

UNIVERSIDADE DE VILA VELHA

MANUELA DE CARVALHO PRATA

BACK TO FLASH

Ressignificação de artes esquecidas em evento de tatuagem

VILA VELHA

2025

MANUELA DE CARVALHO PRATA

BACK TO FLASH

Ressignificação de artes esquecidas em evento de tatuagem

Trabalho de Conclusão de Curso apresentado ao Corpo Docente do Departamento de Comunicação Social: Publicidade e Propaganda da Universidade Vila Velha, como Parte dos requisitos necessários à obtenção do título de Publicitária.

Orientadora:

Professora M^a Elizabeth Nader Simões

VILA VELHA

2025

MANUELA DE CARVALHO PRATA

BACK TO FLASH

Ressignificação de artes esquecidas em evento de tatuagem

Trabalho de Conclusão de Curso apresentado ao Corpo Docente do Departamento de Comunicação Social: Publicidade e Propaganda da Universidade Vila Velha, como parte dos requisitos necessários à obtenção do título de Publicitária.

_____ em _____ de junho de 2025.

M^a Elizabeth Nader Simões

Orientadora

Dra. Marcela Tessarolo Bastos

*Dedico esse trabalho aos tatuadores que
fazem da pele e tinta, arte.*

AGRADECIMENTOS

Se eu pudesse voltar no tempo e conversar com a Manuela do passado — cheia de sonhos, medos e ideias meio malucas — eu diria: “Calma. Vai dar certo. Você vai conseguir. E não vai estar sozinha.”

Porque, de fato, eu nunca estive.

Aos meus pais, que sempre foram meu porto seguro: obrigada por estarem comigo desde o início, me apoiando com amor, esforço e presença mesmo quando eu não sabia onde queria chegar. À minha irmã Bárbara, por me ensinar a não desistir e ser um exemplo de força e resiliência.

Ao João Vitor, meu namorado, que cuidou da minha saúde mental com paciência e carinho. Você me deu suporte real quando eu precisei, e isso vale mais que qualquer coisa.

À Victoria, que esteve ao meu lado em absolutamente tudo: colaborou com ideias, ajudou com os posts, com feedbacks, com a organização, com o coração. Você tatuou no evento, me apoiou em cada etapa e ainda brilhou com seu próprio trabalho. Sua amizade e entrega me inspiram como pessoa e como profissional.

À minha prima Esther, que foi essencial na escrita deste relatório, lendo e relendo comigo, me ouvindo desabafar e assistindo pacientemente às simulações de apresentação. Sua ajuda foi indispensável.

Às amigas Lorryne, Marcela, Mariana e Bárbara, que participaram ativamente da organização, da divulgação e de tudo o que foi preciso. Aos amigos Diogo, Bruno e Gustavo, por estarem presentes com tanto empenho e disposição. Ao João, que fez artes incríveis e abraçou esse projeto com criatividade e afeto.

À Daniela Gerhard, amiga que me apresentou ao universo dos eventos anos atrás e foi uma inspiração direta para que esse projeto tomasse forma.

Aos meus primos Pedro, Maria Antônia, Vinícius e à tia Simone, que fizeram questão de estar presentes no evento. Ao Antonio, além da presença, meu muito obrigada por registrar o evento com tanta sensibilidade — suas fotos eternizaram esse dia com beleza e cuidado.

Ao Igor, dono do espaço que acolheu o evento, e aos tatuadores que aceitaram o convite e fizeram tudo acontecer com sua arte e generosidade: Julia, Gabi, Nicole, Jordan, Dyllan, Patrick, Thales, Lucas e Victoria. Aos amigos do estúdio, que fizeram parte dessa jornada com apoio e entusiasmo, minha gratidão.

À professora Beth, minha orientadora, obrigada por caminhar comigo com paciência e presença, mesmo nas fases mais bagunçadas.

Agradeço também aos professores que contribuíram durante a minha trajetória acadêmica: Leandro, pela parceria e apoio; Marcela, pelas orientações certeiras; Ignez, pela escuta atenta; e Bruno, que acompanhou meu percurso ao longo dos oito períodos.

Por fim, agradeço a Deus, pela vida, pela força, e por ter colocado no meu caminho pessoas tão essenciais. Tudo isso só foi possível porque eu não estive sozinha.

