

## EMOÇÕES IMPRESSAS NA PELE: A PRÁTICA DA TATUAGEM COMO REPRESENTAÇÃO DO DESIGN EMOCIONAL

### *EMOTIONS PRINTED ON SKIN: THE TATOO PRACTICE AS EMOTIONAL DESIGN REPRESENTATION*

Rogério de Souza e Silva<sup>1</sup>

Marcelina das Graças Almeida<sup>2</sup>

#### **Resumo**

Este artigo tem como objetivo identificar relações entre a prática da tatuagem e o processo do design emocional. A título de contextualização, é apresentado um breve histórico da tatuagem no Brasil e seu percurso desde seu início como arte marginal até atingir o status de fenômeno cultural, alcançando públicos de todas as idades, gêneros e etnias. São apresentadas também formas como a linguagem visual da tatuagem pode estabelecer ligações profundas entre o produto tatuagem e o sujeito que a possui. Em seguida são trazidas à discussão, as possibilidades do design emocional para criação de imagens tatuadas e pesquisadores que tratam o tema do design emocional em suas obras, bem como relatos de experiência profissional real na área da tatuagem. Ao final, como conclusão, espera-se instigar reflexões acerca da criação de imagens para tatuagens, enquanto produtos de valor intangível como objetos de afeto e memória.

**Palavras-chave:** Tatuagem; Ilustração; Design emocional.

#### **Abstract**

This article aims to identify relationships between the practice of tattooing and the process of emotional design. For contextualization purposes, a brief history of tattooing in Brazil is presented, as well as its trajectory from its beginnings as a marginal art form to its status as a cultural phenomenon, reaching audiences of all ages, genders, and ethnicities. It also presents ways in which the visual language of tattooing can establish deep connections between the tattoo product and the person who wears it. It then discusses the possibilities of emotional design for creating tattooed images and researchers who address the theme of emotional design in their works, as well as reports of real professional experience in the area of tattooing. Finally, as a conclusion, it is hoped to instigate reflections on the creation of images for tattoos, as products of intangible value such as objects of affection and memory.

**Keywords:** Tattoo; Illustration; Emotional Design.

---

<sup>1</sup> Doutor em Design, Universidade Estadual e Minas Gerais (UEMG), Belo Horizonte, MG, Brasil. Email: rogerio.souza@uemg.br; ORCID: 0000-0002-0299-6310.

<sup>2</sup> Doutora em História, Universidade Estadual e Minas Gerais (UEMG), Belo Horizonte, MG, Brasil. Email: marcelina.almeida.uemg.br; ORCID: 0000-0001-5174-0103.

O que será que me dá?  
Que brota à flor da pele, será que me dá  
(Chico Buarque de Holanda)

## 1. Introdução

A prática contemporânea da tatuagem, pode ser considerada como uma importante manifestação cultural e artística que atinge um vasto público, traduzindo questões estéticas, históricas e emocionais de cada pessoa, em representações visuais impressas de forma indelével em suas peles.

Detentora de um passado histórico que as relacionavam com povos considerados primitivos ou inferiores, segundo o olhar europeu da época e mais tarde com bandidagem, prostituição ou pessoas de má índole, a tatuagem já foi uma forma de identificação em fichas policiais, descrevendo pessoas tatuadas como detentoras de “marcas” ou “sinais” (Jeha, 2023).

Passadas muitas décadas e com a transformação da tatuagem em um fenômeno cultural, é possível se olhar com certa veia poética para o ofício do tatuador ou tatuadora atual como uma profissão capaz de deixar marcas, tanto na pele quanto nas vidas, daqueles que as recebem de forma permanente em seus corpos.

É deste ponto de vista que este artigo propõe discutir de que forma a tatuagem pode se tornar um projeto capaz de traduzir sentimentos e memórias em imagens de alto valor emocional.

Para chegar a este objetivo, foram trazidas pesquisas como a da historiadora Silvana Jeha (2023) e do jornalista e pesquisador Toni Marques (1997) que elaboram um panorama da história da tatuagem no Brasil e as diferentes formas de como foi recebida pela sociedade ao longo do século XX.

Em um segundo momento, foram incluídas nesta análise as relações entre a prática da tatuagem, arte e design e suas confluências enquanto detentoras de ideias, sentimentos e memórias transformadas em informação visual e mais do que isso, como forma de representação de identidades. Para tanto, o assunto encontra embasamento teórico nos professores e pesquisadores Rita Ribeiro e Camilo Belchior (2014), além da obra dedicada ao design emocional de autoria do professor Donald Norman (2010).

Ao final são analisados relatos profissionais sobre o trabalho do tatuador/a e sobre as pessoas que têm seus corpos como emissores de mensagens visuais representando suas próprias convicções e sua forma de se posicionar no mundo. Conta-se nesta sessão com o relato de Paula Stefany M. Honório, tatuadora profissional, designer gráfica e fonte primária para uma pequena, mas importante, parcela da história oral sobre a tatuagem contemporânea em Belo Horizonte.

A título de conclusão, espera-se que este artigo possa trazer uma reflexão sobre a criação da tatuagem e sua importância na vida das pessoas que a recebem, partindo de um desejo, por vezes inconsciente, e percorrendo o caminho até atingirem o status de objeto de afeto.

## 2. Um longo caminho: breve histórico

A tatuagem já estava presente no Brasil antes da chegada dos portugueses. É o que descreve a historiadora Silvana Jeha nas primeiras páginas de sua obra “Uma história da tatuagem no Brasil” (2023).

De acordo com a autora, as tatuagens de então, eram feitas com finalidades ritualísticas e não deixaram registros escritos, sendo conhecidas hoje por meio de relatos orais de seus descendentes.

