e os seus respetivos produtos que pretendem transmitir irreverência, bem como museus que não só expõem a evolução da tatuagem, mas também a pele de pessoas tatuadas (doada pós-vida).
2. Na tecnologia reconhece-se a pouca amplitude e a ambiguidade quanto à integração da técnica na autoria ou tecnologia. A inserção no vértice da tecnologia deve-se ao facto de numa primeira instância a técnica e a sua qualidade de execução dependerem do tipo de tinta e agulhas utilizadas.

Ainda que a técnica seja utilizada na manifestação autoral do tatuador, entende-se que essa ambiguidade fica ultrapassada com o diálogo entre os vértices, ao qual resulta a autoexpressão.

3. O programa revela alguns constrangimentos, nomeadamente quanto à preponderância e motivação do cliente no ato de tatuar e sobre o impacto que causa na coautoria. Na revisão bibliográfica são analisados os motivos que levam as pessoas a tatuarem-se: autoexpressão, registo de data ou momento importante, ou meramente uma questão estética. Assim, é comum os indivíduos procurarem um tatuador pelo seu trabalho com a premissa do trabalho corresponder às expectativas da tatuagem esperada e, nesse sentido, não há constrangimentos com o modelo proposto. Ainda que seja menos comum, não se pode descartar a hipótese de certos indivíduos consentirem total liberdade ao tatuador e a sua motivação ser apenas possuir uma tatuagem autoral. Porém, mesmo nesses casos existe um pré-conhecimento do trabalho do tatuador, um consentimento e confiança sobre o que vai ser produzido. A menos que seja removida a tatuagem é algo que irá acompanhar a pessoa ao longo da vida e certamente irá influenciar a sua personalidade e o modo como esta é percebida pela sociedade. Perante a especificidade referida, entende-se que o resultado será um programa mais fechado, com uma maior dimensão autoral.

4. Em conclusão, considera-se que o próprio dinamismo do modelo de Francisco Providência permite estabelecer linhas orientadoras para investigação em outros campos, na medida em que os planos que o constituem contemplam a arte, a engenharia e a gestão. No caso específico da tatuagem, devido ao papel dos tatuadores (com as suas influências), e dos tatuados (com as suas motivações diferenciadas), reconhece-se a possibilidade de estabelecer outros paralelismos ou

abordar outros conceitos relacionados com o campo artístico e sociológico. Contudo, essas possibilidades podem ser desenvolvidas em trabalhos futuros uma vez que não fazem parte dos objetivos estabelecidos.

5.7 Discussão dos resultados

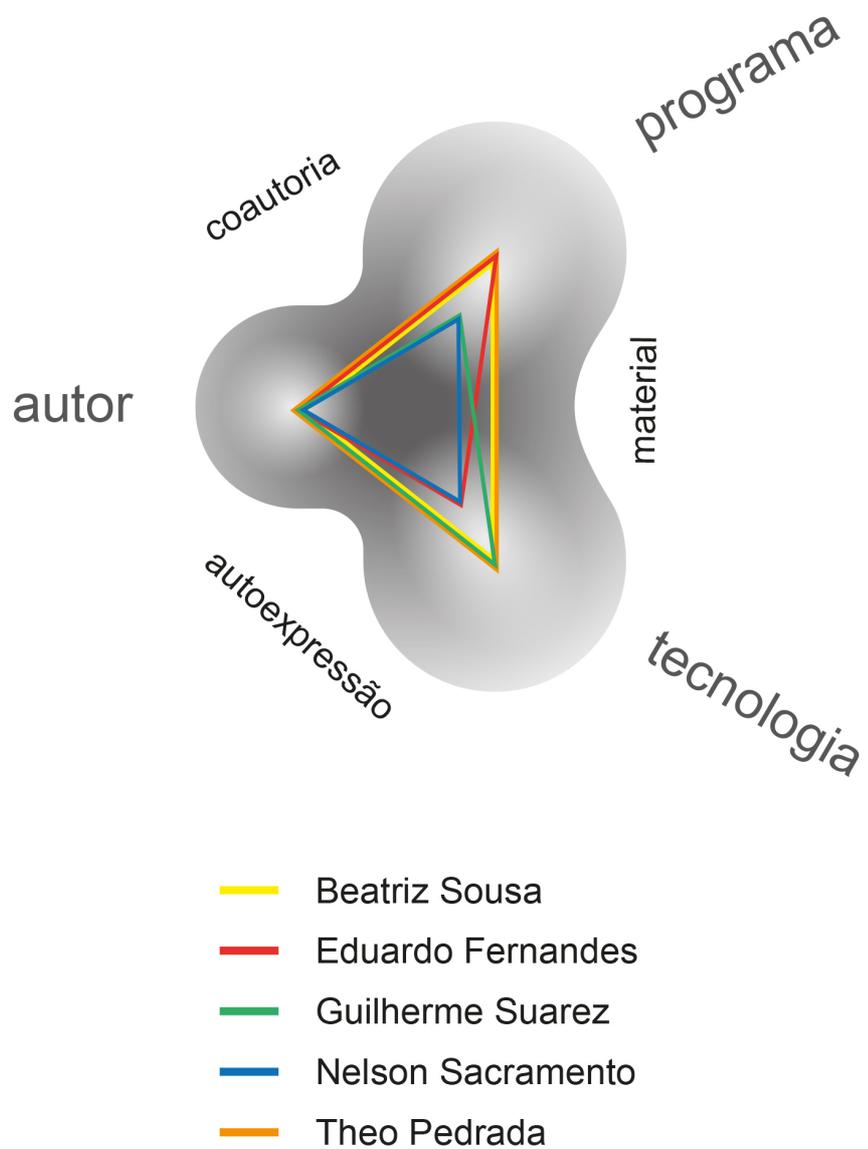


Figura 5.21 Sobreposição da análise individual dos tatuadores.

Visualizar em conjunto a análise realizada a cada tatuador permite-nos compreender as oscilações entre os casos, as semelhanças e os motivos que levam a esses acontecimentos.

Na autoria o comportamento é idêntico entre os casos. Essa semelhança deve-se ao facto de os tatuadores, em certa medida, estarem condicionados pelos contributos do cliente. Nos casos comuns, o cliente procura o tatuador pelo seu estilo e reconhecimento. Todavia, este leva consigo a ideia ou o tema do que quer tatuar e nestas circunstâncias a autoria do tatuador é automaticamente menor por haver esta preponderância do cliente. Por outro lado, reconhece-se a autoria dos tatuadores cujo trabalho é orientado em determinado estilo, que faz com que a dimensão do vértice aumente. Assim, estes dois fatores resultam numa dimensão autoral de nível 3 em todos os casos.

No programa são delineadas as etapas de produção da tatuagem e verificam-se oscilações entre o nível três e quatro. As diferenças observadas nos casos devem-se ao facto de alguns tatuadores preferirem preparar previamente o *sketch* antes do dia de tatuar, ainda que possa sofrer alterações na presença do cliente, enquanto outros optam por só elaborar o *sketch* no próprio dia e na presença do cliente, com a finalidade de reduzir o tempo e o número de alterações necessárias.