SUMÁRIO

1 ENTRE AGULHAS E IDEIAS (Relatório de Execução)	7
1.1 De onde veio a faísca? (Objeto de Estudo)	7
1.2 Pesquisas que tatuaram o caminho (Pesquisas Realizadas)	8
1.3 O evento na pele (Produto)	10
2 RISCANDO O PLANEJAMENTO (Organização do Evento)	12
2.1 O traço antes da agulha (Planejamento e Cronograma)	12
2.2 Briefing: o decalque (Briefing)	14
3 TINTA NO PAPEL (Plano de Ação)	20
3.1 O conceito por trás do flash (Conceito)	20
3.2 Quem é a nossa pele-alvo? (Público-Alvo)	23
3.3 Quanto custa tatuar uma ideia? (Orçamento)	24
3.4 Metas que deixamos marcadas (Metas)	25
3.5 A marca na pele: estilo e identidade (Identidade Visual)	26
4 O GRANDE DIA: A TATUAGEM ACONTECEU (Execução)	29
4.1 Programação do evento (Programação)	29
4.2 Cliques e closes do dia (Fotos do Evento)	29
4.3 O que o público sentiu na pele (Pesquisa de Avaliação com o Público)	34
ANEXOS	39
ANEXO A: FOLHAS DE FLASH	39
ANEXO B: DISPOSIÇÃO DAS FOLHAS E VALORES	51
REFERÊNCIAS	53

1. ENTRE AGULHAS E IDEIAS:

1.1 de onde veio a faísca:

Desde os primórdios da nossa civilização, a humanidade demonstra fascínio pela arte de adornar a pele, como nas tatuagens. Descobertas arqueológicas indicam que a tradição de marcar ou pintar o corpo é milenar, presente em diversas culturas ao longo da história. Múmias com tatuagens datadas de 3370 a.C. e objetos com desenhos de 10.000 a.C. apontam para as origens ancestrais dessa forma de expressão (LIMA, 2020).

O termo “tattoo” tem raízes na Polinésia, vindo de “ta tau”, que representa o som produzido pelas ferramentas tribais utilizadas para tatuar. Em 1769, o explorador inglês James Cook documentou a palavra “tattow” ao testemunhar os hábitos dos povos polinésios, o que ajudou a disseminar a prática na Europa. A palavra se transformou em “tattoo” e ganhou popularidade no século XVIII (ROBLEY, 2012).

A difusão da tatuagem, no entanto, assumiu significados distintos ao redor do mundo. No Japão, até aproximadamente 250 d.C., fazer tatuagens era algo comum e aceito pela sociedade. No Período Edo (1603 a 1868 d.C.) houve a proibição de tatuagem. De acordo com Lise (2013), no Japão, uma organização notória emergiu: a yakuza. Originalmente, seus integrantes exibiam tatuagens como símbolos de posição social, poder, perseverança e tolerância ao sofrimento. Com o tempo, o grupo se expandiu e se envolveu cada vez mais em atos ilícitos. Assim, surgiu uma conotação negativa em torno das tatuagens, que começaram a ser utilizadas para identificar criminosos, perdendo seu valor cultural. Indivíduos que praticavam crimes como fraude, furto ou extorsão eram punidos com tatuagens permanentes, estigmatizando-os para sempre..

Esse estigma perdurou por muito tempo, mas começou a se transformar ao longo das décadas. Desde 1967, a tatuagem foi adotada por grupos como motoqueiros, fãs de rock e hippies como forma de rebeldia e contestação social (LE BRETON, 2007). Na década de 1980, com a criação de estúdios especializados, o aprimoramento dos equipamentos e uma nova percepção sobre o corpo, as tatuagens começaram a ser vistas de forma mais positiva (LE BRETON, 2007). Já no século 21, tornaram-se amplamente aceitas e reconhecidas como uma forma legítima de arte e expressão pessoal. Segundo Cacinelli (2024), antes associadas à marginalidade, hoje refletem

identidade, valores e senso estético. A qualificação dos tatuadores e a divulgação de seus trabalhos também contribuíram para elevar o valor cultural e artístico da prática.

