

TRITURA
BRANDBOOK



A construção deste brandbook é o resultado final do projeto de criação da marca Tritura Tattoo, desenvolvido como Projeto de Conclusão do Curso de Design da Universidade Federal de Santa Catarina. Este manual apresenta as etapas de criação, bem como as diretrizes de orientação de uso da marca.

SUMÁRIO

4	Introdução	29	Posicionamento
5	Metodologia	30	Arquétipos
6	Etapa Think	31	Personas
7	Diagnóstico	34	Naming
8	Briefing	35	Etapa Experience
9	Concorrentes	36	Cores
10	Similares	37	Tipografia
11	Análise SWOT	38	Versões da marca
12	Cruzamentos	39	Variações
14	DNA	40	Usos indevidos
15	Conceitos	42	Redução máxima
17	Mapa semântico	43	Área de proteção
18	Benchmarking	44	Elementos de composição
28	Propósito	45	Aplicações





TRITURA TATTOO

A ideia para este projeto surgiu da vontade da autora de retomar a prática da tatuagem, encarando-a como uma forma de inserção no mercado de trabalho após o término da graduação.

Uma tatuagem vai além da tinta e da agulha. Ela é uma forma de expressão e identificação com o trabalho do tatuador. Ela deve representar não só a credibilidade e qualidade que tantos clientes buscam, mas os valores, a personalidade e as experiências do tatuador. Foi pensando nisso que surge a necessidade da criação de uma marca pessoal.

Através da aplicação da metodologia TXM Branding, a marca ganhou forma, nome e identidade.

METODOLOGIA TXM

A TXM Branding é uma metodologia criada pelo Laboratório de Orientação da Gênese Organizacional (LOGO), ligado ao Departamento de Expressão Gráfica (EGR) e aos cursos de Design da UFSC.

A metodologia envolve três etapas: "T" ou Think (pensar), "X" ou eXperience (Experienciar) e "M" ou Manage (Gerenciar). Neste projeto foram desenvolvidas apenas as etapas T e X.





THINK

No início da etapa T faz-se o diagnóstico da marca. É um momento de análise em que se constrói o briefing e, especialmente neste projeto, uma pesquisa inicial dos concorrentes.

Em seguida, desenvolve-se a análise SWOT, que avalia as capacidades internos (forças e fraquezas) e externos (oportunidades e ameaças) da marca.

Após a listagem de cada capacidade, é feito o cruzamento das informações, a fim de descobrir as vantagens competitivas, a capacidade de defesa, a necessidade de reorientação e as vulnerabilidades da marca.

DIAGNÓSTICO

Área de atuação e local de aplicação da marca?

Tatuagem

Online (Florianópolis)

Qual é o produto/serviço?

Tatuagem e merch (camiseta, bandeira, ecobag, prints e adesivos, chaveiro)

O que a marca deve comunicar?

Desenhos tradicionais, atitude irreverente, tatuagem pelo momento

Personalidade

Receptividade: mudanças de paradigma não são algo ruim.

Audácia: assumir riscos traz prazer.

Extroversão: lugares, pessoas e vivências estimulantes.

Afirmação: a existência e suas vivências são percebidas através da identidade.

Criação da logo

Logo com nome e desenho.

Desenho aplicável aos merchans.

Uso da marca

Em um primeiro momento o uso vai ser para divulgação no instagram.

Depois pode-se pensar na aplicação da marca ou na criação de novos designs para os merchans.

O portfólio de tatuagem já é o próprio instagram, mas pode-se pensar na elaboração de um site. Este site pode servir tanto como portfólio quanto como loja online para a venda dos merchans.

Quem são os similares e concorrentes?

Concorrentes (Florianópolis): @marcondestatattoo, @tattoogatti, @felipeabarno, @tattoosanttos, @brunalimard, @anabps, etc.

Similares (Outras cidades): @zuffo.ttt, @lumoscal, @annaolivatatts, etc.



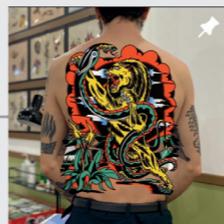
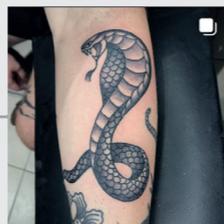
Lucas Marcondes

@MARCONDESTATTOO

Produto: Tatuagem (principalmente no estilo tradicional). Trabalha também com serigrafia no perfil @phantasi4.

Local de atuação: Florianópolis (Alcova Tattoo).

Presença nas mídias sociais: De janeiro até agosto de 2023 (01/01 - 31/08) foram feitas 11 postagens. As publicações são principalmente fotos de tatuagens já feitas.



Leonardo Gatti

@TATTOOGATTI

Produto: Tatuagem (principalmente no estilo tradicional), pinturas e telas.

Local de atuação: Florianópolis (Palm Street Tattoo) e São Paulo (Daggers Tattoo).

Presença nas mídias sociais: Em agosto de 2023 (01/08 - 31/08) foram feitas 52 postagens. As publicações são principalmente fotos de tatuagens já feitas. Também há fotos das pinturas e desenhos disponíveis para tatuar e de algumas vivências relacionadas à profissão.



Felipe Abarno

@SOLATATTOOS

Produto: Tatuagem (principalmente no estilo tradicional).

Local de atuação: Florianópolis (Café Preto Tattoo).

Presença nas mídias sociais: De janeiro até agosto de 2023 (01/01 - 31/08) foram feitas 22 postagens. As publicações são fotos de tatuagens já feitas, folhas de desenhos disponíveis para tatuar e vivências pessoais e como profissional.



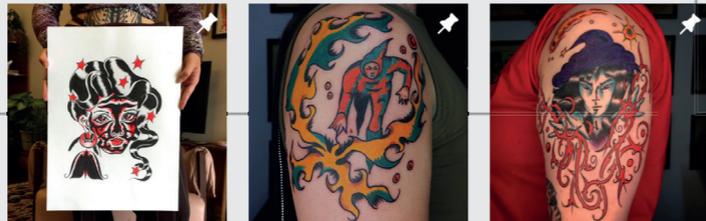
Anna

@ANNAOLIVATATS

Produto: Tatuagem e prints.