Na relação da autoria com o programa (coautoria) são identificados alguns constrangimentos. É comum alguns tatuadores ocasionalmente produzirem os próprios *sketch* inspirados nas suas ideias, conceitos e vontades, de modo a promoverem o seu trabalho a partir de determinado registo, mostrando ao público as ideias com que se identificam e querem ser reconhecidos. Consequentemente, o tatuador coloca disponível as suas propostas e aguarda que algum cliente demonstre interesse nessa tatuagem. Nestes casos, a autoria é totalmente conferida ao tatuador e o programa é reduzido ao mínimo, contemplando apenas a execução da tatuagem. Nesta circunstância o cliente

funciona como uma tela e o seu papel na coautoria é o consentimento e cedência do seu corpo para a produção da mesma. Contudo, caso não haja remoção ou sobreposição, a tatuagem vai acompanhar o cliente para o resto da sua vida e funcionará como um símbolo de comunicação e manifestação da sua personalidade, mesmo que o conceito não parta da sua autoria.

No vértice da tecnologia existem também variações entre o nível três e quatro. Estas variações ocorrem sobretudo pela utilização ou ausência de cores, uma vez que uns tatuadores optam por trabalhos a preto e branco, enquanto outros preferem a cores. No entanto, constata-se a elevada complexidade técnica no trabalho de ambos os casos. As grandes dimensões com que são produzidos facilitam a inserção de mais elementos e detalhes. Ainda que trabalhos pequenos e minimalistas possam exigir alguma complexidade técnica, quanto maior for a dimensão, maior será a possibilidade de aplicar várias técnicas de linha, mancha ou sombra, que por sua vez implicam a utilização de diferentes tipos de agulhas e tintas.

O plano da autoexpressão (autoria + tecnologia) combina as motivações autorais já referidas com a capacidade técnica. É a partir deste plano que os tatuadores revelam a sua verdadeira essência enquanto artistas. Já o plano do material (programa + tecnologia) é de compreensão mais objetiva, na medida em que o material preparado e utilizado é uma consequência das decisões tomadas previamente entre o tatuador e o cliente.

Numa perspetiva geral do modelo, evidencia-se que os vértices se relacionam e condicionam mutuamente. Pensando na dimensão de cada vértice numa escala de zero a cem, é pouco provável que se identifiquem casos em que se atinja o valor cem nos três vértices em simultâneo. Em contrapartida o mesmo acontece para o zero, que representaria a inexistência da tatuagem e do seu processo criativo. Deste modo, quanto mais próximo de cem for determinado vértice, menor será a dimensão de outro, como por exemplo na relação entre a autoria e

programa. A tecnologia funciona quase como uma consequência do que for estabelecido na autoria e no programa, ou seja, a técnica de execução e o material necessário para produzir a tatuagem vão depender do programa estabelecido (dimensão, local do corpo, elementos gráficos, etc.) e dos critérios autorais (conceito, ideias e liberdade conferida ao tatuador).

Ainda que o foco seja colocado em tatuadores cujo trabalho se reconhece autoria, considera-se que o modelo e os critérios estabelecidos, desde que sejam cumpridos podem ser aplicados a outros casos, independentemente da manifestação autoral. Apesar do dinamismo do modelo, o rigor dos critérios e a amplitude controlada dos vértices permitem a obtenção de resultados mais específicos. Entende-se também porque se trata de um estudo qualitativo que diferentes investigadores poderão interpretar a autoria, a capacidade e complexidade técnica do tatuador e a preponderância do cliente de forma diferenciada, contudo, se os casos analisados forem funcionalmente equivalentes, os resultados irão permanecer coerentes.

Dos casos analisados percebe-se que os tatuadores têm formação ou conhecimento de outros campos artísticos, o que posteriormente possibilita replicar na tatuagem a técnica ou estilo de determinado campo artístico. Devido aos *media* e ao fácil acesso à informação, são inúmeras as referências disponíveis para os tatuadores, que se podem inspirar noutras tatuagens, desenhos, ilustrações, fotografias, entre outros. O que difere é a predisposição para fazer a própria interpretação dos conceitos, conjugando a sua capacidade técnica, criativa e autoral. Quanto mais autoral e consistente for o trabalho do tatuador, maior será o seu reconhecimento e visibilidade. Consequentemente o tatuador terá maior autoridade na negociação com o cliente, na medida em que o público já conhece o seu estilo e a procura pelo seu trabalho será feita a partir dessa informação.

Em todo o processo de concretização da tatuagem, o tatuador e o cliente criam uma relação de proximidade, no qual o tatuador enquanto mediador de significados tem de compreender o cliente sobre o que ele quer comunicar e projetar essa simbologia no seu corpo através da tatuagem. Todavia, a motivação de ambos é distinta: enquanto o cliente procura exteriorizar determinado sentimento ou significado da sua personalidade, o tatuador procura expressar o seu trabalho enquanto autor e artista. O processo criativo do tatuador resulta da simbiose entre as ideias, motivações e pele do cliente, combinada com a sua capacidade de interagir, criatividade e execução técnica.

A autoria na tatuagem contemporânea manifesta-se quando um tatuador começa a ser socialmente reconhecido pelo seu trabalho e consegue construir um público que o procure pelo seu estilo diferenciado. Esse reconhecimento deve-se à qualidade técnica e consistência dos trabalhos, mesmo que as temáticas sejam diferentes, ou seja, os tatuadores devem ter a capacidade de se autoexpressarem independentemente das características do cliente, porém, esse estatuto requer tempo e experiência. Este é um processo gradual e contínuo, uma vez que a coautoria está sempre presente e implica a interação com clientes, com histórias de vida, experiências e motivações diferentes. A iniciação no mundo da tatuagem requer muita prática e os tatuadores têm de se sujeitar a fazer vários estilos de tatuagem, pois só com tempo, experiência e portfólio é que se conseguem afirmar. Assim, para que os tatuadores se tornem especialistas em determinado estilo devem gradualmente orientar os clientes para as suas necessidades e motivações e expressar-se através delas.

Observando a tatuagem enquanto meio de comunicação, considera-se que ela pode representar duas vias. Na perspectiva do tatuador as tatuagens são o seu produto e aquilo que quer vender. No caso dos tatuadores que produzem um trabalho mais autoral as suas tatuagens devem apresentar uma lógica de comunicação e de manifestação das suas competências, ou seja, quando os tatuadores partilham os seus trabalhos existe toda uma preocupação estética, não

só nas tatuagens, mas também na edição dos vídeos ou fotografias, de forma a apresentar coerência e profissionalismo sobre aquilo que é produzido. Na perspectiva do cliente pode já não existir essa preocupação de coerência, isto é, o principal objetivo dos indivíduos que se tatuam é exteriorizarem a sua personalidade, de forma mais ou menos intencional, e isso retira-lhes a preocupação de serem fiéis a um estilo ou a possuírem tatuagens exclusivas de determinado tatuador. Naturalmente, determinadas pessoas quererão possuir/coleccionar tatuagens dos seus tatuadores preferidos, mas numa primeira instância a sociedade vai olhar para elas e tentar interpretar a personalidade da pessoa e não identificar o tatuador que as produziu. Neste sentido, as tatuagens têm sempre um duplo propósito, a partir da perspectiva do tatuador e do cliente.