Diante dessa valorização crescente, surgem espaços e momentos propícios para a celebração dessa arte. Os eventos são comemorações que marcam épocas importantes na jornada de uma pessoa, seja no âmbito individual, familiar, escolar, no trabalho, em sociedade ou na fé. Além de gerarem sensações e emoções únicas, esses momentos abrem portas para o aprendizado, o acesso à informação e a criação de laços, ajudando no progresso do jeito de ser, das crenças e das posturas das pessoas. Zanella (2012, p. 1) define que:

“Evento é uma concentração ou reunião formal e solene de pessoas e/ou entidades realizada em data e local especial, com objetivo de celebrar acontecimentos importantes e significativos e estabelecer contatos comerciais, culturais, esportivos, sociais, familiares, religiosos, científicos, etc.”

Para garantir que um evento seja bem-sucedido e atinja as metas estabelecidas, algumas ações são indispensáveis. É preciso idealizar a organização, o planejamento e a realização de maneira estratégica, levando em conta elementos como o público desejado, o espaço, o dia, os recursos, o time e o dinheiro disponível. A troca de informações eficaz, antes e durante o evento, tem um impacto grande para atrair as pessoas e fortalecer a ideia.

Foi pensando nisso que nasceu o Back To Flash: um evento criado para enaltecer a tatuagem como manifestação artística legítima, reconhecendo o valor da idealização e da técnica envolvidas. A proposta foi dar nova visibilidade a artes que não receberam atenção anteriormente, revelando sua beleza, sua técnica e a mensagem que carregam.

1.2 pesquisas que tatuaram o caminho:

O trabalho começou com uma pesquisa ampla em busca de informações que ajudassem a embasar a criação do projeto cultural focado na arte da tatuagem.

A primeira fase foi uma pesquisa bibliográfica, explorando obras sobre organização de eventos, comportamento do público e a tatuagem como manifestação estética, cultural e comercial. Recorremos a autores como Lima (2020), Robley (2012), para entendermos mais sobre tatuagem e Zanella (2012, p. 1) para nosso estudo de eventos. Além disso, foi incorporado o conceito de marketing sensorial como referência para construção de experiências significativas

no espaço do evento. Segundo Lindstrom (2012), o marketing sensorial busca ativar os cinco sentidos com o objetivo de criar conexões emocionais mais profundas entre marca e público, sendo uma abordagem relevante para estimular a memória afetiva e o engajamento dos participantes. Essa perspectiva orientou escolhas estéticas e ambientais na concepção do Back to Flash.

Pela escassez bibliográfica sobre eventos de tatuagem, optamos também pela pesquisa exploratória. Como aponta Gil (2008), esse tipo de pesquisa busca ampliar e reformular ideias, tornar os problemas mais claros ou gerar hipóteses futuras. Essa metodologia foi essencial, pois muitas decisões sobre o formato, a dinâmica e a comunicação do evento foram tomadas com base em observações, testes e conversas com profissionais. Em diálogo com tatuadores locais, presencialmente e online, surgiram relatos sobre experiências anteriores, preferências do público, sugestões de layout, organização dos atendimentos e ações promocionais. Essas trocas revelaram pontos fundamentais como a importância de oferecer boa estrutura aos profissionais, os estilos de flash mais populares e estratégias para atrair o público.

Em paralelo, foi realizada uma análise do espaço onde o evento seria realizado. A escolha do local, Blackout Tattoo Club, e a definição da estrutura física aconteceram após inspeções técnicas. Avaliamos o fluxo de pessoas, iluminação, ventilação e disposição dos móveis, com foco em conforto, praticidade e segurança para tatuadores, visitantes e colaboradores. A conversa com o responsável do estúdio foi essencial para ajustar o local às necessidades do evento, otimizando a organização e a experiência dos participantes.

Também foi necessário observar o comportamento do público nas redes sociais, especialmente em relação à divulgação e ao engajamento. A página do Instagram (@backtoflashink) foi criada como ponto central de comunicação e conexão com o público. Por meio dela, foi possível entender melhor os interesses dos seguidores, os estilos de tatuagem mais chamativos e os elementos que gostariam de ver no evento. A identidade visual foi desenvolvida por um designer gráfico, enquanto o designer artístico cuidou da harmonia estética das publicações. As reações do público — enquetes, curtidas, comentários e compartilhamentos — orientaram a linguagem, o visual e algumas decisões estratégicas. Após a fase inicial, a página se consolidou como perfil oficial do evento.