Local de atuação: Curitiba (Vandal Tattoo).

Presença nas mídias sociais: Em agosto de 2023 (01/08 - 31/08) foram feitas 25 postagens. As publicações são principalmente fotos de tatuagens já feitas e de desenhos disponíveis para tatuar. Há também fotos de algumas vivências relacionadas à profissão.



Luiza Moscal

@LUMOSCAL

Produto: Tatuagem, desenhos e pinturas.

Local de atuação: Curitiba (Brotherhood Tattoo).

Presença nas mídias sociais: De janeiro até agosto de 2023 (01/01 - 31/08) foram feitas 22 postagens. As publicações são fotos de tatuagens já feitas e fotos de desenhos e pinturas.



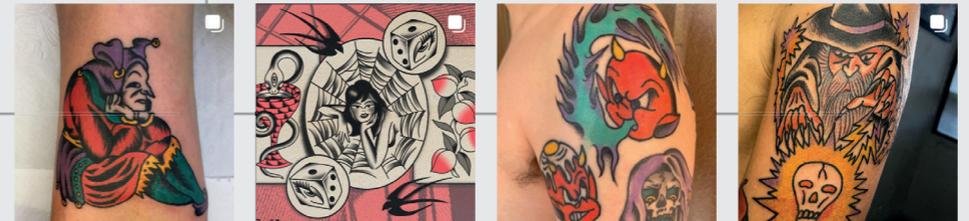
João Zuffo

@ZUFFO.TTT

Produto: Tatuagens tradicionais e customizadas. Já lançou uma camiseta como merchandise.

Local de atuação: Campo Grande. Às vezes em Florianópolis (Café Preto Tattoo).

Presença nas mídias sociais: De janeiro até agosto de 2023 (01/01 - 31/08) foram feitas 16 postagens. As publicações são fotos de tatuagens já feitas e folhas de desenhos disponíveis para tatuar. Há também fotos de vivências pessoais e como profissional.



Strengths

FORÇAS

- Fazer tatuagem comercial, desenhos autorais (flashes) ou tatuagem customizada
- Tatuador aprendiz, preços reduzidos
- Tatuagem como prática dentro de um círculo social e potenciais clientes
- Tatuagem, desenho e merchandise
- Estar familiarizada com as redes sociais

Opportunities

OPORTUNIDADES

- Crescimento cada vez maior do segmento no mercado.
- Dispor da internet para trabalhar a divulgação da marca.
- Fidelidade dos clientes ao tatuador e não ao estúdio em que ele trabalha.
- Cursos técnicos cada vez mais acessíveis.

Weaknesses

FRAQUEZAS

- Não ter lugar adequado para tatuar e trabalhar informalmente
- Construir um perfil no Instagram do zero
- Possuir pouco conhecimento técnico
- Dispor de um portfólio pequeno e não direcionado para o estilo de tatuagem que gostaria de tatuar

Threats

AMEAÇAS

- Grande concorrência no mercado da tatuagem
- O setor da tatuagem é bastante influenciado pela economia
- Preconceito/desconhecimento sobre a tatuagem

Vantagens competitivas

FORÇAS x OPORTUNIDADES

- O crescimento do mercado de tatuagem proporciona ao tatuador melhores oportunidades de trabalho, seja financeiramente ou de desenvolvimento profissional. Esse cenário de desenvolvimento juntamente com a versatilidade do tatuador pode auxiliá-lo a conquistar uma base de clientes mais ampla, além de mantê-lo sempre ativo no mercado.
- Com uma maior demanda do mercado, oferecer um preço reduzido pode ser um fator de escolha quando o cliente possui um orçamento limitado. Se a experiência for positiva, é possível que o cliente seja fidelizado.
- Atender a diferentes demandas é fundamental para o tatuador aprendiz, para que dessa forma ele pratique e aperfeiçoe diferentes técnicas, enquanto fortalece sua linguagem estética. Por sua vez, os cursos técnicos podem ser um catalisador no aprendizado dessas diferentes técnicas, fazendo com que o tatuador possa atender qualquer demanda que a ele chegue.
- Da mesma forma que os cursos podem auxiliar o tatuador a desenvolver suas técnicas para a tatuagem, eles podem também ajudá-lo no aperfeiçoamento de suas técnicas de desenho. Para além das tatuagens já feitas, os desenhos “no papel” não deixam de ser uma parte importante do portfólio do tatuador. Esses desenhos podem depois ser utilizados para o desenvolvimento do merchandise da marca.
- Como descrito anteriormente, é de suma importância que o tatuador aprendiz esteja inserido em um círculo social inspirado pela prática da tatuagem. Por sua vez, a internet e as redes sociais são ferramentas que auxiliam a manutenção e a expansão desse círculo social, tornando-o mais próspero e diverso.
- A prática da tatuagem é de natureza mais íntima e pessoal, o que pode levar a construção de um laço emocional mais forte entre cliente e tatuador. Porém, essa relação não precisa necessariamente estar restrita ao ambiente do estúdio de tatuagem. As vivências dentro de um círculo social também podem ser importantes para que o cliente associe memórias e experiências positivas com um tatuador específico.
- As redes sociais são aliadas dos tatuadores e as vantagens de usar as redes sociais como ferramenta de trabalho são muitas: exposição e promoção do seu trabalho a nível global; conexão com a comunidade da tatuagem e possibilidade de conhecer e acompanhar suas tendências; construir uma boa reputação através das avaliações dos clientes; criar um portfólio e fortalecer a identidade e marca do tatuador. Estar familiarizada com uma das principais ferramentas para divulgar a marca é uma vantagem competitiva em relação àqueles que não estão.