Conclusão

Ao longo da história a tatuagem integrou inúmeras culturas e contextos que a transformaram e condicionaram ao nível da técnica, tecnologia e principalmente ao nível da percepção social. A sua definição evoluiu de marca corporal, utilizada principalmente para marcar escravos e criminosos, para um conceito de tatuagem contemporânea, enquanto campo de índole artística e manifestação pessoal de identidade. Atualmente, a percepção social da tatuagem diverge entre o *underground* e o comercial. Contudo, a conotação negativa tem-se atenuado com o passar dos anos, motivada pelos meios de comunicação que normalizam o tema e pela admiração das gerações mais novas por pessoas tatuadas. Assim, a tatuagem contemporânea continua em crescimento, na medida em que surgem constantemente novos materiais, mais sofisticados e novos artistas que trazem consigo novas ideias de intervenção criativa. É também reconhecido o valor cultural da tatuagem, na medida em que os diferentes contextos que a condicionaram permitem projetar o seu estudo em diferentes áreas de conhecimento, de forma isolada ou relacional.

Atualmente ainda existe pouca formação certificada no campo da tatuagem. Além da oferta reduzida as formações costumam ser intensivas e de curta duração, o que impossibilita o acompanhamento contínuo de alguém experiente neste processo de formação. O mais comum é os tatuadores iniciarem a sua aprendizagem com pequenas tatuagens em amigos que se disponibilizam enquanto cobaias. Contudo, a falta de conhecimento e supervisão pode levar a situações de frustração e desânimo com os resultados obtidos. Após dominarem as técnicas básicas da tatuagem, os tatuadores começam a explorar e aplicar o seu conhecimento de outras áreas de índole artística no seu trabalho. Com prática e afirmação no meio, alguns profissionais conseguem direcionar o público para um estilo da sua preferência. A forma de um tatuador educar o público para determinado estilo é através da elaboração de *sketches* que sigam a mesma linha, disponibilizando-os depois para que possíveis clientes os possam tatuar. Ao partilharem os seus trabalhos nos diferentes canais de comunicação os tatuadores devem fazer uma triagem do que querem mostrar. Aquilo que comunicam e a

forma como o fazem vai influenciar o modo como são reconhecidos no meio. Só com consistência e coerência nos trabalhos produzidos é que os tatuadores conseguem afirmar a sua autoria no mundo da tatuagem.

Ainda que a popularidade da tatuagem contemporânea seja uma realidade, a sua normalização na sociedade é um processo contínuo. Uma vez que os estúdios são cada vez mais regulados por normas de higiene e segurança e os seus tatuadores produzem tatuagens tecnicamente mais evoluídas, identificou-se a necessidade de compreender as dinâmicas do processo criativo dos tatuadores. A presente investigação assumiu o design como disciplina de referência para a compreensão do processo criativo dos tatuadores, bem como a sua prática autoral, na medida em que se trata de um campo cientificamente consolidado e se reconhece semelhanças com o processo criativo dos designers. Assim, o estudo foi orientado pela questão empírica: *Como podem os processos criativos e autorais na tatuagem contemporânea ser descritos e explicados através do design?*

A motivação de compreender as dimensões autorais da tatuagem levaram ao estudo do processo criativo dos tatuadores. Como tal, estabeleceu-se o estudo de caso como método e foram selecionados cinco tatuadores que revelam um trabalho autoral reconhecido. O modelo triangular de Francisco Providência (autoria, programa e tecnologia) serviu de referência para desenvolver os critérios de interpretação do trabalho dos profissionais e estabelecer os planos da autoexpressão, coautoria e material. A partir da entrevista e observação foi elaborada uma grelha de análise com a finalidade de perceber como a autoria, programa e tecnologia se manifestavam no trabalho dos tatuadores.

A partir da autoria e tecnologia manifesta-se a autoexpressão dos tatuadores. É neste plano que se desenvolve o estilo, combinando com a técnica do tatuador e os conceitos que o cliente fornece. Quanto maior for a dimensão das tatuagens, maior é a possibilidade de introduzir mais detalhes nos elementos gráficos e

produzir tatuagens com uma complexidade técnica mais elevada. O desenvolvimento de trabalhos consistentes e coerentes em determinado estilo confere estatuto social aos tatuadores.

Na coautoria identificou-se que o processo criativo dos tatuadores é partilhado com o cliente, que contribui com inspiração, tomada de decisão e suporte (tela viva). O tatuador enquanto criativo assume a responsabilidade de idealizar um projeto que vá ao encontro das expectativas do cliente, e este por sua vez o cliente procura o tatuador pelo reconhecimento do seu trabalho.

Ao nível do material foi apresentada a importância do cumprimento das normas de higiene e segurança, de modo a garantir a segurança da execução da tatuagem. Este plano contribuiu para o reconhecimento dos materiais necessários para os diferentes tipos de tatuagem, nomeadamente que a espessura da linha, a qualidade da mancha e a densidade das sombras dependem do tipo de agulhas e tintas utilizadas e influenciam o resultado final.

Na discussão dos resultados projetou-se os dados obtidos através do modelo em sobreposição, com a finalidade de constatar as semelhanças e oscilações entre os casos. Assim, identificou-se que a dimensão da autoria entre os tatuadores é semelhante (nível três), sendo condicionada pelos contributos do cliente, que em contrapartida confere liberdade criativa aos tatuadores para explorar as suas competências. Quanto ao programa constatou-se que alguns casos são mais minuciosos no processo (nível quatro), na medida em que o *sketch* é previamente elaborado antes do dia de fazer a tatuagem, enquanto outros tatuadores preferem só produzir o *sketch* na presença do cliente de modo a reduzir o tempo de trabalho (nível três). A tecnologia também varia entre o nível três e quatro, sendo que a principal diferença é o facto de uns tatuadores trabalharem a cores e outros a preto e branco, contudo, a complexidade técnica é elevada e as tatuagens são todas de grandes dimensões. Quanto aos planos foi constatado que no plano da autoexpressão o tatuador se distancia em certa medida do cliente, de modo a

expressar o seu estilo e emoções, combinado com a sua capacidade técnica. O plano da coautoria consiste no plano da negociação e planeamento, uma vez que o cliente discute com o tatuador as ideias e conceitos da tatuagem e programam/planeiam a sua execução. Por fim, observou-se que o plano do material funciona quase como uma consequência dos outros planos, visto que a escolha dos materiais e técnicas resulta das decisões tomadas anteriormente.