As interações com os tatuadores nas etapas preparatórias e durante o evento permitiram compreender suas expectativas sobre atendimento, precificação, organização dos materiais e

agendamento. Já as conversas com visitantes forneceram percepções sobre o ambiente, as atrações e os elementos visuais.

Esse processo de escuta ativa foi fundamental para alinhar o evento às demandas reais dos participantes. Como destaca Matias (2015), a investigação é essencial ao planejar eventos culturais, pois permite decisões mais assertivas, sustentadas por dados e pela compreensão do público. Assim, a integração entre teoria, reconhecimento de campo e prática resultou em uma proposta original e coerente com o universo da tatuagem independente.

Além disso, consideramos relevante acompanhar a recepção do público por meio de métricas das redes sociais, como o crescimento dos seguidores, o número de curtidas nas postagens e a participação nas enquetes realizadas nos stories. Esses dados reforçaram o potencial do evento como produto cultural de engajamento espontâneo e mostraram o impacto da comunicação visual e da linguagem escolhida. Esse monitoramento possibilitou ajustes pontuais no conteúdo, garantindo que a narrativa do projeto permanecesse alinhada às expectativas do público.

Também foi importante observar as trocas informais com os visitantes durante o dia do evento. Muitos deles relataram espontaneamente sensações positivas sobre o clima acolhedor, a decoração, a proposta de reutilizar flashes e a possibilidade de conhecer tatuadores de fora da cidade. Esses depoimentos contribuíram para reforçar a ideia de que o Back to Flash não se tratava apenas de um evento comercial, mas de uma experiência afetiva e simbólica compartilhada entre artistas e público.

1.3 o evento na pele:

O projeto desenvolvido resultou na realização do evento Back To Flash, concebido como uma experiência cultural urbana voltada à valorização da tatuagem enquanto expressão estética, simbólica e identitária entre jovens públicos. Realizado em 17 de maio de 2025, no estúdio Blackout Tattoo Club (Vila Velha – ES), o evento teve duração de dez horas, das 10h às 20h, reunindo artistas, parceiros locais e visitantes em torno de uma proposta visual, interativa e sensorial.

Partindo da ideia de que eventos culturais são espaços de trocas simbólicas e produção de sentidos, Back To Flash buscou criar um ambiente integrador, dialogando com o pensamento de Le Breton (2002) sobre a tatuagem como linguagem do corpo e expressão da identidade. Estiveram presentes nove tatuadores — seis residentes do estúdio e três convidados — e foram

exibidas 27 folhas A3 com mais de 200 desenhos autorais (ANEXO A). As folhas estavam fixadas nas paredes, com esferas coloridas identificando os preços em uma tabela visual (ANEXO B), facilitando a escolha e o fluxo de atendimento

Cerca de 60 pessoas passaram pelo evento ao longo do dia, entre visitantes, tatuadores e equipe. O público começou a chegar por volta das 11h, e o ambiente foi marcado por conversas, trocas e descontração. A experiência social reforça o que Lise e Gauer (2013) apontam sobre o papel dos eventos como dispositivos de sociabilidade e construção coletiva de significados.

A ambientação foi pensada para promover conforto e identidade visual. O espaço contou com música ambiente, mesa de sinuca e uma disposição fluida, que favoreceu o acolhimento e a visibilidade dos flashes. Cada pessoa tatuada recebia adesivos com artes dos tatuadores como lembrança afetiva — prática que remete ao conceito de prolongamento simbólico da vivência por meio de estímulos sensoriais (Lima, 2020).

A alimentação gratuita foi oferecida pelo parceiro Açaí Premium, que distribuiu potes de açaí aos participantes. A loja Bebacatu, também parceira, ofereceu bebidas artesanais para venda e degustação. A oferta de alimentos em eventos culturais, segundo Barbosa (2006), atua como elemento de hospitalidade que contribui para o estabelecimento de vínculos simbólicos entre os participantes e o ambiente, reforçando sentimentos de acolhimento e pertencimento. Ao final, mais de 70% dos participantes preencheram o questionário avaliativo (SEÇÃO 4.3). Como incentivo, um sorteio exclusivo foi promovido pela loja parceira Bolt para aqueles que responderam ao formulário.