Capacidades de defesa

FORÇAS x AMEAÇAS

- Apesar da grande concorrência, a versatilidade na oferta de serviços e os preços reduzidos podem ser fatores que levam o cliente a escolher determinado tatuador.
- Estar inserido em um círculo social influenciado pela tatuagem também auxilia a se destacar em meio a concorrência. É através desses círculos que o tatuador tem a chance de expor e disseminar sua arte, consolidar uma boa reputação, além de ser uma forma de ter seu trabalho indicado a potenciais clientes.
- Mesmo que a demanda de serviço dependa muito da renda da população e do poder econômico do público alvo, os preços reduzidos podem ser um fator que leva o cliente a escolher determinado tatuador.

Necessidade de reorientação

FRAQUEZAS x OPORTUNIDADES

- A falta de conhecimento técnico pode ser suprida através de cursos técnicos. Esses cursos também podem facilitar que o tatuador aprendiz enriqueça seu portfólio e encontre uma identidade própria.

Vulnerabilidades

FRAQUEZAS x AMEAÇAS

- O trabalho informal e a falta de lugar adequado para tatuar pode ser um ponto negativo principalmente para o tatuador aprendiz, visto que possíveis clientes podem hesitar em agendar a tatuagem, preferindo escolher entre a vasta gama de tatuadores que trabalham com uma melhor infraestrutura. Além disso, ainda há muito preconceito em relação à prática da tatuagem, o que também afeta a escolha do profissional pelo cliente.
- A concorrência no mercado é alta e no instagram também. Já existem muitos tatuadores bem estabelecidos e com certa autoridade nas redes sociais. Isso pode dificultar a visibilidade de um novo perfil.
- Em um ambiente altamente competitivo, um portfólio forte se torna uma ferramenta crucial. É através dele que as habilidades do tatuador são reforçadas, ajudando-o a construir sua marca pessoal e sua credibilidade no mercado.

Após a etapa de diagnóstico, realiza-se o Evento Criativo, que dá início ao processo do Brand DNA Tool®. Essa ferramenta conta com diversas atividades em grupo, com a participação de pessoas que influenciam e são influenciadas pelos projetos e decisões relacionados à marca em questão, a fim de definir conceitos para construir o DNA desta marca.

Técnico: conceito que se relaciona ao serviço oferecido e aos atributos físicos da marca.

Mercadológico: este conceito corresponde ao diferencial da marca e a posição que ocupa no mercado.

Emocional: conceito responsável por cativar e aproximar o cliente. É aquele que torna a experiência do cliente memorável.

Resiliente: este conceito diz respeito a capacidade da marca de adaptar-se mantendo sua autenticidade.

Integrador: o conceito que conecta todos os outros.

DNA

TÉCNICO
CLÁSICO



A PARA EL TORO

RON ACKERS

MERCADOLÓGICO
SINGULAR



@BARRACUTA

EMOCIONAL
MARCANTE



@MRMASSEYMAN

RESILIENTE
DINÂMICO



@ EDWARDCOLVER

INTEGRADOR
IRREVERENTE



@SUB_LATION

Após a definição do DNA, utiliza-se duas outras ferramentas que auxiliam na conceituação da marca: o mapa e os painéis semânticos. O mapa semântico tem a função de relacionar os 5 conceitos escolhidos com outras palavras-chave. Já para os painéis semânticos, são relacionadas fotografias, como uma forma de inspiração visual.

Com o DNA validado, é o momento de buscar referências em outras empresas, através do desenvolvimento do *Benchmarking*. Busca-se analisar duas empresas, independente do ramo em que atuam, que possuam como característica principal cada conceito escolhido para o DNA.

DNA



TRADICIONAL ANTECESSOR FORÇA ESTIMULANTE
MODELO RITUAL EVOLUÇÃO MOVIMENTO
CLÁSSICO AGITADO DINÂMICO
ANTIGO PRECURSOR ENERGIA
ORIGINAL CONSAGRADO ARROJADO VIVO
IRREVERENTE ENÉRGICO
GENUÍNO EXPRESSIVO RELEVANTE
AUTÊNTICO SURPREENDENTE
DISTINTO VERDADEIRO SINCERO
LEGÍTIMO SINGULAR MARCANTE
INCOMUM INOVADOR ÚNICO DURADOURO LEMBRANÇA
EXCLUSIVO PARTICULAR SEMPITERNO



ORIGINAL DO **BRASIL**



DESDE
1962



CLÁSSICO
CONCEITO TÉCNICO

havaianas

Havaianas é uma marca brasileira de sandálias de borracha. Os primeiros chinelos foram lançados em 1962 e eram considerados calçados práticos e baratos, o que popularizou a marca. Apesar de ter o formato inspirado na sandália japonesa chamada Zori, a Havaianas foi quem patenteou, em 1966, a primeira sandália de borracha. A marca também tem um reconhecimento global, sendo comercializada em mais de 150 países. Sua identidade única é capaz de atingir os mais diversos públicos e sua capacidade de se manter relevante ao longo de todos esses anos a torna uma ícone clássica do mercado brasileiro.