A obra de Jeha, se dedica à tatuagem a partir do final século XIX, mas descreve a origem etimológica da palavra, registrada em 1780 na viagem do navegador inglês James Cook (1728-1779) ao Taiti. A palavra deriva de “*tattoo*” que tem origem no termo taitiano “*tatau*” que denominava o ato de marcar a pele com objetos cortantes e pigmentos. Mesmo não tendo sido responsável pela introdução da prática da tatuagem na Europa, após o contato dos marinheiros com os taitianos, o termo passou, a partir do século XIX a designar a prática de marcar a pele que já existia com outros nomes em várias partes do mundo (Jeha, 2023). A autora explica duas palavras usadas na Grécia e em Roma e que chegaram a nós com uma grande carga pejorativa:

Na Grécia, usavam-se palavras de *Stig*, que quer dizer picar. Em Roma, virou *stigma*. [...] eles [os gregos] usaram tatuagens quase exclusivamente para punir e degradar prisioneiros e escravos fugidos. Assim também fizeram os romanos que aplicavam tatuagens na face e nas mãos dos escravos ou de pessoas punidas. Ao longo do tempo, a palavra “estigma” tornou-se marca de infâmia e foi deixando de significar marca no corpo (Jeha, 2023, p.15).

No Brasil a tatuagem deve sua chegada aos marujos de diversas partes do mundo que aportaram por aqui na segunda metade do século XIX, além de marítimos nascidos em território brasileiro. Essa cultura que era típica dos navios se estendia também aos quartéis e prisões, fazendo desses lugares isolados, ambientes propícios para a prática da tatuagem. A autora explica também que os corpos dos tatuados eram classificados e identificados como portadores de “*marcas*” ou “*sinais*”, termo que poderia nomear tatuagens, cicatrizes e outras marcas particulares na pele.

A tatuagem em terras brasileiras, até meados do século XX, era praticada majoritariamente nas camadas mais pobres da população e de acordo com a pesquisadora, não foram encontrados registros de pessoas tatuadas pertencentes à elite de antes de 1970. Era comum que O tatuado ou tatuada, mesmo em tempos bem mais recentes, fossem tidos como marginais, considerados suspeitos ou pessoas potencialmente criminosas. Este estigma recaía com especial intensidade nas mulheres tatuadas que, em alguns casos, continuam a carregar este preconceito: “As mulheres que se tatuavam eram mal vistas e a prática estava totalmente relacionada uma sexualidade que não deveria se manifestar. A tatuagem feminina está registrada principalmente entre as prostitutas” (Jeha, 2023, p.15).

Em contraste com o pensamento conservador vigente, símbolos religiosos também compuseram temas clássicos da tatuagem nacional, fato este que já observado entre marinheiros católicos desde o século XVIII. Eram bastante comuns a ocorrência de corações, âncoras, cruzeiros e outros símbolos pertencentes à iconografia cristã. Também era comum a “tatuagem de proteção” tendo o signo de Salomão, uma estrela de cinco pontas, um dos símbolos mais populares, mas ainda assim os desenhos tatuados se mantinham, na maioria dos casos, ocultos sob as vestes (Jeha, 2023).

O grande boom da tatuagem se deu com a maior exposição de partes do corpo após o

período das revoluções culturais da década de 1960, começando a se mostrar em praias a partir dos anos 1970 e já presente em pessoas de classe média.

Um fato de grande importância para a popularização da tatuagem no Brasil foi a chegada do dinamarquês Knud Harald Lykke Gregersen (1928-1983) em Santos, litoral de São Paulo. Conhecido como Tatoon Lucky ou Mr. Tatoon, é considerado o primeiro tatuador profissional do Brasil, tendo desembarcado em 20 de julho de 1959. Lucky, é considerado um divisor de águas entre a tatuagem marginal e a explosão da prática entre todas as camadas sociais da população. Marques (1997, p.176) assim resume sua popularidade: “Aos olhos das autoridades, desenhista e pintor, aos olhos do povo de Santos, Mr. Tatoon ou, como ficou conhecido no Brasil e no mundo, Tatoon Lucky” (Figura 1).

**Figura 1: Knud Harald Lykke Gregersen – “Tatoon Lucky” nos anos 1970.**



Fonte: <https://www.wakabara.com/blog/quem-tatuou-o-drago-do-menino-do-rio>. Acesso em 20-10-2025

Também devemos essa popularização durante dos anos 1970, 1980 e 1990 a grupos pertencentes à chamada contracultura, compostos por roqueiros, punks e hippies e outros grupos específicos como os surfistas cariocas (Marques, 1997).

No final da década de 1970, a tatuagem ganha visibilidade graças à sua divulgação nas mídias: músicas como “*Menino do Rio*”, de Caetano Veloso lançada em 1979, descreve o surfista José Arthur Machado (1957-1989) conhecido como “Petit” e seu dragão tatuado no braço, marca bastante popular entre esse grupo na época (Figura 2). Também apareceu no cinema nos personagens do filme homônimo “*Menino do Rio*” (1982) do diretor Antônio Calmon e a *Revista Pop* da Editora Abril, vitrine da chamada juventude Dourada (Eckart; Leitão, 2004).

**Figura 2: José Arthur Machado – Surfista “Petit” – anos 1970**



Fonte: [https://www.instagram.com/p/DHY2\\_NQOafU/](https://www.instagram.com/p/DHY2_NQOafU/) . Acesso em 20 out. 2025.

Em 1980 surge a primeira loja de tatuagem moderna do Rio de Janeiro da proprietária, Ana Velho, primeira tatuadora profissional do país. A loja grande com conforto e ar condicionado atraiu não apenas o público jovem, mas pessoas de todos os tipos e idades.

Embora o número de tatuadores brasileiros tenha aumentado bastante durante a década de 1980 e a tatuagem tenha tido a adesão de grupos sediados distantes do litoral, como os punks paulistas, o reconhecimento da profissão de tatuador só iria acontecer nos anos 1990 quando os estúdios de tatuagem se tornaram presentes em quase todas as cidades brasileiras. (Eckart; Leitão, 2004).

Ao longo das últimas décadas, a prática da tatuagem passou por um grau de sofisticação sem precedentes. Isto a elevou a uma categoria de arte portadora de mensagens visuais muito diferentes daquelas que prevaleceram durante boa parte do século XX e que a relegou, no passado, a uma posição de marginalidade na sociedade.