A identidade visual — composta por logotipo, paleta de cores e tipografia — foi concebida pela autora do projeto com base nos valores e na proposta conceitual do evento. O desenvolvimento visual buscou representar, de forma sensível e estratégica, a revalorização da arte dos flashes tradicionais, comunicando autenticidade, originalidade e coerência estética. Embora tenha contado com o apoio técnico de um designer gráfico para a finalização de peças e de um designer artístico nas sugestões visuais do Instagram, todas as decisões criativas e direcionamentos partiram da autora, que atuou como responsável pelo conceito, briefing e direção de arte de todo o material.

Conforme argumenta Santaella (2012), a identidade visual é um sistema de signos que traduz valores e significados da marca ou evento, sendo fundamental para a criação de uma experiência

sensível e coerente com a proposta comunicacional. A gestão do perfil @backtoflashink também esteve sob responsabilidade da autora, que realizou o planejamento da linha editorial, a curadoria estética e a produção dos conteúdos visuais e interativos. A página funcionou como principal canal de comunicação, apresentando os tatuadores, artes, enquetes e postagens estratégicas. Além disso, a autora também foi responsável por toda a produção prática do evento, incluindo o gerenciamento da organização e a criação dos materiais gráficos.

Back To Flash foi um evento independente, envolvendo planejamento de comunicação, curadoria artística e mobilização comunitária. Toda a documentação — registros fotográficos, cronograma, orçamento, identidade visual, lista de tatuadores e resultados da avaliação — está disposto nesse relatório.

2. RISCANDO O PLANEJAMENTO:

2.1 o traço antes da agulha:

Março: Pesquisa e planejamento inicial

- Realização de pesquisas bibliográficas sobre eventos e a cultura da tatuagem, com base em fontes acadêmicas e de mercado.
- Investigação de eventos similares realizados nacional e internacionalmente.
- Elaboração do posicionamento comunicacional do evento: mensagem, tom de voz, diferenciais e conexão com o público-alvo.
- Estruturação do planejamento estratégico de comunicação, incluindo objetivos, canais de divulgação, etapas de conteúdo e metas de engajamento.
- Reunião técnica com os gestores do espaço físico do evento.
- Definição da data e estimativa de público.
- Mapeamento e escolha de patrocinadores potenciais com base na afinidade de marca.

Prazo: 31/03/2025

Março/Abril: Estruturação visual e captação

- Elaboração e aprovação da identidade visual do evento.
- Abertura e configuração profissional do perfil no Instagram.

- Início da comunicação digital com conteúdo introdutório.
- Contato e formalização da participação dos tatuadores.
- Captação ativa de patrocinadores e parceiros.

Prazo: 30/04/2025

Abril/Maio: Divulgação, produção e alinhamentos

- Criação do material gráfico (flyer oficial, stories, destaques).
- Apresentação dos tatuadores e apoiadores por meio de postagens.
- Reuniões estratégicas com a equipe organizadora e com os tatuadores.
- Impressão de materiais físicos: folhas de flash, adesivos, cartazes.
- Produção de conteúdo audiovisual para reels e stories..
- Criação de formulário de avaliação de satisfação (Google Forms).
- Reuniões com a equipe e tatuadores.

Prazo: 16/05/2025

16/17 de maio: Execução do evento.

- Preparação do espaço físico.
- Verificação dos materiais individuais dos tatuadores.
- Organização visual das folhas de flash e precificação..
- Ambientação dos convidados e entrega de brindes.
- Recebimento da mercadoria dos patrocinadores.
- Realização de cobertura fotográfica e audiovisual do evento.
- Aplicação do formulário de satisfação ao final da experiência.

Maio/Junho: Pós-produção, avaliação e encerramento

Após a realização do evento, iniciou-se a etapa de pós-produção, fundamental para o fechamento profissional do projeto e para a consolidação dos aprendizados. A autora coletou feedbacks do público por meio de um formulário de avaliação digital (Google Forms), além de receber comentários informais e elogios presenciais e pelas redes sociais, reconhecendo a organização e o conceito do evento. Também foram considerados os retornos espontâneos de tatuadores e parceiros, que destacaram a estrutura, a proposta e a fluidez da experiência.