O dinamismo do modelo possibilita a análise de inúmeros casos em diferentes circunstâncias, nomeadamente tatuadores que não manifestam níveis de autoria tão elevados como os casos selecionados. Contudo, uma das limitações do modelo é a impossibilidade de obter a dimensão máxima dos três vértices em simultâneo, uma vez que eles se condicionam mutuamente, nomeadamente a autoria e o programa. Caso se identifique uma autoria de nível quatro, em que o tatuador conceba o *sketch* sem qualquer tipo de influência do cliente, o programa será reduzido ao mínimo, uma vez que não implica qualquer tipo de negociação ou aprovação, além do fornecimento da pele do cliente. Outra limitação é a pouca amplitude do vértice da tecnologia, na medida em que se considera poucos elementos integrantes.

O processo criativo dos tatuadores resulta da boa relação estabelecida com o cliente, pois o resultado final depende também da sua satisfação. Ainda que seja a capacidade técnica e criativa que conferem estatuto ao tatuador, é a validação social que permite o reconhecimento autoral do seu trabalho.

Em síntese, os processos criativos e autorais da tatuagem contemporânea podem ser descritos e explicados a partir de um modelo de design que considera o dinamismo das suas relações com outros campos. Assim, foi possível compreender o processo criativo dos tatuadores, bem como a forma como a autoria se manifesta. O processo criativo decorre desde a definição do problema até à conceção da tatuagem. A interação e diálogo contínuo com o cliente, contribuem para conceber um projeto que corresponda às suas expectativas.

Nesse processo o tatuador procura dar resposta ao problema de forma criativa, através de mecanismos que continuamente têm de ser adaptados às circunstâncias do trabalho em questão. Todo o percurso faz parte do processo criativo, ainda que determinados momentos sejam interpretados como etapas que culminam com a tatuagem na pele e respetivas indicações de cicatrização.

Com o progresso tecnológico e a normalização social das últimas décadas, considera-se que futuramente as novas gerações mais tatuadas e a sociedade em geral mais consciente para a prática, o preconceito será menor e surgirão novas formas de interpretar e produzir a tatuagem.

Pistas para investigação futura

A tatuagem contemporânea é um campo em crescimento e relaciona-se com várias áreas do conhecimento artístico, sociológico e tecnológico. Nessa medida, a presente investigação abre caminho para várias vias de investigação.

Os museus e exposições relacionados com a tatuagem são escassos. Assim, reconhece-se a necessidade de investigação ao nível museológico, no sentido de contar a história da tatuagem ao nível sociológico, cultural e tecnológico, num ambiente expositivo e interativo. Um dos desafios é o facto da plenitude da tatuagem enquanto produto ter ancorada a si um ser vivo. Atualmente a pele tatuada pode ser extraída, conservada e exposta, sendo também um caso a considerar.

Tatuar textos, frases, palavras ou nomes é algo comum no quotidiano. Assim, considera-se como pista de investigação a relação da tatuagem com a escrita e com a tipografia e a motivação dos indivíduos para a sua utilização como elemento de comunicação corporal.

No que diz respeito ao conceito, à execução e motivação, podemos também relacionar a tatuagem contemporânea com a ilustração. Sendo que a ilustração

pode ser produzida com diferentes materiais, técnicas e suportes, não poderá ser a tatuagem considerada uma ilustração na pele?

Com a utilização da tatuagem enquanto elemento de irreverência por parte de algumas marcas, considera-se também a avaliação do impacto da tatuagem na publicidade como uma pista de estudo futuro.

Bibliografia

- Alencar, A., & Cavalcanti, V. (2019). *O modelo de perspectivas de sistemas de Mihaly Csikszentmihalyi como ferramenta no processo de desenvolvimento de produto*. 2434–2447. [Consult. 2022-06-11] Disponível em URL: https://doi.org/10.5151/ped2018-3.3_aco_56
- Almeida, P. (2017). VISACTIVISM: A Visualização de Informação na Perspectiva do Design Activism. Tese de Doutorado. Universidade de Lisboa: Faculdade de Belas-Artes.
- Almeida, L., & Matteoni, R. (2015). O design como processo e a questão da autoria. *Intexto*, 0(32), 102. [Consult. 2022-05-26] Disponível em URL: <https://doi.org/10.19132/1807-8583201532.102-118>
- Alves, M. (2015). A autoria em questão a partir de Foucault: autor, discurso, sujeito e poder. *Matraga - Revista Do Programa de Pós-Graduação Em Letras Da UERJ*, 22(37), 79–97. [Consult. 2020-10-27] Disponível em URL: <https://doi.org/10.12957/matraga.2015.19932>
- Alves, M., & Castro, P. (2015). Criatividade: Histórico, Definições E Avaliação. *Revista Educação*, 10(2), 47–58. [Consult. 2020-10-15] Disponível em URL: <http://revistas.ung.br/index.php/educacao/article/view/2161/1611>
- Amado, J. (2014). Manual de investigação qualitativa em educação. *Manual de Investigação Qualitativa Em Educação*. [Consult. 2022-08-20] Disponível em URL: <https://doi.org/10.14195/978-989-26-0879-2>
- Arume, I. (2017) Quando design e autopublicação se tornam atitude: ou porque designers gráficos se autopublicam? *Designer como autor - Quando design e autopublicação se tornam atitude*. [Consult. 2021-05-25] Disponível em URL: <http://cargocollective.com/designeautopublicacao/Designer-como-autor>
- Azevedo, C., & Campos, J. (2017). Reflexões acerca da autoria no design: notas sobre o nascimento do autor e as origens do direito autoral. *Lugar Comum*, 49, 150-166.
- Bahia, S. (2009). *Constrangimentos à expressão artística*. 137–148.
- Bandeira, M. (2012). Validade Interna e Externa De Uma Pesquisa: Vieses. *São João Del Rei: UFSJ*, 1–15. [Consult. 2022-08-20] Disponível em URL: [https://ufsj.edu.br/portal-repositorio/File/lapsam/Texto%204-VALIDADE\(2\).pdf](https://ufsj.edu.br/portal-repositorio/File/lapsam/Texto%204-VALIDADE(2).pdf)

Baptista, R. (2010). A identidade estampada na pele: o cotidiano de um estúdio de tatuagem e body-piercing em Lisboa. 93.

Barrett, C. (2021). *Tatuagens de marinheiros através dos tempos*. [Consult. 2021-11-09] Disponível em URL: <https://www.historynet.com/sailor-tattoos-through-the-ages.htm>

Barthes, R. (2004). O Rumor Da Língua. ISBN: 85-11-18088-5. [Consult. 2020-10-25] Disponível em URL: <http://www2.eca.usp.br/Ciencias.Linguagem/L3BarthesAutor.pdf>

Bártolo, J. (2009). O designer como produtor. [Consult. 2020-11-14] Disponível em URL: <http://www.artecapital.net/perspectivas.php?ref=90>

Bayazit, N. (2004). Investigating Design: A Review of Forty Years of Design Research. *Design Issues*, 20(1), 16–29. <https://doi.org/10.1162/074793604772933739>

Bellei, S. (2014). A morte do autor: um retorno à cena do crime. *Revista Criação & Crítica*, 0(12), 161. [Consult. 2020-10-25] Disponível em URL: <https://doi.org/10.11606/issn.1984-1124.v0i12p161-171>

Bien, M. (2015). Design and Authorship. [Consult. 2021-05-27] Disponível em URL: <https://medium.com/@moshebien/design-and-authorship-ca28545b48c0>

Billboard. (2016). *Rare & Unseen Vintage Guns N' Roses Photos From 1988*. [Consult. 2021-11-10] Disponível em URL: <https://www.billboard.com/photos/7334215/guns-n-roses-rare-and-unseen-photos-1988/>

Bittencourt, S. T. (n.d.). Corpo informativo: a tatuagem como história de vida.

