

Portfólio Digital para o Urucum Exotic Shop¹

Catiane Cristina Boeira PEREIRA²

Mauricy Pace de Paula DIAS³

Hilário Jr. Dos SANTOS⁴

Universidade Comunitária da Região de Chapecó - UNOCHAPECÓ, Chapecó, SC

RESUMO

O presente trabalho tem como objetivo melhorar a comunicação do Urucum Exotic Shop, por meio da criação de um portfólio digital. O projeto foi pensado com o intuito de tornar os profissionais que trabalham no estúdio, e conseqüentemente seus trabalhos, reconhecidos regionalmente no segmento de *body art*. Optou-se utilizar uma ferramenta inovadora para divulgar o serviço oferecido pelo Urucum Exotic Shop.

PALAVRAS-CHAVE: Portfólio Digital; *body art*; tatuagem; piercing; fotografia.

1 INTRODUÇÃO

O projeto desenvolvido é um portfólio digital para o estúdio de tatuagens e piercings Urucum Exotic Shop, no qual, através de fotos e ilustrações, os sócios-proprietários da loja/estúdio, mostram sua linha de atuação e toda a gama de produtos que a loja disponibiliza em seu espaço.

Em princípio, o portfólio será digital, ficando aberto para que todos os consumidores deste tipo de serviço possam ter acesso ao material, com o intuito de que, desta forma, possam conhecer os profissionais que fazem parte do ateliê e seus respectivos trabalhos. Além disso, o material criado não será mantido apenas em plataforma digital, pois potencializamos a distribuição do portfólio ao também oferece-lo como presente para clientes especiais do Urucum Exotic Shop. Esta versão será impressa por demanda, tornando-se, assim, uma ferramenta de *buzz marketing*.

O maior problema constatado quando o assunto é tatuagem, é a falta de acervo e portfólio que os tatuadores possuem. O que eles possuem hoje são apenas trabalhos que eles

¹ Trabalho submetido ao XXI Prêmio Expocom 2014, na Categoria Produção Transdisciplinar, modalidade Comunicação e Inovação (avulso).

² Aluna líder do grupo e estudante egressa do Curso Publicidade e Propaganda, email: kticbp@unochapeco.edu.br.

³ Estudante egresso do Curso Publicidade e Propaganda, email: mauricy@unochapeco.edu.br.

⁴ Orientador do trabalho. Professor do Curso Publicidade e Propaganda, email: hjs@unochapeco.edu.br.

postam em suas páginas particulares, em sites de relacionamento. Visto isso, o portfólio foi desenvolvido, principalmente, com o objetivo de melhorar a comunicação do Urucum Exotic Shop com seus clientes e com os consumidores deste tipo de serviço.

A criação de um *portfólio* para um estúdio de tatuagens e piercings se fez interessante justamente pelo fato de ser uma espécie de arquivo para os trabalhos e estudos feitos, conseqüentemente, servindo como portfólio para os profissionais e ainda envolvendo a abordagem artística que rodeia este meio, tanto pela questão das tatuagens quanto pela fotografia. O trabalho foi pensando para ser utilizado como forma de arquivar os estudos e as fotografias de tatuagens já feitas, e para propagar o potencial e profissionalismo que os tatuadores e a *body piercer* do Urucum Exotic Shop possuem, tudo com base na teoria da Cauda Longa do norte-americano Chris Anderson, por meio da qual ele diz que tudo o que nós queremos ou necessitamos hoje está disponível graças à Cauda Longa. Sendo que a

Cauda Longa é nada mais do que a escolha infinita. Distribuição abundante e barata significa variedade farta, acessível e ilimitada – o que, por sua vez quer dizer que o público tende a distribuir-se de maneira tão dispersa quanto às escolhas. (ANDERSON, 2006, p.179).

A existência deste acervo, disponibilizado em plataforma digital, além de contribuir com a visibilidade do estúdio, contribuirá para romper a visão estigmatizada que ainda há sobre as tatuagens e piercings. Mesmo com a evolução do pensamento humano sobre este assunto, ainda existe certa rotulação negativa em relação a este tipo de arte e maior ainda em relação aos consumidores deste tipo de serviço. Portanto, o portfólio foi desenvolvido também com a intenção de apresentar o lado artístico que existe neste meio, evidenciando a paixão e o significado que uma tatuagem e um piercing possuem, tanto para o consumidor quanto para o profissional que oferece estes serviços.