### **3. Mensagem visual**

Qualquer mensagem, e aqui se inclui a mensagem visual, deve ser, de acordo com a pesquisadora Martine Joly (2012) citando o linguista russo Roman Jakobson (1896-1982), constituída de seis fatores fundamentais que compõe o ato comunicacional. Sendo eles: emissor, contexto, mensagem, contato, código e destinatário.

Sendo assim, a mensagem exige, um contexto ou referente ao qual este se remete, exige também um código que seja, pelo menos em parte, de comum entendimento ao emissor e ao destinatário. É necessário ainda um contato, um canal físico entre os protagonistas que permita estabelecer uma comunicação (Jakobson *apud* Joly, 2012).

A prática da tatuagem tem, enquanto percurso criativo e imaginativo, a capacidade de transformar ideias em mensagens visuais.

Considerar a imagem como uma mensagem visual composta de diversos tipos de signos equivale, como já dissemos, a considerá-la como uma linguagem e, portanto, como uma ferramenta de expressão e de comunicação. Seja ela expressiva ou comunicativa, é possível admitir que uma imagem sempre constitui uma mensagem para o outro, mesmo quando esse outro somos nós mesmos. Por isso, uma das precauções necessárias



para compreender da melhor forma possível uma mensagem visual é buscar para quem ela foi produzida (Joly, 2012, p.55).

A partir das considerações de Joly, podemos inferir que a informação visual contida em uma tatuagem utiliza como suporte o corpo da pessoa tatuada, mas por se tratar de um código de significados abertos, está passível de ser diferentemente recebido por diversos tipos de públicos.

A autora complexifica um pouco mais o percurso da mensagem visual quando nos lembra de que “identificar o destinatário da mensagem visual não basta para compreender para que ela serve. A função da mensagem visual é também efetivamente, determinante para a compreensão de seu conteúdo” (Joly, 2012, p.55).

Podemos trazer, para melhor entendimento sobre este percurso, o elemento “contexto” em união ao código imagético utilizado nessa comunicação não verbal.

Pensemos então em dois percursos diferentes que tatuagem enquanto linguagem visual poderá desenvolver com objetivo de ser recebida com o entendimento desejado por seu destinatário.

A primeira hipótese de raciocínio é o contato entre pessoa que possui o desejo de contratar os serviços de um/a Tatuador/a. Neste exemplo hipotético, a cliente vai tatuar a imagem de um ícone da cultura pop que ela tenha afinidade e que faça sentido para outras pessoas de sua geração. Suas intenções poderiam ser várias e aqui pensemos em uma possível perpetuação do presente e das lembranças positivas que esse ícone pop trouxe naquele momento de sua vida.

Até agora, construímos um quadro imaginário composto por diversos elementos que potencialmente poderão constituir um código facilmente interpretado pelo/a profissional tatuador/a.

Neste primeiro momento a comunicação parecerá bastante fluida já que as duas pessoas envolvidas têm ciência dos códigos iniciais envolvidos: cultura pop, momento histórico e domínio da técnica para transformar conceitos em imagens. A isto podemos acrescentar diversos outros elementos, que reforçarão a mensagem visual como estilo artístico, qualidade do traço, cores utilizadas e a finalização de uma obra que seja recebida com encantamento por seu destinatário imediato que é a pessoa que contratou a tatuagem.

Todavia, é a partir daí que a ilustração tatuada começa um novo percurso. Inicialmente ela deveria satisfazer os desejos de quem a tem, no entanto, para que ela possa existir efetivamente, ela deve ser mostrada. É aí que ela passa a ser mensagem para o outro como constata Gilberto Velho (1987) em artigo de Leitão e Eckert (2000).

Quando Gilberto Velho fala do projeto individual ocupando um lugar histórico e cultural, diz que esse projeto não é totalmente interno ao sujeito porque é preciso que seja transmitido e, portanto, de alguma forma compartilhado (Velho, 1987). Ele é compreendido por aqueles que compartilham o mesmo estilo de vida, mas também pelo resto da sociedade (Leitão; Eckert, 2000, p.14).

Certamente a mensagem será bem compreendida para os que compartilham o mesmo estilo de vida da pessoa tatuada, sem maiores problemas. Porém, aqueles que não o compartilham podem nem ao menos conseguirem identificar quem é o personagem ali representado. Para essas pessoas, que não fazem parte do público a que se destina a mensagem visual, a tatuagem se esvazia de significado. O ruído aí gerado, deixa apenas

leituras superficiais e objetivas levando a percepção da tatuagem como meras marcas de tinta sobre a pele e sem nenhum valor estético.

O filósofo Jean-Paul Sartre (1905-1980) descreve um raciocínio semelhante quando propõe duas diferentes formas de consciência, mas sendo apenas uma, satisfatória para a apreciação de uma obra de arte (Sartre, 2019<sup>3</sup>). Nesse exemplo, um observador diante de um quadro, representando o rei Carlos VIII da França, poderá fazer uma leitura objetiva da obra de arte, usando sua consciência realizante, e considerando-a apenas como um simples objeto inanimado, enquanto outro observador, utilizando a consciência imaginante, interpretará significados além da materialidade do quadro:

Compreendemos que aquele Carlos VIII era um objeto. Mas não é, claro, o mesmo objeto que o quadro, a tela, as camadas reais de tinta. Enquanto considerarmos a tela e o quadro em si mesmos, o objeto estético “Carlos VIII” não aparecerá. Não é que ele seja escondido pelo quadro, é que ele não pode se dar a uma consciência realizante. Ele aparecerá no momento em que a consciência, operando uma conversão radical que supõe a nadificação do mundo, constituir a si mesma como imaginante. [...] E como esse Carlos VIII, que é um irreal enquanto apreendido na tela é justamente o objeto de nossas apreciações estéticas (é dele que diremos que é “emocionante”, pintado com inteligência, com força com graça, etc), somos levados a reconhecer que num quadro, o objeto estético é um irreal. (Sartre, 2019, p.290).

Aqui Sartre categoriza como “irreal” o movimento da consciência imaginante, capaz de produzir imagens mentais, e conseqüentemente estabelecer uma linha de comunicação entre obra e observador.