Bjögvinsson et al. (2012). *Design Things and Design Thinking: Contemporary Participatory Design Challenges*. *Design Issues*, 28(3), 101–116. [Consult. 2022-01-28] Disponível em URL: [doi:10.1162/desi_a_00165](https://doi.org/10.1162/desi_a_00165)

Boni, C. et al. (2019). Práticas contemporâneas do design Contemporary practices of design. *Estudos Em Design*, 27(3), 29–45.

- Botella, M., Zenasni, F., & Lubart, T. (2018). What are the stages of the creative process? What visual art students are saying. *Frontiers in Psychology*, 9(NOV), 2266. [Consult. 2021-12-03] Disponível em URL: <https://doi.org/10.3389/FPSYG.2018.02266/BIBTEX>
- Branco, V. (2014). Design e Investigação em Design: Algumas Reflexões. In: Vilar, E. T. (coord.). – Dez Perspectivas Contemporâneas. Alfragide: Dom Quixote, pp. 169-186.
- Branski, R., Franco, R., & Júnior, O. (2010). *Métodologia de estudo de casos aplicada à logística*. Regina Meyer Branski Raul Arellano Caldeira Franco Orlando Fontes Lima Jr. 1–12.
- Buchanan, Richard (2001). *Design Research and the New Learning*. *Design Issues*, 17(4), 3–23. [Consult. 2022-01-27] Disponível em URL: [doi:10.1162/07479360152681056](https://doi.org/10.1162/07479360152681056)
- Campbell, D., & Stanley, J. (1963). Experimental and quasi-experimental designs for research. Boston: *Houghton Mifflin Company*.
- Cavalcanti, J. (2006). A Criatividade no processo de humanização.
- Cavalheiro, J. (2008). A concepção de autor em Bakhtin, Barthes e Foucault. *Signum: Estudos Da Linguagem*, 11(2), 67–81. [Consult. 2020-10-27] Disponível em URL: <http://www.uel.br/revistas/uel/index.php/signum/article/view/3042>
- Cortelli, D. (2012). Procedimentos de biossegurança adotados por profissionais prestadores de serviços de manicure, pedicure, tatuagem, piercing e maquiagem definitiva no município de Jacareí-SP. *Dissertação Mestrado. Faculdade de Saúde Pública Da Universidade de São Paulo*, 94.
- Costa, R. (2007). Estruturas triangulares na investigação em design: convergência na dispersão. Mono1: Monodisperso.
- Costa et al. (2011). O pensamento criativo e o design. *Convergências: Revista de Investigação e Ensino Das Artes*.
- Cross, N. (2001). *Designerly Ways of Knowing: Design Discipline Versus Design Science*. 17(3), 49–55. . [Consult. 2022-01-26] Disponível em URL: [doi:10.1162/074793601750357196](https://doi.org/10.1162/074793601750357196)

Csikszentmihalyi, M. (1997). *Creativity: Flow and the psychology of discovery and invention* | Omar Coore - Academia.edu. Harper Perennial. [Consult. 2022-06-11] Disponível em URL: https://www.academia.edu/1926641/Creativity_Flow_and_the_psychology_of_discovery_and_invention

Csikszentmihalyi, M. (2014). *The Systems Model of Creativity*. doi:10.1007/978-94-017-9085-7

Dias, L. (2011) Do design de interação ao design da experiência tecnologicamente (i)mediada. Doutorado. Aveiro: Departamento de Comunicação e Arte, Universidade de Aveiro.

Dorst, K. (2006). Design problems and design paradoxes. *Design Issues*, 22(3), 4–17. [Consult. 2022-01-24] Disponível em URL: <https://doi.org/10.1162/desi.2006.22.3.4>

Dorst, K. (2011). The core of “design thinking” and its application. *Design Studies*, 32(6), 521–532. [Consult. 2021-05-07] Disponível em URL: <https://doi.org/10.1016/j.destud.2011.07.006>

Dorst, K., & Cross, N. (2001). Creativity in the design process: Co-evolution of problem-solution. *Design Studies*, 22(5), 425–437. [Consult. 2021-05-07] Disponível em URL: [https://doi.org/10.1016/S0142-694X\(01\)00009-6](https://doi.org/10.1016/S0142-694X(01)00009-6)

Engholm, I. (2017). Reflecting Contemporary Design Research. *Form Akademisk - Forskningstidsskrift for Design Og Designdidaktikk*, 10(3), 1–15. [Consult. 2021-12-13] Disponível em URL: <https://doi.org/10.7577/formakademisk.1721>

Facca, C. (2020). Do Design ao Design Thinking: a transformação do pensamento do Design. [Consult. 2020-12-30] Disponível em URL: <https://comlimao.com/2020/05/26/design-thinking-transformacao-do-pensamento/>

Fallman, D. (2008). The interaction design research triangle of design practice, design studies, and design exploration. *Design Issues*, 24(3), 4–18. [Consult. 2021-11-27] Disponível em URL: <https://doi.org/10.1162/desi.2008.24.3.4>

Fan, R. (2020). *Irezumi: Irezumi: The History of Tattoos in Japan*. [Consult. 2021-11-09] Disponível em URL: <https://historyofyesterday.com/irezumi-the-history-of-tattoos-in-japan-a0e77d9a81e9>

Félix, M. (2018) Contornos da Investigação em Design. *Convergências - Revista de Investigação e Ensino das Artes*, VOL XI (21). [Consult. 2021-11-19] Disponível em URL: <http://convergencias.esart.ipcb.pt/?p=article&id=302>

Ferreira, V. (2008). *Marcas que demarcam: tatuagem, body piercing e culturas juvenis*. Lisboa: Imprensa de Ciências Sociais.

Ferreira, V. (2013). Das belas-artes à arte de tatuar: dinâmicas recentes no mundo português da tatuagem. In Almeida, M. I. M. de, Pais, J. M. (orgs), *Criatividade & Profissionalização: jovens, subjetividades e horizontes profissionais* (pp. 55-99). Lisboa: Imprensa de Ciências Sociais

Findeli, A. (2001). *Rethinking Design Education for the 21st Century: Theoretical, Methodological, and Ethical Discussion*. *Design Issues*, 17(1), 5–17. [Consult. 2022-02-05] Disponível em URL: doi:10.1162/07479360152103796

Findeli et al. (2008). Research Through Design and Transdisciplinarity: A Tentative Contribution to the Methodology of Design Research. «FOCUSED» — Current Design Research Projects and Methods Swiss Design Network Symposium, September 2014, 67–91.