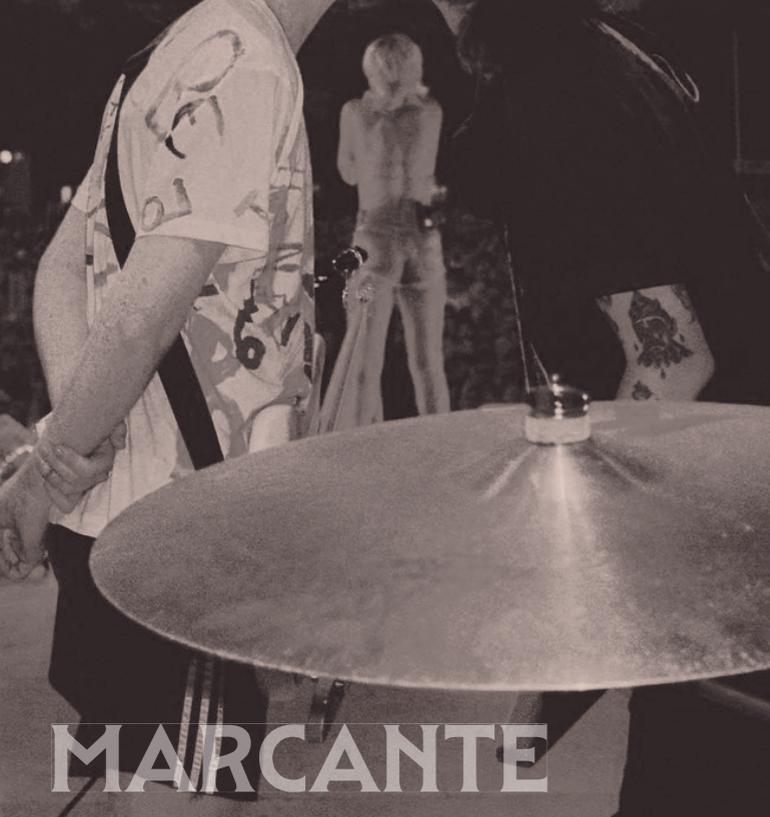


BIC é uma empresa francesa, com reconhecimento global, atuando em mais de 160 países. Foi fundada em 1945 e até hoje é muito popular no setor de mercadorias de plástico. A marca se estabeleceu no mercado com produtos simples, confiáveis e acessíveis, sendo a caneta esferográfica e o isqueiro seus produtos mais icônicos. A BIC transcende fronteiras e gerações.



SINGULAR

@FRANSNUMBER1 | 55DSL | @LESHABEREZOVSKIY | @CAPULE2000



MARCANTE

@SUB_LATION | @VISIONSBYSHAX | ANDREW D. BERNSTEIN | @SEMATTHEW_ | @OLHODEVIDROGIRANDONOASFALTO



Nescau é uma marca da Nestlé fundada em 1932, no Brasil. O achocolatado teve e ainda tem uma presença consistente na vida dos brasileiros. Há aqueles que chamam todo e qualquer tipo de achocolatado de Nescau, tornando-o quase como um sinônimo da palavra “achocolatado”. Além disso, a identidade visual da marca tem muita força, evocando nos mais nostálgicos boas lembranças da infância e momentos de conforto.

BURNING MAN PROJECT

O Burning Man Project é uma rede de pessoas que todos os anos desde 1986, promove um evento contracultural e comunitário, quase como um experimento social. O evento ocorre durante uma semana no deserto de Black Rock (Estados Unidos), atraindo nos últimos anos mais de 50 mil pessoas. O Burning Man não é apenas um festival, mas também uma cidade, construída por seus participantes, ou cidadãos, como são chamados. A cidade é repleta de música, luz e dança. As pessoas se vestem como querem, constroem carros alegóricos e trocam todo o tipo de mercadoria, serviço e vivências. No final do evento, o “Burning Man”, uma obra de arte que a cada ano fica mais gigantesca, é queimada enquanto os cidadãos se despedem do festival.



DINÂMICO

@MRMASSEYMAN | @BAGGYBOYFILM | @BXRGESAVAGE | EM @COLD_ARCHIVE | FULLY FLARED | @RAFAM.JPG

nu

A Nubank é um dos melhores exemplos de dinamismo no setor financeiro. Fundada em 2013, no Brasil, a empresa revolucionou o mercado, oferecendo serviços bancários através das plataformas digitais, de forma simples e transparente. Além disso, a empresa possui uma cultura orientada para o crescimento e inovação. Está sempre atenta às necessidades de seus usuários, desenvolvendo regularmente novos recursos, como resposta direta ao feedback dos mesmos.



A Red Bull foi fundada, em 1987, na Áustria e foi precursora no mercado de bebidas, ao lançar sua primeira bebida energética. Ela não só lançou um produto revolucionário como também cultivou por anos a imagem de uma marca ousada, vibrante e extrema, através de seu marketing, dos eventos que organiza e de seus investimentos no esporte, na indústria musical e de entretenimento.



@NUBANK



@REDBULLPHOTOGRAPHY



IRREVERENTE

@CAPULE2000 | @SUB_LATION | PONY (POR @LAURENCE.HILLS) | EM @SKATESHOEARCHIVES | @INTERNETFAMOUS | EM @COLD_ARCHIVE | @THEOMCINNES



@MAD ENLATADOS



IRREVERENTE

CONCEITO INTEGRADOR



A Mad Enlatados é uma marca de roupas, fundada em São Paulo no ano de 2019. Suas peças unem a autenticidade da moda urbana ao conforto e qualidade. Desde o lançamento, destaca-se pelas estampas satíricas e provocativas de suas peças, que envolvem temas políticos, críticas sociais e um humor não convencional para o mundo da moda. Além disso, a comunicação da marca através das redes sociais acompanha esse tom ácido e satírico, o que a torna muito popular entre jovens adultos.



MAD é uma revista satírica, fundada em 1952. Sua premissa era ridicularizar a cultura popular, a política e alguns aspectos da sociedade, através de um humor ácido e críticas sociais e culturais bastante ousadas para a época. Essa atitude desafiadora diante de figuras públicas, instituições e autoridades, tornou a revista uma das publicações mais icônicas da cultura pop, possibilitando discussões de temas mais sérios através do humor.

PROPÓSITO

“TATUAGENS ELÉTRICAS:
TRAÇOS FORTES E CORES VIBRANTES.
MEU DESENHO OU SUA IDEIA.
BONS MOMENTOS EM FORMA DE TATUAGEM!”

“O Propósito é emoção em movimento, fé à enésima potência,
e a razão para marchar ao trabalho pela manhã.”

(REIMAN, 2013, p.226).

Em seguida, tem-se a etapa de posicionamento da marca. Na metodologia TXM, esta etapa divide-se em: indicação de arquétipos para a marca, definição do público alvo através da criação de personas e escolha do nome.