Grande parte das preconcepções a respeito da tatuagem, se dá devido à falta de um certo esforço mental de alguns observadores em tentar minimamente se afastarem da leitura que Sartre chamou de “objetificante” e, mesmo que não consigam decodificar a imagem, o cantor pop, ou sua relação com seu público, possam observá-la como uma experiência estética: uma imagem portadora de um esforço de criação, produção e de beleza que está agora exposta no mundo para ser apreciada.

No entanto, devemos também admitir que uma obra visual é, como já dito anteriormente, portadora de códigos de interpretação aberta e seus significados irão necessariamente variar de acordo com fatores que fogem ao nosso controle como construções culturais, vivências, e memórias pessoais. “Assim, as marcas do corpo não identificam apenas individualidades, mas todo o processo histórico que constrói essas identidades” (Coito, 2012, p.73).

Tais relações de identificação com as mensagens visuais contidas na tatuagem e que vão além de sua materialidade, serão vistas adiante quando serão trazidas à discussão, conexões entre o produto tatuagem e o processo relacionado ao design emocional, estimulando gatilhos e identificações afetivas entre o usuário e o produto.

### **3.1. O design emocional na ilustração da tatuagem**

Durante muito tempo separou-se com limites bastante rígidos o entendimento acerca do que podemos chamar de arte, ilustração e design.

<sup>3</sup> A obra “o imaginário” foi originalmente escrita em 1936 e relançada pela editora Vozes em 2019.

Dentre as inúmeras possibilidades de definição, a arte poderia ser lida como fruto de um trabalho com fim em si mesmo. As Belas Artes poderiam assim, ser entendidas como algo destinado à contemplação e ao prazer estético, enquanto seus vizinhos, ilustração e design, se dedicariam, às chamadas artes aplicadas tendo como objetivo a comercialização. Por outro lado, o design, especificamente aqui representado pelo design gráfico, trataria de unir diferentes linguagens artísticas e comerciais em um novo produto visual com funções bastante definidas na área editorial, indústria gráfica, identidades visuais, dentre outras.

Neste caso, o passar do tempo trabalhou a favor para que as fronteiras de diversas artes e ofícios se tornassem cada vez mais fluidas resultando hoje em um livre jogo de confluências entre as diversas linguagens que, em outros tempos, eram mantidas sob um véu de exclusividade e consequente exclusão de um meio sobre o outro.

Acerca da aproximação cada vez maior entre Arte e design, os professores e pesquisadores Ribeiro e Belchior (2014) descrevem que:

Muitas vezes nos deparamos com objetos que não sabemos conceituar. Em qual campo determinada peça está – na arte ou no design? A arte ao longo dos tempos e mais incisivamente, a partir do século XX, começa a contestar os seus campos de atuação. O mesmo ocorre com o design. Os dois campos se misturam e se confundem, sendo, por vezes, impossível estabelecer uma separação clara (Belchior; Ribeiro, 2014, p.11).

No caso da tatuagem, torna-se especialmente complexa a interpretação dessa prática que exige um profissional detentor de habilidades técnicas bastante específicas, tanto no que diz respeito à criação da ilustração quanto ao ato de transferir o desenho para a pele e que traz consigo um incontável número de referências e conhecimentos vindos da arte, da cultura pop, entre outros tantos adquiridos ao longo de seus anos de experiência profissional.

Ainda sobre a confluência entre ilustração e design, é lembrada aqui, a citação que o designer Chico Homem de Melo em seu livro *“O design brasileiro: anos 60”* (2008), faz ao ilustrador da *“Revista Senhor”*, Carlos Scliar (1920-2001) que, durante a década de 1960, desenvolveu ilustrações que complementavam e dialogavam com o texto. Por seu brilhantismo nas páginas da revista, Chico Homem de Melo chamou o trabalho de Scliar de *“design pictorial”* (Melo, 2008).

Fazendo uma livre analogia a esse trabalho editorial, o tatuador também tem como um de seus objetivos produzir uma ilustração que traga beleza estética ao corpo da pessoa tatuada, mas também que harmonize com sua identidade e com a maneira com que esta pessoa se coloca no mundo. Uma das formas como a tatuagem encontra o *design pictorial*, e também o design emocional, é pela maneira como traduz na forma de imagem ilustrada na pele, as emoções de seus clientes.

A tatuagem passa então a adquirir um valor que ultrapassa a proposta dialética marxiana entre o valor de troca, e valor de uso (Duarte, 2010).<sup>4</sup> Esta mesma tatuagem que tem sua concepção após um processo quase ritualístico que se inicia na decisão de possuí-la, transformando-se em expectativa no ato de se encaminhar ao estúdio do/da artista designer e

<sup>4</sup> Rodrigo Duarte, professor de filosofia da UFMG, explica as relações entre valor de troca e valor de uso em Karl Marx Ou seja, as relações entre o investimento em trabalho para produzir certo produto ou serviço e o valor que o empregador vende este mesmo produto, gerando lucro de muitas vezes o valor despendido em horas/trabalho. “Marx se propõe também a analisar o que chama de ‘caráter de fetiche’. Segundo ele esse caráter de fetiche da mercadoria se origina no fato de sua natureza de coisa esconder relações sociais de exploração de trabalho, pelo capital, que de fato a produz” (Duarte, 2010, p.61).



passa pelo tempo de nascimento da imagem gráfica marcada na pele por alguns ml. De pigmento e uma pequena sensação de dor, passaria então a adquirir um outro índice valorativo. O desenho tatuado torna-se, a partir daí, algo cuja existência está de certa forma condicionada à exposição do corpo (outrora alvo de interdição e controle), bem como dos significados contidos em cada tatuagem e conseqüentemente no íntimo do indivíduo que a carrega.