Fonseca, A. (2003). *Tatuar e ser tatuado. “Etnografia da Prática Contemporânea da Tatuagem” Estúdio: Experience Art Tattoo-Florianópolis-SC-Brasil*. [Consult. 2019-11-16] Disponível em URL: <http://repositorio.ufsc.br/xmlui/handle/123456789/86023>

Forcelini et al. (2018). As técnicas de criatividade no processo de design. *Temática*, 14(01). [Consult. 2021-05-05] Disponível em URL: <https://doi.org/10.22478/ufpb.1807-8931.2018v14n01.37953>

Frayling, C. (1993). *Research in Art and Design*. Royal College of Art Research (vol.1) N°1

Freire, K. (2009). Reflexões sobre o conceito de design de experiências. *Strategic Design Research Journal*, 2(1), 37–44. [Consult. 2020-12-29] Disponível em URL: <https://doi.org/10.4013/sdrj.2009.21.05>

Freitas, W., & Jabbour, C. (2011). Utilizando estudo de caso(s) como estratégia de pesquisa qualitativa: boas práticas e sugestões. *Estudo & Debate*, 18(2), 7–22.

Friedman, A. (2014). *The Cook Myth: História comum de tatuagem desmascarada* | *tattoohistorian.com*. [Consult. 2021-11-09] Disponível em URL: <https://tattoohistorian.com/2014/04/05/the-cook-myth-common-tattoo-history-debunked/#more-231>

Geggel, L. (2015). *Tinta fresca: Icemán mumificado tem nova tatuagem* | *Ciência Viva*. [Consult. 2021-11-09] Disponível em URL: <https://www.livescience.com/49611-otzi-iceman-mummy-tattoos.html>

Green, M. (2007). *Self-Expression*. Oxford: Oxford University Press.

Gregoire, C. (2019). *Understanding the four stages of the creative process - Ideas*. [Consult. 2021-12-03] Disponível em URL: <https://www.wework.com/ideas/professional-development/creativity-culture/understanding-the-four-stages-of-the-creative-process>

Guilera, L. (2011). Anatomía de la creatividad. In *Sabadell. FUNDIT*.

Guilford, J. P. (1957). Creative abilities in the arts. *Psychological Review*, 64(2), 110–118. [Consult. 2022-06-28] Disponível em URL: <https://doi.org/10.1037/h0048280>

Guilford, J. (1973). *Characteristics of Creativity*. 10. [Consult. 2022-06-28] Disponível em URL: <https://eric.ed.gov/?id=ED080171>

Gusso, F. (2016). A Tatuagem como linguagem artística na contemporaneidade. *Revista Vernáculo*, (37), 112–131. [Consult. 2019-11-16] Disponível em URL: <https://doi.org/10.5380/rv.v0i37.38520>

ICS-ULisboa. (n.d.). *Vítor Sérgio Ferreira*. [Consult. 2022-09-22] Disponível em URL: <https://www.ics.ulisboa.pt/pessoa/vitor-sergio-ferreira>

ID+. (n.d.). *Rui Costa*. [Consult. 2022-09-22] Disponível em URL: <https://idmais.org/pt-pt/member/rui-costa/>

Johnstone, B. (1996). *The linguistic individual: self-expression in language and linguistics*. New York: Oxford University Press.

- Kaiser, D. (2019). *Tatuagens Old School - História e Inspiração - BlendUp Tattoos*. [Consult. 2021-11-10] <https://blendup.art/tatuagens/artigos-dicas/tatuagens-old-school-historia-e-inspiracao/>
- Kawanami, S. (2014). Tatuagem Tradicional Japonesa | Curiosidades do Japão. [Consult. 2021-11-06] Disponível em URL: <https://www.japaoemfoco.com/tatuagem-japonesa-tradicional/>
- Kazmierczak, E. (2003). Design as Meaning Making: From Making Things to the Design of Thinking. *Design Issues*, 19(2), 45–59. [Consult. 2022-07-08] Disponível em URL: <https://doi.org/10.1162/074793603765201406>
- Kosut, M. (2006). An ironic fad: The commodification and consumption of tattoos. *Journal of Popular Culture*, 39(6), 1035–1048.
- Krutak, L. (2013). *Embodied symbols of the south seas: tattoo in polynesia*. [Consult. 2021-11-09] Disponível em URL: <https://www.larskrutak.com/embodied-symbols-of-the-south-seas-tattoo-in-polynesia/>
- Larsen, G., Patterson, M., & Markham, L. (2014). A Deviant Art: Tattoo-Related Stigma in an Era of Commodification. *Psychology and Marketing*, 31(8), 670–681. [Consult. 2019-12-08] Disponível em URL: <https://doi.org/10.1002/mar.20727>
- Leitão, D. (2004). À flor da pele: estudo antropológico sobre a prática da tatuagem em grupos urbanos. *ILUMINURAS* (Vol. 5). [Consult. 2020-12-27] Disponível em URL: <http://www.perseus.tufts.edu>
- Leitão, D., & Schmitz, V. R. (2004). Mudança de Significado da Tatuagem Contemporânea. *Humanitas*.
- Lenk Tattoo. (2019). *Agulhas de Tatuagem*. [Consult. 2021-11-08] Disponível em URL: <https://www.lenktattoo.com.br/post/agulhas-de-tatuagem>
- Lil'B. (2020). [Consult. 2021-11-11] Disponível em URL: <https://www.instagram.com/p/CFxPsdBB9c/>

- Lise et al. (2010). Tattooing: Profile and discourse of individuals with marks in the body. *Anais Brasileiros de Dermatologia*, 85(5), 631–638. [Consult. 2021-06-07] Disponível em URL: <https://doi.org/10.1590/s0365-05962010000500006>
- Lloyd, P. (2019). You make it and you try it out: Seeds of design discipline futures. *Design Studies*, 65, 167–181. [Consult. 2021-05-15] Disponível em URL: <https://doi.org/10.1016/j.destud.2019.10.008>
- Lodder, M. (2010). Body Art: Body Modification as Artistic Practice. 10.13140/RG.2.1.4359.2400.
- Lupton, E. (2004). Typotheque: The Designer as Producer. [Consult. 2020-10-28] Disponível em URL: https://www.typotheque.com/articles/the_designer_as_producer
- Luz, G. (2019). Tatuagem e arte. Velhos e novos usos e sentidos para a imagem sobre o corpo. *Rev. Belas Artes*, N.29. [Consult. 2021-11-05] Disponível em URL: <https://www.belasartes.br/revistabelasartes/downloads/artigos/29/tatuagem-e-arte.pdf>
- Machado, C. (2018). Cocriação de valor no consumo de tatuagens: um estudo a partir da visão de tatuadores e tatuados.
- Margolin, V. (2000). Building a Design Research Community. *Design Plus Research*, 1–7. [Consult. 2021-12-12] Disponível em URL: <http://design.osu.edu/carlson/id785/designcommunity.pdf>
- Margolin, V. (2002). *The Designer as Producer*.
- Margolin, V. (2007). Design, the future and the human spirit. *Design Issues*, 23(3), 4–15. [Consult. 2021-12-12] Disponível em URL: <https://doi.org/10.1162/desi.2007.23.3.4>
- Markov, S. (2017). *Joy Paul Guilford - One of the founders of the Psychology of Creativity – Genvive*. [Consult. 2022-06-28] Disponível em URL: <https://geniusrevive.com/en/joy-paul-guilford-one-of-the-founders-of-the-psychology-of-creativity/>
- Martin, C. W. (2013). Tattoos as Narratives: Skin and Self. *Public Journal of Semiotics*, 4(2), 2–46. [Consult. 2022-01-21] Disponível em URL: <https://doi.org/10.37693/pjos.2013.4.8841>

Maya, E. (2014). *Métodos y técnicas de investigación Métodos y técnicas de investigación*.