POSICIONAMENTO



O CRIADOR

“Também conhecido como artista, inovador e sonhador, o criador busca criar algo novo como forma de auto expressão. Totalmente ligado à arte, busca a satisfação de seu desejo de estabilidade através dela”

(MARK; PEARSON, 2001)



O FORA-DA-LEI

“Também conhecido como rebelde, revolucionário, vilão ou inimigo, o fora-da-lei busca destruir os padrões impostos pela sociedade, quebrar as regras, causar mudanças e rupturas”

(MARK; PEARSON, 2001)



NATÁLIA

Idade: 27

Cidade: São Paulo

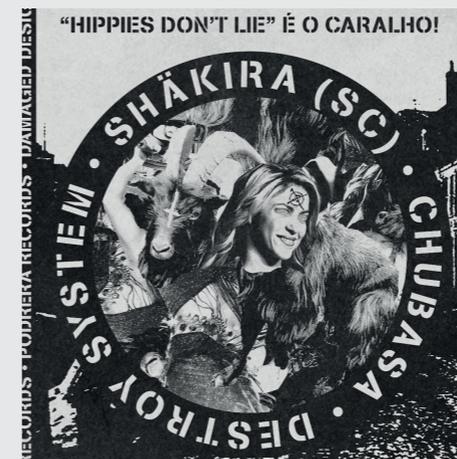
Profissão: Analista de sistemas

Sobre: Nathália sempre esteve em contato com seu lado mais artístico, apesar de optar por uma carreira na área de tecnologia. Antes de se formar participava de coletivos artísticos e até mesmo montou uma banda com os amigos. Para Nathália, seu trabalho é apenas uma forma de ter tranquilidade e estabilidade para fazer as coisas que realmente gosta.

Como se relaciona com a tatuagem: Nathália, tem muitas tatuagens, algumas feitas por tatuadores experientes, algumas feitas por amigos e até uma feita por ela mesma. Ela enxerga a tatuagem como uma vivência, um momento, uma experiência que marcou uma fase da sua vida. As tatuagens não possuem um significado externo, que ela mesma criou. O significado da tatuagem é o próprio momento em que ela foi feita.

O que segue no instagram: @olhodevidrogirandonofalato, @meeisdead, @idiot_sick, @magicbrasa, @bradorecordsv, @aramesurtado

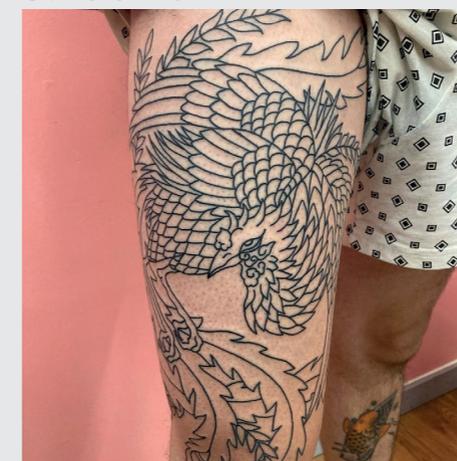
@BRADARECORDS



@ARAMESURTADO



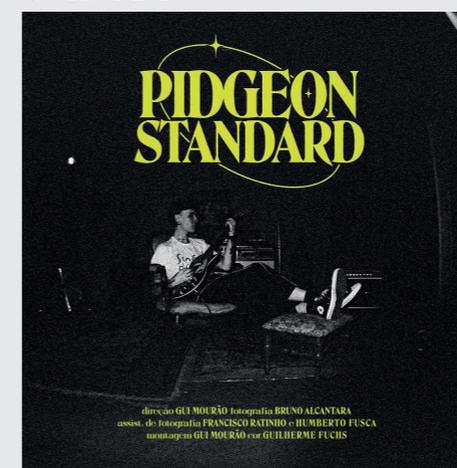
@MAGICBRASA



@OLHODEVIDROGIRANDONOASFALTO

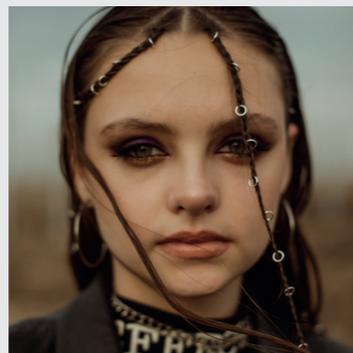


@MEEISDEAD



@IDIOT_SICK





ANA

Idade: 21

Cidade: Florianópolis

Profissão: Estudante de cinema

Sobre: Ana ainda não terminou a faculdade e é estagiária em uma produtora independente de conteúdos audiovisuais. Ana gosta de passar tempo com seus amigos da faculdade, para que possam desenvolver projetos do curso e também seus projetos pessoais. Antes de estudar cinema, começou o curso de design. Lá teve contato com diversas ferramentas de trabalho, desenvolvendo uma verdadeira paixão pela edição de vídeo, o que a fez trocar de curso.

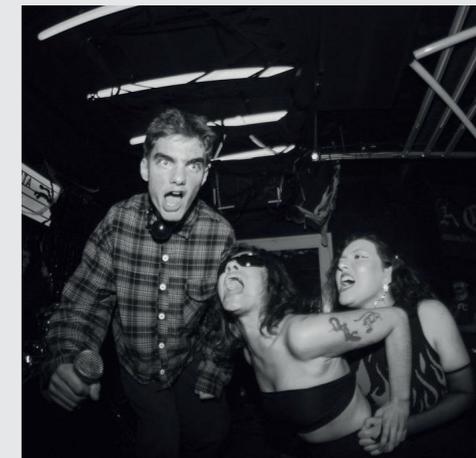
Como se relaciona com a tatuagem: Para Ana, a tatuagem é uma forma de reforçar sua identidade e seus ideais. Para Ana, as tatuagens são responsáveis por individualizá-la, ao mesmo tempo que sugerem pertencimento a seu grupo de amigos. Quase todas as tatuagens que possui foram feitas pelo mesmo tatuador.