Donald A. Norman (2010) constata que mais do que nunca, produtos são gerados para celebrar seu valor afetivo. Ele divide o design emocional em três níveis de manifestação: visceral, comportamental e reflexivo. O trecho a seguir transcrito de sua obra *“Design Emocional: porque amamos (ou detestamos) os objetos do dia a dia”* (2010), exemplifica como o valor de uma tatuagem pode se situar mais no campo do intangível do que como bem material:

Agora vamos examinar alguns exemplos desses três níveis em ação: andar numa montanha-russa; cortar e picar comida com uma faca bem afiada numa sólida tábua de madeira; e contemplar uma obra de arte ou de literatura importante. Essas três atividades nos causam impacto de maneiras diferentes. A primeira é a mais primitiva, a reação visceral às descidas e às subidas em velocidade excessiva. A segunda, o prazer de usar boas ferramentas eficientemente, refere-se aos sentimentos que acompanham a realização de tarefas especializadas, e originam-se do nível comportamental. Esse é o prazer que qualquer especialista sente quando faz bem alguma coisa [...]. Esse prazer comportamental, por sua vez, é diferente do proporcionado por uma obra de literatura ou de arte de peso, cujo prazer se origina do nível reflexivo e exige estudo e interpretação (Norman, 2010, p.43,44).

Em seguida Norman dá continuidade à sua análise revelando-nos uma instigante conclusão.

O mais interessante de tudo é quando um nível está em disputa com um outro como acontece na montanha-russa. Se a montanha-russa é tão assustadora, porque é tão popular? Existem no mínimo dois motivos. Primeiro, algumas pessoas adoram sentir medo: Elas apreciam a grande excitação e descarga aumentada de adrenalina que acompanham o perigo. O segundo motivo vem dos sentimentos que se seguem a andar de montanha-russa: o orgulho de dominar o medo e de poder se gabar a respeito disso com outras pessoas. Em ambos os casos a angústia visceral compete com o prazer reflexivo, nem sempre de maneira bem-sucedida, pois muitas pessoas se recusam a fazer uma volta dessas ou, tendo feito uma vez, se recusam a fazê-lo de novo. Mas isso aumenta o prazer daqueles que vão andar de montanha-russa: sua autoimagem é reforçada porque eles usaram fazer uma ação que os outros rejeitam (Norman, 2010, p. 44,45).

Somos aqui inevitavelmente levados a criar correlações entre os níveis de design emocional e os prazeres vivenciados tanto para quem realiza, quanto para quem recebe em sua pele uma tatuagem. De um lado, o ato de criar, mostrar habilidades como ilustrador, transportar o desenho com bons equipamentos e por fim sentir o orgulho de um trabalho bem realizado. De outro lado, o desejo crescente de se desafiar, confiar no/na artista tatuador/tatuadora, suportar a dor e finalmente a sensação de prazer e de superação ao final do trajeto nessa “montanha-russa gráfica”.

Em resumo, Norman (2010) nos aponta que os três níveis de design emocional podem

ser mapeados segundo características de produto da seguinte maneira: design visceral, ligado à aparência; design comportamental, ligado ao prazer e efetividade do uso e design reflexivo, relacionado à autoimagem, satisfação pessoal e lembranças.

Sendo ela detentora do design *pictorial* ou design emocional, a tatuagem finalizada é agora objeto de afeto daquele ou daquela que a possui.

Tal resposta emocional do usuário é ainda citada por Belchior e Ribeiro que atentam o para o valor intrínseco de objetos de memória:

A memória revelada pelos artefatos somente tem sentido para quem vivenciou a experiência. Curiosamente, o artefato em si não carrega as recordações do fato, mas sua presença física suscita lembranças que lhe foram associadas. O valor do objeto, portanto, é intrínseco e não necessariamente passa por uma valoração financeira (Belchior; Ribeiro, 2014, p.78).

Visto por um outro ponto de vista, ou seja, pelo olhar de quem observa, a tatuagem pode não representar exatamente aquilo que significa para a pessoa que a tatuou, como já foi mencionado anteriormente, mas certamente cada tatuagem está carregada de informações que atingirão a alguns observadores e trarão igualmente alguma reação emocional. Em princípio serão levados em conta a qualidade estética, o juízo de gosto ligado à percepção dos sentidos achando-a feia ou bonita (reação visceral), depois se atrelando ao julgamento sobre a qualidade técnica do desenho executado (reação comportamental) e em seguida, mas quase simultaneamente, se dá a reflexão sobre quais seriam os significados, lembranças e afetos acessados pela pessoa que a possui (reação reflexiva).

Isso se refere ao que Norman (2010) chama de consciência de *Self*: a maneira particular de como o sujeito se mostra e como ele quer ser visto: “Quer você admita ou não, aprove ou desaprove, os produtos que você compra e seu estilo de vida ao mesmo tempo determinam sua autoimagem, bem como as imagens que os outros têm de você” (Norman, 2010, p. 75).

As tatuagens, uma vez concluído o processo, se tornam artefatos de memória: uma pequena coleção capaz de construir uma história e atribuir significado à própria existência da pessoa tatuada.

#### 4. Impressões pessoais

Nesta seção, decidi-se por ouvir relatos sobre o fazer da tatuagem e seu processo de criação.

Utilizando-se do recurso metodológico da história oral, pudemos ter o relato de uma fonte primária, neste caso a tatuadora e designer, que compartilhou suas próprias vivências referentes à sua experiência na tatuagem profissional e também como pessoa Tatuada.

Para validar o procedimento da história oral, encontrou-se amparo na pesquisa de José Carlos S. B. Meihy e Leandro Seawright (2024). Segundo os autores, a história oral oferece dados obtidos diretamente dos sujeitos pesquisados, tornando-se uma importante ferramenta para complementar fontes escritas. Ainda de acordo com os autores, a história oral desempenha um papel fundamental na valorização da memória individual como fonte legítima de conhecimento histórico e destacam que a história oral permite captar nuances da experiência humana, como emoções, percepções e interpretações pessoais dos eventos históricos. Diferente das abordagens tradicionais, que priorizam documentos escritos e

registros oficiais, a história oral reconhece a experiência subjetiva dos indivíduos como parte essencial da construção da narrativa histórica (Meihy; Seawright, 2024).