O Urucum Exotic Shop busca justamente esta linha de atuação, destacando-se no mercado regional por instigar seu cliente a procurar um real significado para a arte que pretende eternizar na pele. Assim, reafirmam a tatuagem e o piercing como formas de expressar arte através de seu próprio corpo.

2 OBJETIVO

O principal objetivo em criar um portfólio digital para os artistas do Urucum Exotic Shop, foi unir de forma visualmente atrativa os trabalhos, estilos e referências dos artistas

que ali trabalham. Além disso, o portfólio também servirá como forma de divulgação do trabalho dos artistas.

Com a criação do portfólio, o Urucum Ateliê terá uma forma oficial e unificada de comunicação com o público, e poderá aumentar a sua visibilidade nos níveis municipal, regional e estadual, fazendo com que os artistas se tornem conhecidos e expandam sua área de atuação com o *body art*.

3 JUSTIFICATIVA

Percebe-se que o Urucum Exotic Shop, por contar com profissionais de renome no *body art*, precisa de uma forma de comunicação diferenciada da sua concorrência, por meio da qual sejam mostrados não apenas os trabalhos desenvolvidos por eles, mas também o estilo que cada artista carrega consigo em seus estudos.

A tatuagem, ano após ano, é vista e julgada de diferentes formas pela sociedade. Há alguns anos, pessoas que possuíam este tipo de arte no corpo eram rotuladas como marginais e criminosas pessoas incapazes de serem consideradas confiáveis.

Com o passar do tempo esta percepção foi sendo alterada e, atualmente, a prática da tatuagem é vista não apenas como arte, mas também com uma próspera forma de empreendedorismo. Roberto Ferraraccio, tatuador há 19 anos, dono de um estúdio em São Bernardo do Campo, no ABC Paulista, comenta em entrevista ao jornal Estadão (2012) que “o setor de tatuagem deixou de ser visto com preconceito e se transformou em um bom negócio”.

Enquanto o mercado de tatuagens cresce no país, os profissionais deste ramo vão se firmando como prósperos empreendedores. Pesquisas feitas pelo Sindicato das Empresas de Tatuagem e *Body Piercing* do Brasil (Setap-BR) indicam que este mercado cresce cerca de 20% ao ano no país. Acredita-se que um dos principais fatores que motivam tal crescimento seja a diminuição do preconceito em relação à arte de reproduzir desenhos, frases, palavras ou símbolos pelo corpo, além do fácil acesso a materiais de excelente qualidade profissional, direcionado a este nicho de mercado.

Percebe-se que o consumidor deste tipo de serviço também vem mudando a sua maneira de pensar sobre a tatuagem, e o que antes era feito apenas como um “acessório”, hoje passa a ser uma forma de autoexpressão. As pessoas passaram a marcar sua pele com significados e lembranças, transformando suas tatuagens em verdadeiras manifestações de

arte, assim como os consumidores de piercings, que passaram a utilizá-los como joias e forma de reafirmar sua personalidade.

O portfólio digital será utilizado como ferramenta de divulgação e apresentação do Ateliê Urucum, dos profissionais que fazem parte do ateliê de *body art* e de seus trabalhos. A principal estratégia que se busca com o desenvolvimento do portfólio digital é apresentar de forma criativa o potencial e o profissionalismo que os quatro tatuadores e a *body piercer* possuem. A intenção é destacar o ateliê não apenas pelos trabalhos desenvolvidos, mas também pela forma de disponibilizá-los a clientes e consumidores deste tipo de serviço.

4 MÉTODOS E TÉCNICAS UTILIZADOS

O ponto de partida para a criação do portfólio digital foi marcar uma reunião com os profissionais do Urucum Exotic Shop para apresentar-lhes o projeto, assim eles poderiam ou não aprovar a proposta, a conversa foi produtiva e longa onde os artistas fizeram praticamente um briefing, passando o que e como eles gostariam que fosse feito o portfólio.

Com o aceite da proposta pelos artistas do Urucum Exotic Shop, o planejamento das atividades começou a ser desenvolvido, levando em conta o trabalho que teríamos para desenvolver o portfólio e o tempo que teríamos para realizar este trabalho, que seria dividido em pré-produção, produção e pós-produção.

Planejamos toda a pré-produção das fotos, que é um dos itens mais importantes, pois, leva em conta o tempo que levaríamos para entrar em contato com os modelos indicados pelos artistas, quantas sessões de fotos seriam necessárias e de quantas fotos precisaríamos para a composição do portfólio, sem contar com o planejamento dos elementos necessários para a composição das fotos e as poses dos modelos.