O que segue no instagram: @rabisquella, @fatamorganafm, @jovensateus, @gatusrock, @serigrapunk, @anabps, @ana_quinto, @alem_alem, @ntzzra

@ANABPS



@ANA_QUINTO @JOVENSATEUS



@ALEM_ALEM @FATAMORGANAFM



@RABISQUELLA



@GALERIATAKEFOTOS @NTZZRA



@GATUSROCK





SANDRO

Idade: 35

Cidade: Tubarão

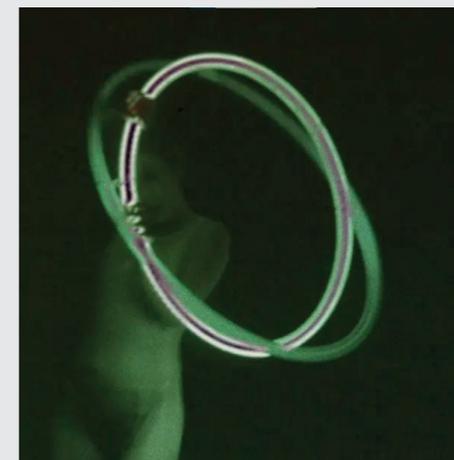
Profissão: Professor

Sobre: Sandro é professor de literatura em um curso preparatório. Passa grande parte de seu tempo lendo e se aprofundando em assuntos de seu interesse. Sandro mora com sua namorada. Eles viajam com frequência e ele sempre fala que essa é a melhor forma de entender uma nova cultura.

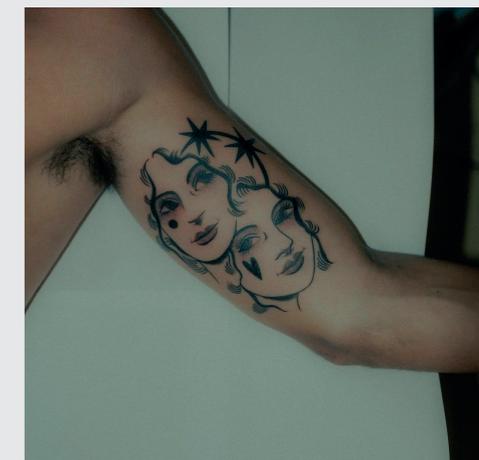
Como se relaciona com a tatuagem: Para Sandro as tatuagens são lembranças dos momentos vividos. Cada tatuagem em seu corpo tem um significado. Algumas foram feitas nos países em que visitou, outras foram feitas para eternizar momentos especiais.

O que segue no instagram: @viniciusvoar.film, @felipeparucci, @tudixtepo, @ludumcozinha, @borgoartee, @gabrielbatttista

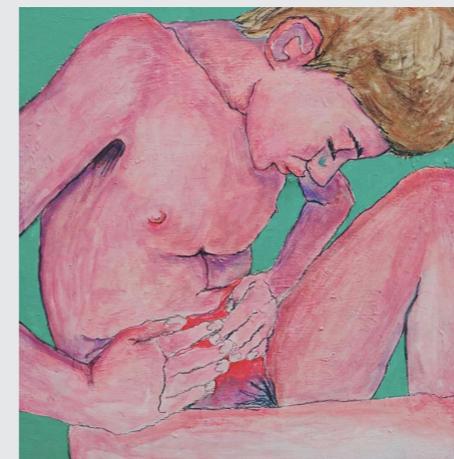
@VINICIUSVOAR.FILM



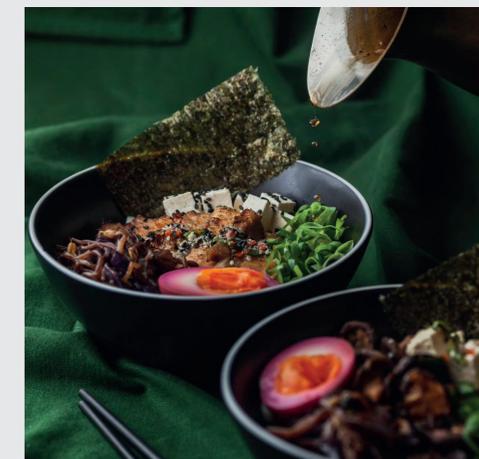
@TUDIXTEPO



@BORGOARTEE



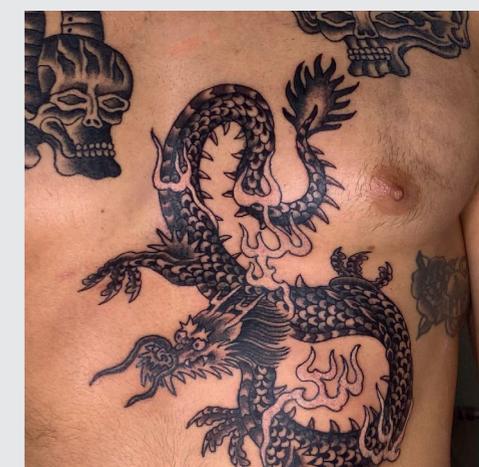
@LUDUMCOZINHA



@FELIPEPARUCCI @ALINEFACTS



@GABRIELBATTISTA



Dia 12 de agosto de 2023, 18:10

A handycam registra a conversa entre a autora do projeto e Malgos:

Malgos: que nome que tu colocaria?

Autora: cara, num canal?

Malgos: é.

Autora: eu não tenho um... Acho que se eu tivesse um cana eu teria o mesmo que tipo "television on repeat", tá ligado?

Malgos: teria seu próprio nome?

Autora: é, seria meu nome.

[...]

Malgos: Que que cê acha do nome "portas humanas"?

Autora: "portas humanas"?

Malgos: é.

Autora: pode ser outra coisa humana? Porta não...

Malgos: janelas humanas.

Autora: não.

Malgos: rodas humanas?

Malgos: é rodas humanas é uma boa

Autora: rodas humanas

Malgos: engrenagens humanas

[...]

Malgos: trituração... humana ou nuclear.

Autora: trituração nuclear...

Malgos: hm... trituração... trituração é bom!

Autora: não, engrenagem é mais difícil, rodas humanas

Autora: trituração é bom, pô!

Malgos: trituração é bom.

Malgos: trituração. Mas, só trituração daí?

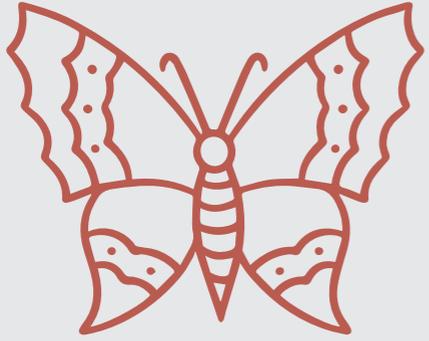
Autora: humana.