A entrevista com a designer gráfica graduada pelo Centro Universitário UNI-BH, Paula Stefany M. Honório<sup>5</sup> feita em janeiro de 2025, cujos trechos foram transcritos abaixo, se dividiu em duas partes em uma conversa informal: na primeira parte foram ouvidos relatos enquanto pessoa tatuada para que se pudesse identificar quais os sentimentos envolvidos na decisão de ter determinada tatuagem e na segunda parte já como tatuadora profissional, foram abordadas suas memórias de experiências vividas e seu processo de criação.

Na intenção de encontrar significados e motivações para se tatuar, a primeira pergunta foi: qual foi sua primeira tatuagem e quando ela foi feita?

Foi um vidro de perfume em formato de coração. Se não me engano foi em 2016 ou 2017. Essa primeira tatuagem...eu fiz com um amigo que estava estudando tatuagem que perguntou se eu queria ser “tela”<sup>6</sup> e eu fui pra apoiar ele. Aí eu gostei do desenho. Ele me mandou vários desenhos e esse foi o que eu mais gostei.

Em seguida tentou-se acessar os significados e elementos motivadores que levaram a essa primeira tatuagem.

Paula explica que a escolha do vidro de perfume dentre vários desenhos apresentados se deu porque esse desenho remeteu a lembranças de infância e da sua avó: “Eu sempre achei legal vidro de perfume retrô e me lembrava também a minha avó que quando eu era criança eu gostava de ver os vidros de perfume dela”.

Embora essa primeira tatuagem do vidro de perfume remeta a um vínculo emocional por suas boas lembranças de infância, ela conclui dizendo que: “A tatuagem não ficou exatamente do jeito que eu imaginei que ia ficar porque ele (o amigo tatuador) estava estudando ainda. E conclui: “Eu pretendo cobrir ela em breve”.

Foi também perguntado: dentre as tatuagens que possui, quais tem maior valor simbólico e afetivo?

Tenho a da testa, a lua, que tem a referência da *Saylor Moon*<sup>7</sup>, quando eu era criança eu ficava desenhando lua na testa com maquiagem e também por causa da deusa Hécate<sup>8</sup>. E... a outra tatuagem que eu gosto muito é o espelho negro refletindo uma vela [tatuado na perna direita] e essa [na mão direita] que é a chave de Hécate. Mas não ficou muito do jeito que eu queria também porque foi um amigo meu que estava estudando, mas eu vou retocar ela.

Embora haja memórias positivas sobre a tatuagem da lua na testa, ela optou por fazer procedimento de retirada desta tatuagem à laser já que no momento atual optou pelo desapego a ela. “A da testa eu gosto muito, mas estou tirando pra... me desconstruir. Talvez

<sup>5</sup> Entrevista concedida em 30 de janeiro de 2025 na cidade de Belo Horizonte.

<sup>6</sup> No jargão da tatuagem, ser “tela” significa ceder parte do corpo para ser tatuado por um artista.

<sup>7</sup> *Saylor Moon* é uma série de mangá escrita e ilustrada por Naoko Takeuchi entre 1991 e 1997. A série apresenta garotas que se transformam e ganham poderes mágicos para combater o mal. Sua frase clássica é: “Sou uma guerreira, que luta pelo amor e pela justiça, sou *Saylor Moon*! E vou punir você em nome da Lua!”

<sup>8</sup> Hécate é uma deusa da mitologia grega, filha dos titãs Perses e Astéria. Relaciona-se com a magia, a noite, a lua e os fantasmas. Hécate tem o poder de controlar os três reinos: o céu, a terra e o submundo.

no futuro eu faça de novo”.

As atuais que mais gosta, também guardam histórias inusitadas e divertidas:

A que eu acho que combina mais com meu estilo é esse blackout<sup>9</sup> que eu vou refazer [mostrando o braço esquerdo]. Eu gosto muito de blackout... e o espelho negro. Inclusive eu fiz ele pra cobrir duas tatuagens que eu fiz quando eu tava começando a tatuar. Eu comprei o kit de tatuagem e aí fiz o teste na minha perna. A primeira coisa que eu fiz foi um “X” e aí depois eu fiz só a silhueta do Edward Mãos de Tesoura, mas não ficou muito legal porque eu tava estudando e aí eu cobri com o espelho negro.

Sobre tatuar a si mesma, Paula (2025) prossegue em sua explicação:

E tem essa aqui que eu fiz quando eu estava no começo também que é uma menininha com chifrinhos... [perna direita] uma menininha fofa... (risos). E também, que eu fiz, foi esse coraçõzinho no dedo [mão esquerda] que também foi quando eu estava começando.

E sobre a motivação que a levou a se tatuar e vir a se tornar tatuadora: “Comecei a tatuar, não exatamente por rebeldia, mas foi porque eu gostava. Talvez pra algumas pessoas seja rebeldia”.

Perguntei também sobre as tatuagens que remetiam a lembranças ou alguma na qual as lembranças não são muito boas.

Lembranças boas ...talvez o vidro de perfume...aí é uma lembrança boa...lembrança ruim eu acho que não tem nenhuma... eu tinha... a logo da banda Fresno, que eu escutava muito quando eu era adolescente...e Fresno me remente a várias coisas tristes e felizes... superação também. Mas eu cobri ela... com uma rosa.

Sobre as duas tatuagens de ídolos pop, David Bowie (1947-2016) e Patti Smith que não foram mencionadas em nenhum momento, nem como preferidas nem como aquelas que trazem más recordações. Ao final comentei: “eu estava esperando você falar de David Bowie!”. Sua resposta foi: “Não..., Bowie é uma coisa boa. Eu amo ela, mas não é a preferida...tanto que eu pretendo cobrir também. A do Bowie e a da Patti Smith. Não sei se o David Bowie iria gostar de ver uma tatuagem dele”.

Sobre a profissão de tatuadora, foi perguntado a Paula quando foi a primeira tatuagem feita como tatuadora profissional. “A primeira tatuagem feita profissionalmente foi em 2018. A primeira foi uma libélula e um trecho da letra de uma música da banda Joy Division”.

Seu público mudou ao longo desses sete anos de profissão, no que diz respeito à idade, Classe social ou os temas tatuados?