Paralelamente, foram organizados os registros do evento — incluindo fotografias realizadas com câmera digital, vídeos e imagens produzidas por convidados e pela própria autora — compondo a base documental do projeto. Parte desse conteúdo foi publicada no Instagram oficial do evento (@backtoflashink), incluindo uma postagem de agradecimento aos participantes e apoiadores, representando o encerramento público da ação.

No aspecto financeiro, foi realizado o fechamento dos custos viabilizados pela autora, com controle das despesas com papelaria, impressão de folhas de flashes e adesivos, totalizando R\$292,50. Os apoios institucionais e as doações em serviços e produtos — essenciais para a viabilidade do evento — não foram contabilizados por não envolverem repasse financeiro direto.

Por fim, todo o material desenvolvido — incluindo registros visuais, cronogramas, orçamentos, formulários, identidade visual e relatórios — foi devidamente armazenado como parte do dossiê do evento. Essa organização visa não apenas documentar o processo, mas também facilitar futuras edições, otimizando tempo, recursos e estratégias com base na experiência adquirida.

2.2 briefing: o decalque

Nome do evento: Back To Flash

Data do evento: 17/05/2025

Horário do evento: 10h às 20h

Local: Blackout Tattoo Club — Rua Humberto Pereira, nº 153, Praia de Itaparica, Vila Velha - ES

Formato: Presencial

Organizador: Manuela De Carvalho Prata

Cliente: Público interessado em tatuagem, arte e cultura alternativa na região de Vila Velha - ES

Objetivo:

O objetivo principal da autora é, através do evento Back To Flash, fortalecer o senso de identidade e pertencimento da comunidade alternativa da Grande Vitória, por meio da

valorização da tatuagem como forma legítima de expressão cultural e artística. A programação contou com ações simbólicas e de interação, como tatuagens flash com artistas locais e convidados, distribuição de brindes, além de experiências sensoriais com música ambiente, açaí gratuito, sinuca e Bebacatu.

O evento teve também o objetivo de enaltecer e evidenciar a importância da cena independente e do público jovem na construção e preservação de espaços culturais urbanos. Ao reunir artistas e público em um ambiente colaborativo e acessível, o Back To Flash buscou reforçar o protagonismo criativo da comunidade tatuadora e estimular uma maior valorização das manifestações culturais contemporâneas que ocupam os centros urbanos.

As atrações foram pensadas para promover uma conexão emocional entre os participantes e os artistas, destacando a potência transformadora da arte na pele como linguagem simbólica, capaz de contar histórias individuais e coletivas, e de inspirar pertencimento, orgulho e resistência cultural.

Público-alvo:

Público jovem e adulto, com interesse em tatuagem, arte e cultura underground. O evento foi pensado para atrair tanto frequentadores do estúdio quanto novos públicos da região.

- Evento de porte pequeno com público estimado de 60 a 100 pessoas.
- Público direcionado: comunidade local, jovens da cena alternativa, artistas e entusiastas de tatuagem e cultura visual.

Atrações:

- Procedimentos de tatuagem realizados por nove tatuadores participantes;
- Distribuição gratuita de açaí ao longo de todo o evento (parceria com a Açaí Premium)
- Degustação de bebidas artesanais da marca Bebacatu;
- Disponibilização de mesa de sinuca de uso livre para o público;
- Sorteio de camiseta realizado em parceria com a marca Bolt;
- Espaço de integração e fortalecimento comunitário: o evento proporcionou um ambiente de acolhimento e troca entre tatuadores, apreciadores da arte e visitantes, promovendo a circulação de ideias, experiências e afetos em torno da tatuagem

enquanto expressão artística e cultural. Essa dimensão relacional e simbólica constituiu-se como um dos principais atrativos da iniciativa.