Mccarthy, S. (2006). Visual: design: scholarship Curating as meta design-authorship. 2(2), 48–56. [Consult. 2020-11-14] Disponível em URL:
https://www.researchgate.net/publication/265740547_visual_design_scholarship_Curating_as_meta_design-authorship

Meirinhos, M., & Osório, A. (2010). O estudo de caso como estratégia de investigação em educação. *EDUSER: Revista de Educação*, 28(2), 669. [Consult. 2021-11-14] Disponível em URL: <https://doi.org/10.5944/reop.vol.21.num.3.2010.11551>

Mesquita, J. (2021). [Consult. 2021-11-11] Disponível em URL:
<https://www.instagram.com/p/COgOSPrA0uW/>

Monteiro, I. (2015). Autoexpressão e engenharia semiótica do usuário-designer. Tese de Doutorado. Pontifícia Universidade Católica do Rio de Janeiro.

Moser, V. (2015). *A Criatividade: A necessidade da promoção da atividade criadora no pré-escolar*. 104.

Narváez, L. (2000). Design's Own Knowledge. *Design Issues*, 16(1), 36–51. [Consult. 2022-01-31] Disponível em URL: [doi:10.1162/074793600300159583](https://doi.org/10.1162/074793600300159583)

Neto, J. (2014). A noção de autor em barthes, foucault e Agamben (Vol. 10).

Netto, H. (2011). O corpo como espaço imaginativo: tatuagem, práticas sociais e simbolismo. [Consult. 2021-11-05] Disponível em URL:
<https://ppgsa.propesp.ufpa.br/ARQUIVOS/dissertacoes/dissertacaoTurma2009-HelioNetto.pdf>

Nissaco. (2021). 藤と松と波と. [Consult. 2021-11-11] Disponível em URL:
<https://www.instagram.com/p/CVKvEMFFVU7/>

Nogueira, A. (2019). Triângulos do Holocausto: o cruel sistema de identificação nos campos da morte nazistas. [Consult. 2022-10-23] Disponível em URL:
<https://aventurasnahistoria.uol.com.br/noticias/reportagem/historia-o-que-eram-os-triangulos-do-holocausto.phtml>

Norman, D. (2004). Epilogue: we are all designers. [Consult. 2022-07-05] Disponível em URL:
https://www.researchgate.net/publication/265482463_EPILOGUE_WE_ARE_ALL_DESIGNERS

Norman, D., & Verganti, R. (2014). *Incremental and Radical Innovation: Design Research vs. Technology and Meaning Change*. *Design Issues*, 30(1), 78–96. [Consult. 2022-01-25]
Disponível em URL: doi:10.1162/desi_a_00250

Oliveira, A. (2012). A tatuagem como profissão: um ofício tornado arte?

Osório, A. (2006). *O gênero da tatuagem. Continuidades e novos usos relativos à prática na cidade do Rio de Janeiro*. [Consult. 2020-04-08] Disponível em URL:
<http://www.livrosgratis.com.br>

Papanek, V. (1971). *Design For The Real World: Human ecology and social change*.

Parreira, S. (2014). *DESIGN-EN-PLACE: Processo de design e processo criativo na alta cozinha*. Tese de Doutorado. Universidade de Lisboa: Faculdade de Belas-Artes.

Patterson, M. (2018). Tattoo: marketplace icon. *Consumption Markets and Culture*, 21(6), 582–589. [Consult. 2020-04-11] Disponível em URL:
<https://doi.org/10.1080/10253866.2017.1334280>

Paulo, D. (2021). *A wonderful world*. [Consult. 2021-11-11] Disponível em URL:
<https://www.instagram.com/p/CWD8Z-nLiZi/>

Pereira, B. (2016). “O mais profundo é a pele: processos de construção de identidade por meio da tatuagem”. *Journal of Chemical Information and Modeling*, 53(9), 1689–1699. [Consult. 2020-06-12] Disponível em URL: <https://doi.org/10.1017/CBO9781107415324.004>

Pezzin, O. (n.d.). *Processo criativo em design: dentro e fora dos limites* resumo.

Porcella, A. (2009). *Tattoos: A Marked History*. 40. [Consult. 2020-04-07] Disponível em URL: <http://digitalcommons.calpoly.edu/cgi/viewcontent.cgi?article=1006&context=socssp>

Posner, J. & Klein, E. (2018). *Explained: Tattoo* [Documentary Television Series]. Netflix.

Preston, D. (2018). *Beautiful "freaks!"- meet the tattooed women of the circus*. [Consult. 2021-11-10] Disponível em URL: <https://www.inkedmag.com/tattoo-artists/beautiful-freaks-meet-the-tattooed-women-of-the-circus>

Preston, D. (2019.). *These Are the Most Popular Tattoo Trends From Every Decade - Tattoo Ideas, Artists and Models*. [Consult. 2021-11-10] Disponível em URL: <https://www.inkedmag.com/original-news/tattootrenddecades>

Providência, F. (2012). *Poeta, ou aquele que faz: a poética como inovação em design*. Tese de Doutorado. Aveiro: Departamento de Comunicação e Arte, Universidade de Aveiro.

Quental, J. (2009) *A ilustração enquanto processo e pensamento. Autoria e interpretação*. Tese de Doutorado. Aveiro: Departamento de Comunicação e Arte, Universidade de Aveiro.

Reece, P. (2009). *Tatuagens antigas: Teorias do Céu e da Terra*. [Consult. 2021-11-09] Disponível em URL: http://www.vanishingtattoo.com/ancient_tattoos.htm

Rock, M. (1996). *The designer as author*. *Eye Magazine*. [Consult. 2020-10-24] Disponível em URL: <http://www.eyemagazine.com/feature/article/the-designer-as-author>

Rodriguez, L., & Carreteiro, T. (2014). *Olhares sobre o corpo na atualidade: Tatuagem, visibilidade e experiência tátil*. *Psicologia e Sociedade*, 26(3), 746–755. [Consult. 2019-11-18] Disponível em URL: <https://doi.org/10.1590/s0102-71822014000300023>

Osborn, P., & Charles, M. (2020). *Walter Benjamin*. *Stanford Encyclopedia of Philosophy*. [Consult. 2022-07-15] Disponível em URL: <https://plato.stanford.edu/entries/benjamin/#Oth>

Perrone-Moisés, L. (2010). *Roland Barthes e o prazer da palavra*. [Consult. 2022-10-18] Disponível em URL: <https://revistacult.uol.com.br/home/roland-barthes-e-o-prazer-da-palavra/>

Sad, B. (2016). *A Tatuagem como processo*. 2002(1), 35–40.