Ainda tenho clientes antigos que gostam de tatuar filmes ou bandas mais alternativas, que é o que eu mais gosto de fazer... Desenhos mais diferentes. A partir de 2021 eu passei a ter clientes mais velhos, acima dos 30 anos, mas eu tenho muitos clientes jovens também. Tem clientes de 16 anos, mas aí a mãe ou pai tem que vir acompanhando.

Atualmente qual é a faixa etária de quem procura mais os seus serviços de tatuagem? “É difícil responder..., mas na idade acima dos trinta anos”.

Sobre a criação de desenhos para as tatuagens, quando as pessoas procuram o estúdio

---

<sup>9</sup> A blackout é um estilo de tatuagem preta sólida que cobre uma boa parte de pele.

de tatuagem, elas preferem desenhos já prontos ou você cria os desenhos?

“Gosto de criar, mas tem pessoas que trazem o desenho. Em alguns desenhos muito básicos eu tento colocar uma sombra, fazer mais ao meu estilo, mas em outros como o Mickey, não tem como interferir”.

Tem algum trabalho em que a pessoa não tem o desenho e começa a te falar o que quer, o que quer transmitir e você que tem de sugerir o desenho?

“Tem... em vários momentos, é o que eu mais gosto de fazer. Às vezes a pessoa só fala ‘quero fazer uma sereia’, por exemplo, aí eu crio a sereia do meu jeito”.

“Um exemplo de uma tatuagem autoral foi uma sereia Capricorniana. Ela [a cliente] queria que tivesse o cabelo cacheado, só esses detalhes. Aí eu fiz no meu estilo. Mandeí pra ela as fotos dos rascunhos”.

E complementa que esse processo inicial é como um *briefing*<sup>10</sup> tal como utilizado em outras atividades que envolvem a criatividade.

Às vezes a pessoa chega sabendo o que quer, mas às vezes ela tá na dúvida e aí eu faço umas perguntas. Tipo... você gosta de flores, de... sei lá... de animais... o que você gosta de fazer, qual sua cor favorita. Aí eu tento ler a pessoa e criar alguma coisa que combine. Geralmente as pessoas, de primeira elas acham legal... ou às vezes ela fala... ah... eu queria que tivesse mais isso...ou que tirasse isso... enfim.

Quando você está criando o desenho de uma tatuagem pra alguém, como você descobre se alguma tatuagem tem esse vínculo emocional com a pessoa?

“Pra cada pessoa é diferente, mas tem coisas que são conceitos mais universais. Como a lua representando o feminino ou o sol o masculino”.

E, nesses casos, você acessa seus próprios conceitos de significados para sugerir alguma tatuagem? “Primeiro eu crio coisas que representem pra mim, por exemplo o feminino, e aí eu defendo a ideia explicando que tal coisa representa isso”.

Perguntada sobre o tempo que leva o processo de criação, Paula (2025) conta que pode demorar alguns dias ou, às vezes, até meses: “Tem coisas que em uns dois dias está terminado enquanto outras podem demorar meses. Depende do desenho do trabalho. Tem trabalhos que... eu gosto de ter mais tempo pra criar”.

Falando sobre os exemplos de trabalhos que mais gostou de fazer, houve certa dificuldade para escolher dentre tantos, mas lembrou de alguns:

Vários... não tem como falar. Talvez...uma tatuagem que eu fiz do homem invisível que foi quando eu estava começando a tatuar e estudar sombras e aí eu descobri realmente o estilo que eu mais gostava de fazer que é sombra fazendo Black work<sup>11</sup>... tipo... quase um realismo, mas não é realismo... e aí foi um desafio fazer o Homem invisível (Figura 3). Foi divertido. Tem também... os três ratos cegos<sup>12</sup> [Figura 4]... são várias... a menina do

<sup>10</sup> O *briefing* é a reunião entre cliente e profissional de criação que determina as demandas e ideias que o cliente tem para a realização de determinado projeto.

<sup>11</sup> Blackwork é um estilo de tatuagem que usa apenas tinta preta para criar desenhos.

<sup>12</sup> Os três ratos cegos são personagens originários de uma canção infantil inglesa e inspiraram a escritora Agatha Christie (1890-1976) a escrever o conto policial de mesmo nome.



exorcista<sup>13</sup>...Tem várias tatuagens que eu gostei que tem significado pra mim. A menina do exorcista eu também achei legal.

**Figura 3: Tatuagem “O homem invisível” – 2018.**



Fonte: acervo da designer Paula S. M. Honório – disponível em:  
[https://www.instagram.com/p/BvfqXa1gSZi/?img\\_index=1](https://www.instagram.com/p/BvfqXa1gSZi/?img_index=1). Acesso em 20 mai. 2025

A tatuagem, ao contrário de uma ilustração convencional, não fica com a autora para que ela possa apreciar sua obra. Ela vai embora com a pessoa tatuada e o que fica, além de alguns registros fotográficos, são lembranças daquelas experiências e criações diárias.

---

<sup>13</sup> A menina do filme “O Exorcista” (1973) é a personagem Regan MacNeil, interpretada pela atriz norte-americana Linda Blair.

Figura 4: Os três ratos cegos - 2024



Fonte: Acervo da designer Paula S.M. Honório. Disponível em: <https://www.instagram.com/p/C3ai6BxOdhQ/>. Acesso em 20 out. 2025

Este pequeno resgate de memórias, confirma a história oral como uma forma de reconstrução ativa de vivências que, de outra forma, poderiam ser esquecidas e cujas histórias, com frequência, não encontram espaço nas referências bibliográficas formais.

## 5. A Ilustração da Tatuagem e o Design Emocional

Embora a entrevistada tenha tratado do tema de forma informal, sua formação e experiência como designer gráfica contribuem para a prática de seu trabalho como ilustradora e tatuadora. Implicitamente diversos passos metodológicos do design e em especial do design emocional se fazem presentes.

No contexto da tatuagem, o nível visceral está presente na resposta imediata à estética do desenho: as cores, as formas, o estilo e o impacto visual da arte sobre a pele. O comportamental emerge da experiência tátil e sensorial do processo de tatuar: a interação entre tatuador e cliente, a expectativa e o cuidado. Por fim, o reflexivo se revela no significado simbólico que a tatuagem adquire ao longo do tempo, representando memórias, valores, afetos e transformações identitárias (Figura 5).