Malgos: não, trituração só.

Autora: só trituração.

Malgos: só trituração é bom. Trituração é bom.

TRITURA TATTOO



EXPERIENCE

A caveira é um desenho popular na tatuagem tradicional, sendo caracterizada pelos traços fortes e tortuosos, olhos vazados, dentes proeminentes e nariz triangular. O crânio em si possui uma estética simples, com poucas linhas, mas é possível dar mais complexidade ao desenho adicionando outros ossos ou a túnica com capuz que remete a figura da morte.



A tatuagem tradicional tem raízes profundas na história e na cultura. Nos primórdios dessa prática existia uma certa limitação em relação aos pigmentos utilizados nas aplicações. Dessa forma, a paleta de cores utilizada consistia principalmente nas cores primárias. Hoje em dia, as aplicações podem ser feitas com outras cores que não descaracterizam a tatuagem tradicional. Pensando nisso, optou-se pelo vermelho, amarelo e roxo para a paleta principal e o azul, o marrom e o preto para a paleta secundária.



#BE574A

C: 20% R: 190
M: 74% B: 87
Y: 67% G: 74
K: 9%



#6F5D89

C: 65% R: 111
M: 66% B: 93
Y: 23% G: 137
K: 6%



#E7C484

C: 10% R: 231
M: 24% B: 196
Y: 55% G: 132
K: 1%



#8CA6CA

C: 51% R: 140
M: 29% B: 166
Y: 9% G: 202
K: 0%



#896B59

C: 35% R: 231
M: 48% B: 196
Y: 54% G: 132
K: 33%



#1B1B1A

C: 0% R: 27
M: 0% B: 27
Y: 0% G: 26
K: 97%

TRITURA TATTOO

Aa Bb Cc Dd Ee Ff Gg Hh Ii
 Jj Kk Ll Mm Nn Oo Pp Qq
 Rr Ss Tt Uu Vv Ww Xx Yy Zz

TÍTULO
 MENDEL SERIF DUSK BOLD

[...]
 Sou um técnico, mas tenho técnica só dentro da técnica.
 Fora disso sou doido, com todo o direito a sê-lo.
 Com todo o direito a sê-lo, ouviram?

Não me macem, por amor de Deus!

Queriam-me casado, fútil, quotidiano e tributável?
 Queriam-me o contrário disto, o contrário de qualquer coisa?
 Se eu fosse outra pessoa, fazia-lhes, a todos, a vontade.
 Assim, como sou, tenham paciência!

[...]

(Álvaro de Campos, 1923)

CORPO DE TEXTO
 FUTURA PT BOOK

Aa Bb Cc Dd Ee Ff Gg Hh Ii Jj Kk Ll Mm Nn Oo Pp Qq Rr Ss Tt Uu Vv Ww Xx Yy Zz



TRITURA
TATTOO

VERSÃO HORIZONTAL

★ **TRITURA** ★
TATTOO

VERSÃO SECUNDÁRIA

VARIACÕES

POSITIVO



NEGATIVO





A assinatura visual da marca deve ser legível e de fácil reconhecimento em qualquer situação em que for aplicada. Dessa forma:

- Não a distorça;
- Não altere a proporção entre seus elementos;
- Não recrie ou altere a tipografia usada;
- Não aplique efeitos;
- Não adicione contornos;
- Não altere suas cores;
- Não separe ou omita seus elementos;
- Não a use em baixo contraste.



Existem limites para a redução da assinatura visual, a fim de que sua legibilidade e reconhecimento não sejam prejudicados. A redução se aplica tanto para impressões quanto para o uso digital.



46 pt
16,3 mm



TRITURA
TATTOO

25,5 pt
9 mm

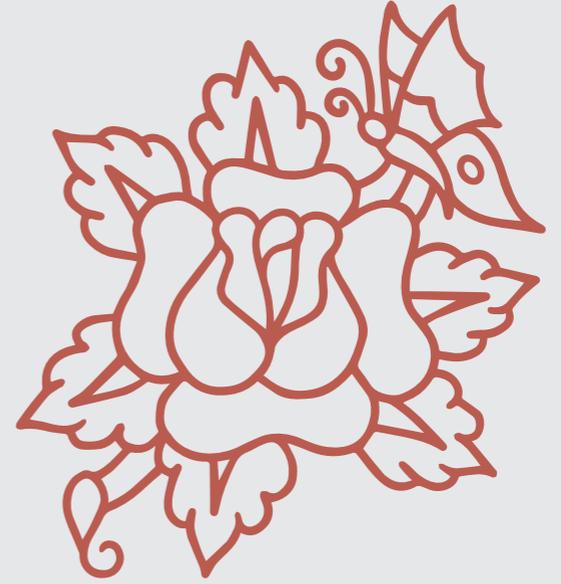
★ TRITURA ★
TATTOO

18 pt
6,35 mm

Ao utilizar a assinatura visual, deve-se atentar a sua margem de segurança, para que outros elementos também não prejudiquem sua visibilidade. O tamanho da margem foi determinado a partir da primeira letra T da palavra TRITURA.