Entrevistas

Nesta etapa foram realizadas entrevistas com cada um dos quatro tatuadores e com a *body piercer* do estúdio, para conhecermos um pouco mais sobre a vida profissional e pessoal de cada um.

Com as informações coletadas, começamos a produzir os textos de apresentação que estará presente no perfil de cada um no portfólio. Depois de produzidos, os textos foram apresentados ao pessoal do Urucum para verificar a possibilidade de alterações ou correções.

Pré-produção

Pelo fato do nosso projeto envolver a produção de fotografia, que o grupo decidiu produzir, se fez extremamente necessário percorrermos a etapa de pré-produção, para que futuramente pudéssemos controlar eventuais imprevistos.

Referências

A primeira atividade desenvolvida pelo grupo nesta etapa do projeto foi realizar pesquisas por referências, que seriam utilizadas tanto como embasamento para as fotografias, como para o layout do portfólio.

O processo de pesquisa foi muito construtivo, pois auxiliou a direção de arte que o grupo buscava para o projeto. A maior parte desta etapa foi feita *on line*, no qual buscamos referências no: *Behance* (<http://www.behance.net/>), *Flickr* (<http://www.flickr.com/>), *Tumblr* (<https://www.tumblr.com/>), *IdeaFixa* (<http://www.ideafixa.com/>), fotografias de John Lou Miles (<http://www.zupi.com.br/john-lou-miles-e-as-suas-fotografias-de-tatuagens/>), *Hypeness* (<http://www.hypeness.com.br/>), no site da revista *Inked* (<http://www.inkedmag.com/>), *Zupi* (<http://www.zupi.com.br/>) e em algumas páginas relacionadas à tattoo, piercing e *body art* do Facebook (<https://www.facebook.com/>). No ambiente *off line* as referências foram: Revista Trip, Revista TPM, Revista IdeaFixa, Revista Zupi e os livros *Watchmen* e *Batman Dark Knight Trilogy*.

Layout do portfólio

Depois de pesquisadas as referências e com muitas ideias em mente passamos para a fase de construção do layout do portfólio. Sob sugestão do professor orientador antes de criarmos o layout em um software iniciamos de forma manual. Elaboramos um “boneco”, que de forma simples e prática possibilitou uma fácil visualização de como o grupo pensava a organização das informações, textos, de como o portfólio seria dividido, quais seriam suas medidas, quantas páginas teria e o conteúdo que iria ser colocado em cada página.

Locação para as fotos

A proposta inicial do grupo era realizar as fotos em locações externas, como seriam fotos de tatuagens e piercings, materialização de uma cultura alternativa, nossa primeira ideia criativa foi fazer as fotos em lugares que transmitissem um estilo underground. Entretanto devido a limitações de tempo e disponibilidade dos equipamentos que seriam utilizados para a produção das fotografias, optamos por realizar todos os ensaios em estúdio, utilizando a iluminação e os elementos de cena para trazer a atmosfera desejada para as produções.

Equipamentos

Após a definição do local onde as fotos seriam produzidas, os equipamentos começaram a ser definidos para as produções, foi feito um levantamento de tudo o que seria necessário em termos de iluminação, objetivas e câmera.

A câmera escolhida foi a Canon EOS 5D Mark II, devido a sua alta qualidade de resolução fotográfica, trabalho com luz e sombra e principalmente pela sua capacidade de definição de cores, como grande parte dos modelos possuem tatuagens coloridas, a Canon 5D se tornou a melhor escolha para a produção das fotografias.

Foram feitos testes com quatro objetivas, porém, por trabalharmos com um ambiente mais escuros, duas delas foram descartadas, sendo trabalhado apenas com a lente Kit da própria Canon EOS 5D Mark II e com uma objetiva Nikon Macro 70mm - 300mm.

Contato com os clientes do Urucum (modelos)

Para que as fotografias utilizadas no portfólio agradassem o cliente, solicitamos que cada um dos profissionais nos repassasse no mínimo, o nome de três clientes que tivessem tatuagens ou piercings, para que pudéssemos entrar em contato e convidá-los para serem fotografados.

O interessante desta etapa foi constatar a amizade e o reconhecimento que os artistas possuem com os seus clientes. Todos os clientes contatados que tinham disponibilidade para participar das sessões, prontificaram-se instantaneamente a colaborar com o projeto.