Figura 5: Gabi e suas tatuagens – 2024



Fonte: acervo pessoal do autor (Rogério de Souza).

O tatuador, portanto, adota uma postura projetual semelhante à de um designer centrado no usuário. Ele escuta, interpreta e traduz as emoções, intenções e narrativas de quem procura seu trabalho. Esse processo envolve etapas típicas da metodologia de design, tais como: pesquisa, conceituação, prototipagem e refinamento, adaptadas ao contexto da pele humana como suporte e do corpo como território simbólico. O esboço inicial (o *sketch*) funciona como protótipo visual, que será avaliado, ajustado e validado em diálogo com o cliente antes da execução final.

Ao unir sensibilidade estética e empatia emocional, o tatuador atua como um mediador entre o imaginário pessoal e a expressão visual ali perpetuada. O resultado é um projeto que não apenas satisfaz critérios formais de beleza e composição, mas também gera apego, orgulho e identificação. Objetivos estes, centrais do design emocional.

## 6. Considerações finais

Neste artigo foram apresentados de forma sucinta, informações que ajudam a contextualizar a prática da tatuagem no Brasil, e casos que relacionam a criação da tatuagem ao design emocional.

Observando brevemente o histórico da tatuagem no Brasil, percebe-se que a sua prática teve de percorrer um longo caminho para se afirmar como fenômeno cultural capaz de cativar um público cada vez maior, independente de classe social, raça ou gênero.

Em um salto de décadas, desde as primeiras tatuagens exibidas por marinheiros, veio a popularização e profissionalização da tatuagem e sua introdução no mercado como um produto capaz de conquistar os corações, tanto de quem as possui quanto de quem as produz.

É a partir deste ponto que voltamos a atenção para algumas das possíveis maneiras de

transmitir mensagens por meio de tatuagens. Neste momento, nos dedicamos ao cerne da questão, que é como o profissional que comercializa o produto tatuagem pode pautar-se no design emocional para criar seus projetos e agregar um valor que vai além do material.

A criação de valores e vínculos emocionais entre consumidor e produto já se faz presente em diversas áreas de atuação do design, mas aqui propusemos pensar como, agindo com sensibilidade, criatividade e perícia técnica consegue-se atingir gatilhos emocionais no/na cliente, criando um vínculo tão duradouro quanto a própria tatuagem.

O relato da experiência profissional e o resgate de memórias de quem tatua e de quem é tatuado trouxe a constatação da relação afetiva entre a tatuagem e todos os envolvidos nesse processo.

Percebe-se que o pensamento que rege o design emocional está presente na feitura da tatuagem, uma vez que ela passa a representar bem mais do que um produto com funcionalidades específicas. Elas se tornam um tipo de iconografia, como um símbolo que representa, de algum modo, um pequeno fragmento da história pessoal de cada um.

Sem a pretensão de esgotar o tema, este artigo objetivou também, trazer um pouco de luz para a conscientização da prática da tatuagem como um procedimento que já deixou para trás os estigmas, preconceitos e mal-entendidos. Sua ligação direta, no passado, com criminosos e pessoas com desvios de conduta se tatuando em locais quase clandestinos, dão lugar aos modernos estúdios e a uma clientela cada vez mais sofisticada. Sofisticação esta que chega também a técnicas de desenho que tornam a tatuagem, um trabalho que se aproxima das artes e do design gráfico em trabalhos cada vez mais complexos.

Por outro lado, pessoas tatuadas já não buscam esses profissionais apenas porque procuram um adorno corporal. A tatuagem deve representar seus sonhos, suas tensões, memórias e superações. O ato de possuí-la deve trazer prazer estético, bem-estar, liberdade, qualidade de vida e uma incontável lista de qualidades positivas que fazem da tatuagem um objeto de desejo e afeto. Um disparador de gatilhos emocionais capazes de fazer com que, tanto tatuador quanto tatuado, se tornem pessoas melhores.

## REFERÊNCIAS

COITO, RF. O corpo tatuado: a imagem de uma identidade em 3D. In TASSO, I., and NAVARRO, P., orgs. **Produção de identidades e processos de subjetivação em práticas discursivas**. Maringá: Eduem, 2012. pp. 57-77. Disponível em: <https://books.scielo.org/id/hzj5q>. Acesso em 28 jan. 2025.

DUARTE, Rodrigo. **Indústria Cultural**: uma introdução. Rio de Janeiro: Editora FGV, 2010.

ECKERT, C.; LEITÃO, D. K. À flor da pele: estudo antropológico sobre a prática da tatuagem em grupos urbanos. **ILUMINURAS**, Porto Alegre, v. 5, n. 10, 2004. DOI: 10.22456/1984-1191.9186. Disponível em: <https://seer.ufrgs.br/index.php/iluminuras/article/view/9186>. Acesso em: 28 jan. 2025.

JEHA, Silvana. **Uma história da tatuagem no Brasil**: do Século XIX à década de 1970. 2ª edição. São Paulo: Veneta, 2023.

JOLY, Martine. **Introdução à análise da imagem**. Campinas, SP: Papirus Editora, 2012.

MARQUES, Toni. **O Brasil tatuado e outros mundos**. Rio de Janeiro: Rocco, 1997.

MEIHY, José Carlos Sebe B.; SEAWRIGHT, Leandro. **Memórias e Narrativas**: história oral aplicada. São Paulo: Contexto, 2024.

MELO, Chico Homem de. **Design brasileiro**: anos 60. Rio de Janeiro: Cosac Naif, 2008.

NORMAN, Donald A. **Design emocional**: porque amamos (ou odiamos) os objetos do dia a dia. São Paulo: Rocco, 2010.

RIBEIRO, Rita A. C.; BELCHIOR, Camilo. **Design e Arte**: entre os limites e as interseções. Contagem, MG: Ed. Do autor, 2014.

SARTRE, Jean-Paul. **O imaginário**. Petrópolis, RJ: Editora Vozes, 2019.