Sakamoto, C. (2000). *Criatividade: uma visão integradora* 1. 2(1), 50–58.

- Santos, M. (2020). Tatuadores: principais Fatores de Risco e Riscos Laborais, Doenças Profissionais associadas e Medidas de Proteção recomendadas. *Revista Portuguesa de Saúde Ocupacional on line*. volume 10, 1-58. DOI: 10.31252/RPSO.22.08.2020
- Santos, J. (2018). Tornar-Se Artista: Como Se Desenvolve O Processo Criativo? Dissertação de Mestrado. Universidade de Lisboa: Faculdade de Belas-Artes.
- Seibt, C. (2018). Considerations on Heidegger’s Hermetic Phenomenology. *Revista Do NUFEN*, 10(1), 126–145. [Consult. 2021-02-27] Disponível em URL: [https://doi.org/10.26823/RevistadoNUFEN.vol10\(1\).n04ensaio29](https://doi.org/10.26823/RevistadoNUFEN.vol10(1).n04ensaio29)
- Silva, C. (2020). Roland Barthes A morte do autor e o nascimento do leitor. [Consult. 2020-10-25] Disponível em URL: https://www.academia.edu/41712030/Roland_Barthes_A_morte_do_autor_e_o_nascimento_d_o_leitor_Lisboa_23_de_Janeiro_de_2020
- Silva, S., & Moraes, D. (2020). Heidegger e a fundamentação ontológica do design: um paradigma que precede à ciência. *Estudos Em Design*, 28(2). [Consult. 2021-11-19] Disponível em URL: <https://doi.org/10.35522/eed.v28i2.981>
- Souza, A. (2019). O conceito de fenomenologia de Martin Heidegger em Ser e Tempo. *Revista Primordium*, 3(6). [Consult. 2021-03-13] Disponível em URL: <https://doi.org/10.14393/reprim-v3n6a2018-45845>
- Souza, D. (2017). A morte do autor de Roland Barthes: ecos musicais 141–149.
- Steen, M. (2013). Co-design as a process of joint inquiry and imagination. *Design Issues*, 29(2), 16–28. [Consult. 2022-01-25] Disponível em URL: https://doi.org/10.1162/DESI_a_00207
- Stewart, S. (2011). Interpreting design thinking. *Design Studies*. [Consult. 2021-05-09] Disponível em URL: <https://doi.org/10.1016/j.destud.2011.08.001>
- Tattoos Mania (2020). *The Most 34 Bizarre Tattoos of Johnny Depp & their Meaning*. [Consult. 2021-11-10] <https://tattoosmania.com/bizarre-tattoos-of-johnny-depp-their-meaning/>

Tattoodo. (2017). *Samuel O'Reilly's Peculiar Reciprocating Electromotored Tattoo Machine*. [Consult. 2021-11-10] Disponível em URL: <https://www.tattoodo.com/articles/samuel-oreillys-peculiar-reciprocating-electromotored-tattoo-machine-12648>

Tattoo Stylist (n.d.). *Trash Polka Tattoo - The Meeting Point Of Chaos, Rebellion & Art*. [Consult. 2022-07-23] Disponível em URL: from <https://tattoostylist.com/trash-polka-tattoo/>

The Selvedge Yard. (2010). Ancient art of the japanese tebori tattoo masters. [Consult. 2021-11-09] Disponível em URL: <https://selvedgeyard.com/2010/04/20/ancient-art-of-the-japanese-tebori-tattoo-masters-ink-in-harmony/>

Tomaili, T. (2019). O Processo Criativo em Design de Moda: Atelier do designer Filipe Faísca. Mestrado em Design de Moda. Faculdade de Arquitetura da Universidade de Lisboa.

Tortamano, C. (2020). *Aventuras na História · Dama de Gelo: a múmia siberiana com tatuagens de 6 mil anos em seu esqueleto*. [Consult. 2021-11-09] Disponível em URL: <https://aventurasnahistoria.uol.com.br/noticias/almanaque/mumia-siberiana-de-6-mil-anos-com-tatuagens-em-seu-esqueleto.phtml>

Tschimmel, K. (2003). O Pensamento Criativo em Design: Reflexões acerca da Formação do Designer. *Catálogo Do Congresso Internacional de Design USE*, 1–11. [Consult. 2020-10-18] Disponível em URL: https://www.academia.edu/430517/O_Pensamento_Criativo_em_Design_Reflex%C3%B5es_acerca_da_Forma%C3%A7%C3%A3o_do_Designer

van Dijck, J., & Poell, T. (2013). Understanding Social Media Logic. 1. [Consult. 2019-12-27] Disponível em URL: <https://doi.org/10.12924/mac2013.01010002>

Ventura, M. (2007). O Estudo de Caso como Modalidade de Pesquisa. *Rev SOCERJ*, 20(5), 383–386.

Virgínia, I. (2017). Auto-expressão. Dissertação de Mestrado. IADE-U – Instituto de Arte, Design e Empresa – Universitário.

Wallas, G. (1926). *The art of thought*. New York, NY: Harcourt, Brace.

Walzer, A., & Sanjurjo, P. (2016). Media and contemporary tattoo. *Communication and Society*, 29(1), 69–81. [Consult. 2020-03-26] Disponível em URL: <https://doi.org/10.15581/003.29.1.69-81>

Weber, A. (2010). *Processos e métodos de design de produto. III*.

Weymar, L. (2009). Autoria em design gráfico: estilo individual ou imaginário coletivo? *Strategic Design Research Journal*, 2(3), 109–112. [Consult. 2022-05-26] Disponível em URL: <https://doi.org/10.4013/sdrj.2009.23.05>

Willis, A. (2006). Ontological Designing –Laying the Ground. *Design Philosophy Papers, Collection Three*, 80–98. [Consult. 2021-11-27] Disponível em URL: https://www.academia.edu/888457/Ontological_designing

Wymann, C. (2010). Tattoo: a multifaceted medium of communication. *MedieKultur: Journal of Media and Communication Research*, 26(49), 14. [Consult. 2020-03-25] Disponível em URL: <https://doi.org/10.7146/mediekultur.v26i49.2529>

Yin, R. (2003). CASE STUDY RESEARCH Design and Methods. In *Sage Publications*.

Yin, R. (2015). Estudo de Caso: planejamento e métodos. Porto Alegre: Bookman.

Zavadil, P., Da Silva, R., & Tschimmel, K. (2016). Modelo teórico do pensamento e processo criativo em indivíduos e em grupos de design. *Design e Tecnologia*, 6(12), 1. [Consult. 2020-10-14] Disponível em URL: <https://doi.org/10.23972/det2016iss12pp1-20>

Zuben, N. (2011). A Fenomenologia como retorno à Ontologia em Martin Heidegger. *Trans/Form/Acao*, 34(2), 85–102. [Consult. 2021-03-03] Disponível em URL: <https://doi.org/10.1590/S0101-31732011000200006>