ELEMENTOS DE COMPOSIÇÃO





APLICAÇÕES

URA

2023

TATUAGENS ELÉTRICAS
TRAÇOS FORTES
CORES VIBRANTES
MEU DESENHO OU SUA IDEIA

@TRITURAGEM
TRITURAGEM@GMAIL.COM
RUA DA TINTA, 13
48 99679 0969

TATUAGENS ELÉTRICAS
TRAÇOS FORTES
CORES VIBRANTES
MEU DESENHO

FLN



2023

@TRITURAGEM
TRITURAGEM@GMAIL.COM
RUA DA TINTA, 13
48 99679 0969



TATUAGENS ELÉTRICAS
TRAÇOS FORTES
CORES VIBRANTES
MEU DESENHO OU SUA IDEIA

@TRITURAGEM
TRITURAGEM@GMAIL.COM
RUA DA TINTA, 13
48 99679 0969



FLN



FLN



CARTÃO
DE VISITA



2023

FLN



2023

TATUAGENS ELÉTRICAS
TRAÇOS FORTES
CORES VIBRANTES
MEU DESENHO OU SUA IDEIA

@TRITURAGEM
TRITURAGEM@GMAIL.COM
RUA DA TINTA, 13
48 99679 0969



TATUAGENS ELÉTRICAS
TRAÇOS FORTES
CORES VIBRANTES
MEU DESENHO OU SUA IDEIA

FLN



2023

FLN

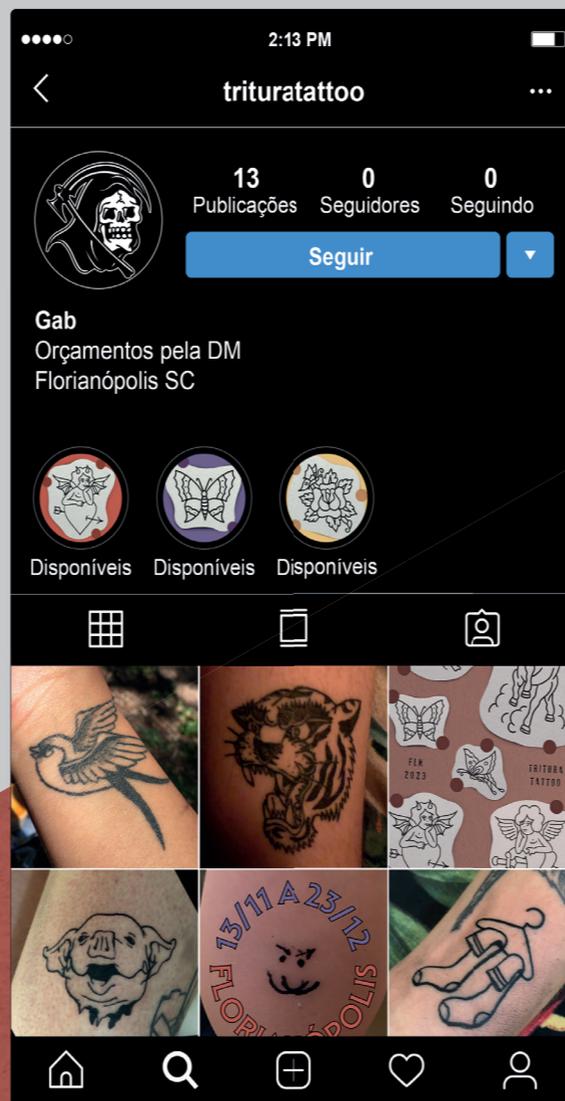
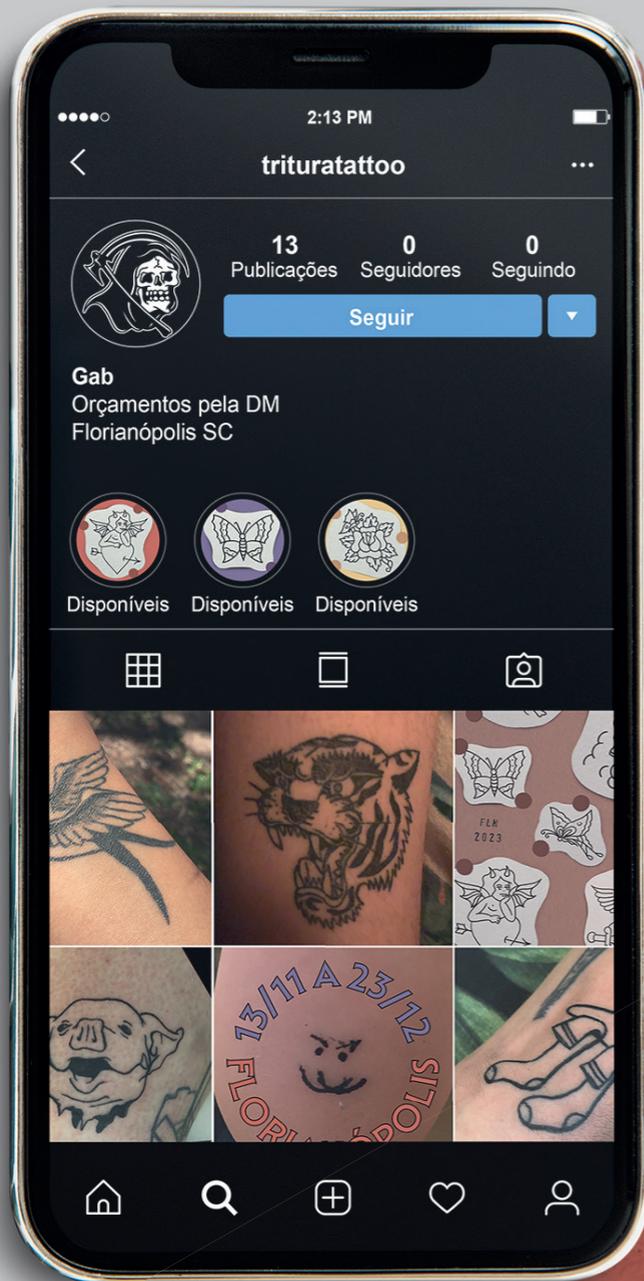


@TRITURAGEM
TRITURAGEM@GMAIL.COM
RUA DA TINTA, 13
48 99679 0969



@TRITURAGEM
TRITURAGEM@GMAIL.COM
RUA DA TINTA, 13
48 99679 0969





PERFIL NO
INSTAGRAM

IRITUR
A
TATO



★ FLN ★
2023

☆ FLN ☆
2023 ☆

TRITUR
ATA
©





CAMISETAS





278



ADESIVO

Universidade Federal de Santa Catarina
Departamento de Expressão Gráfica
Design | Projeto de Conclusão de Curso

Gabriela Lemos Dociati
2023