Direção de cena das fotografias

Após ter sido realizado o contato com os clientes e possuímos a informação sobre suas respectivas tatuagens e piercings, começamos a pensar quais seriam as melhores formas de fotografá-los. Começamos efetivamente a pensar poses e elementos que poderiam adequar-se as localizações e ao tipo de tatuagem que cada um possui.

Produção

O desenvolvimento da produção das fotografias foi tranquilo, justamente por termos programado tudo com antecedência, desde o tipo de iluminação aos elementos e objetos que iriam compor a cena, o único problema encontrado, foi encontrar poses para os modelos homens, uma vez que não encontramos muitas referências para isso e por também não trabalharmos com modelos profissionais, ou seja, que não tem muita desenvoltura para as poses. Com a produção das fotos ficamos empolgados, pois, os resultados estavam superando as nossas expectativas, tanto em qualidade de luz e composição de cenas, quanto em resultado das fotos em si.

Escolha das fotos

A escolha das fotos foi um dos momentos mais difíceis, pois, tiveram que ser escolhidas cerca de 60 fotografias em um universo de mais de mil fotos, portanto, duas triagens foram feitas, para se chegar à seleção final que compõe o portfólio.

Tratamento das fotografias

As fotos que fazem parte do portfólio não receberam um grande tratamento, apenas algumas receberam um retoque nas suas cores e no fundo da imagem, tudo isso para ressaltar os trabalhos realizados pelos artistas do Urucum Exotic Shop.

5 DESCRIÇÃO DO PRODUTO OU PROCESSO

Atualmente, o formato de comunicação mais acessível e muito utilizado é a plataforma digital. Seja por meio de redes sociais ou por sites próprios, a comunicação online permite atingir muitas pessoas e, até mesmo, segmentar o público-alvo de uma marca ou ação com um pequeno custo. Desta forma, se mostra uma das melhores alternativas comunicacionais para pequenas e/ou novas empresas.

O portfólio desenvolvido representa a união de diversos trabalhos, de estudos que são os desenhos e ilustrações que os artistas fazem nas horas de folga ou quando estão desenvolvendo uma nova tatuagem e de qualquer outro tipo de gravura que possa mostrar o estilo de cada artista. Suas principais características são a organização e a estética, pois reúne no mesmo local, de forma organizada e esteticamente agradável, informações e características de várias pessoas.

Dividido por capítulos, o portfólio trará em cada tópico um texto que aborda o perfil e a história dos artistas. Após estas informações são apresentadas fotos que ilustraram o estilo de cada e, ao final, há um capítulo que traz dados sobre o Urucum Ateliê.

O portfólio terá o tamanho de 21x14 cm, tamanho escolhido, por se encaixar perfeitamente nas plataformas digitais, sejam elas computadores pessoais ou plataformas *mobile*, mas ao mesmo tempo, ao ser impresso terá um tamanho bom para ser transportado ou guardado com facilidade, pois é um formato tradicional utilizado amplamente em projetos gráficos de livros.

Diagramação do layout

O layout foi diagramado levando em conta as referências estudadas para o desenvolvimento do projeto, sendo construído do mesmo tamanho da Revista Zupi, ou seja, 21x14cm, este foi visto como um tamanho bom, por se adequar tanto a plataforma digital, quanto na plataforma impressa.

O layout é bem limpo e definido, a organização fica clara, uma vez que o formato dos capítulos é mantido em todo o portfólio, porém, o layout não é duro ou amarrado, ele se modifica em alguns pontos específicos, como no formato de algumas fotos, variando em tamanho ou em orientação – vertical e horizontal – além, de que em algumas páginas o fundo alterna de branco para o preto, dependendo da imagem que está presente.

Tipografia

Para a escolha das tipografias foi levado em consideração à mensagem e as sensações que o portfólio e as próprias tatuagens, estudos e piercings tentam transmitir, ou seja, um trabalho profissional, sério e de qualidade, que tem um significado para quem faz o trabalho, não sendo uma brincadeira ou um passatempo.

As tipografias utilizadas foram a London Tube e a Helvetica Light, que tipos mais sérios transmitindo as sensações anteriormente citadas, por isso, nos títulos presentes no portfólio foi utilizada a London Tube e em todos os outros textos que aparecem é utilizado a Helvetica Light, mantendo um padrão visual.

6 CONSIDERAÇÕES

Ao fim do projeto experimental podemos considerar que grande parte do que aprendemos na teoria durante as aulas da graduação, nos foi útil para embasar e direcionar o planejamento, o desenvolvimento e a finalização do portfólio. A cada etapa que avançada constatávamos que todo o empenho e esforço dedicados às aulas teóricas e práticas, foram importantíssimos para o desenvolvimento deste projeto.

Ao longo do caminho encontramos algumas dificuldades, em sua maioria direcionada ao tempo e a disponibilidade em utilizarmos o espaço da universidade para a produção das fotografias, entretanto tudo acabou saindo como planejado.

Um aspecto importante de se comentar foi à relação estabelecida entre o cliente e o grupo, em vários momentos fomos capazes de perceber o empenho que o cliente tinha em nos ajudar no que fosse necessário, um fator que nos motivou muito na produção do portfólio, pois sabíamos que tínhamos que nos empenhar ainda mais para que tudo saísse como planejado e além disso que produzíssemos algo que sanasse suas expectativas. A colaboração dos clientes do Urucum, que se prontificaram em participar do projeto, também nos motivou a realizar um trabalho de qualidade gráfica e visual que fosse condizente com o serviço oferecido pelo estúdio.

Foi extremamente gratificante a experiência que este projeto experimental nos proporcionou, de estarmos em contato com esta realidade de mercado, em termos um cliente real para atender e aplicar todo o conhecimento acumulado ao longo de nossa jornada acadêmica para criarmos uma solução para o problema de comunicação que nosso cliente possuía, tivemos a oportunidade de juntos, passarmos por todas as etapas de um JOB, desempenhando papel de atendimento, planejamento, criação, produção, arte finalista, entre outros desenvolvidos no decorrer do trabalho.

Os objetivos traçados no início do projeto foram plenamente atingidos, uma vez que o portfólio foi desenvolvido e testado em cima principal plataforma que é a digital, o resultado também foi o esperado, um portfólio bonito visualmente, com informações organizadas e que reúnem e demonstram o estilo e o trabalho de cada artista, fazendo com que eles possam se tornar conhecidos na região de Chapecó.

As maiores dificuldades encontradas foram o contato com as pessoas que posariam como modelos para nós, por não conhecermos a grande maioria dessas pessoas, um pouco de dúvida era criada em relação à seriedade do trabalho, mas isso, era resolvido quando os próprios artistas entravam em contato com os modelos.

Esse feedback recebido por nós através do nosso cliente foi muito importante durante todo o processo de desenvolvimento do projeto, desde o início o cliente acompanhou e deu dicas da melhor forma para se desenvolver o portfólio e ao final de tudo, com a entrega do portfólio a resposta por parte do cliente foi o esperado, elogios foram tecidos com relação ao layout, fotografia e a forma profissional que agimos durante o período de trabalho, isso nos dá muito orgulho, pois, percebemos que conseguimos cumprir com aquilo que nos propomos e entregamos um portfólio de qualidade profissional.

O portfólio digital por nós desenvolvido é inovador na região, principalmente quando falamos do setor de *body art*, muitos vezes visto como algo amador, com o portfólio conseguimos mostrar todo o profissionalismo e dedicação que essa arte exige, também mostramos que em Chapecó trabalham pessoas dedicadas que tentam mostrar que os piercings e as tatuagens são sim, uma forma de expressão.

Como sugestão, o nosso cliente poderia manter o portfólio atualizado, criando novas edições dele, utilizando a mesma forma de divulgação, outra proposta é criar um catálogo para a divulgação dos diferentes produtos comercializados na loja, expandindo o campo de atuação do Urucum Exotic Shop.

REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

ANDERSON, Chris. *A Cauda Longa: do mercado de massa para o mercado de nicho*. Rio de Janeiro: Elsevier, 2006.

CHETOCHINE, Georges. *Buzz Marketing: sua marca na boca do cliente*. São Paulo: Financial Times- Prentice Hall, 2006.

OLIVETTE, Cris. Estúdio de tatuagem deixa preconceito de lado e se transforma em um bom empreendimento. Disponível em <<http://pme.estadao.com.br/noticias/noticias,estudio-de-tatuagem-deixa-preconceito-de-lado-e-se-transforma-em-um-bom-empreendimento,1681,0.htm>>. Acesso em: 01 mar. 2013.

O GLOBO. Mercado de tatuagens cresce cerca de 20% ao ano, mas ainda carece de qualificação. Disponível em <<http://oglobo.globo.com/economia/mercado-de-tatuagem-cresce-cerca-de-20-ao-ano-mas-ainda-carece-de-qualificacao-3139820>>. Acesso em: 01 mar. 2013.