Tom de comunicação:

- A comunicação do Back To Flash foi pensada com base em uma linguagem informal, acessível e autêntica, mas sem abrir mão da sensibilidade estética e de certa elegância na forma de se conectar com o público. O tom adotado buscou refletir o espírito do evento: inclusivo, artístico, urbano e colaborativo. Utilizou traços de humor e espontaneidade como recursos estratégicos para criar proximidade, reforçando o senso de comunidade e o pertencimento entre os envolvidos. Ao mesmo tempo, esse tom dialoga com a natureza multidisciplinar da tatuagem, que integra diferentes formas de arte e expressão: do desenho à poesia, da fotografia ao cinema, da arte abstrata aos símbolos tribais. Essa diversidade simbólica foi traduzida em uma comunicação visual e verbal que acolhe diferentes repertórios e subjetividades, reforçando a ideia de que tatuar é, também, contar histórias e materializar afetos. A comunicação do evento considerou predominantemente o público jovem, alternativo e ligado ao universo da tatuagem e das artes visuais, mas sem restringi-lo. Desde sua concepção, o evento se apresentou como um espaço aberto à diversidade etária, de estilos e de referências. Essa diversidade se refletiu no público presente, que incluiu pessoas de diferentes faixas etárias, famílias, crianças e adultos. A escolha por uma linguagem acessível, com tom direto e visual expressivo, permitiu que o evento fosse compreendido e apreciado por todos, mantendo-se próximo, afetivo e genuíno em cada contato.

Objetivos de comunicação:

- Estabelecer uma conexão direta e afetiva com o público, usando uma linguagem que reflita a identidade da cena alternativa e da cultura da tatuagem;
- Engajar o público como parte ativa do evento, reforçando o sentimento de pertencimento e valorizando a construção coletiva;
- Dar visibilidade aos artistas participantes e aos apoiadores locais, ampliando o alcance da proposta cultural de forma orgânica e acessível.

Infraestrutura e logística:

- **Local do evento:** Blackout Tattoo Club — estúdio de tatuagem consolidado na região, com dois andares: o térreo funciona como recepção e área de convivência para o público, enquanto o segundo andar abriga o estúdio em si, com diversas macas disponíveis para os tatuadores. O local foi escolhido por sua estrutura já preparada para esse tipo de evento, além da identidade visual e cultural alinhada à proposta do Back To Flash.
- **Necessidades técnicas:** Por se tratar de um estúdio em pleno funcionamento, o espaço já conta com toda a infraestrutura necessária para a realização de tatuagens, como pontos de energia, iluminação adequada, ventilação e mobiliário apropriado, não sendo necessária a adaptação técnica para o evento.
- **Acessibilidade:** O local possui acesso térreo para a recepção, facilitando a entrada do público. No entanto, o estúdio onde ocorrem as tatuagens fica no segundo andar, acessível apenas por escadas — um ponto registrado como aspecto a ser melhorado em futuras edições, no que diz respeito à acessibilidade plena para pessoas com deficiência.

Recursos humanos:

- Organizadora (produção, comunicação, gesto das redes)
- Apoio dos donos do Blackout (curadoria dos tatuadores e organização de filas e pagamentos)
- 9 tatuadores participantes (6 locais e 3 convidados de fora)
 1. **Dello (@delloink)** – Dello atua com um estilo marcante no neo tradicional e old school, trazendo composições vibrantes, sombreados ousados e linhas consistentes. Seu trabalho combina cores intensas com temáticas clássicas da tatuagem tradicional, adaptadas com personalidade.
 2. **Gabi (@xgabink)** – Gabi trabalha com blackwork, explorando o contraste entre traços sólidos e composições de forte presença visual. Seu portfólio inclui desenhos autorais e figuras simbólicas, marcadas por intensidade gráfica e estética contemporânea.
 3. **Jordan (@jordanboziart)** – Jordan desenvolve seus trabalhos em blackwork, com uma abordagem voltada para elementos experimentais e artísticos. Suas

tatuagens combinam composição, simetria e densidade, criando peças com forte impacto visual e conceito.

4. **Julia (@_juliafranca)** – Julia atua com blackwork e fineline, trazendo leveza e delicadeza em seus traços. Seu estilo é voltado para composições poéticas, florais e simbólicas, sempre com foco na estética minimalista e emocional.
 5. **Patrick (@ttt.trug)** – Patrick mescla blackwork com influências de neo tribal e arte abstrata, resultando em tatuagens expressivas, conceituais e com identidade única. Seu trabalho se destaca pela combinação de formas orgânicas, ritmo visual e intensidade.
 6. **Thales (@thales.tattoo)** – Thales desenvolve tatuagens em blackwork com foco em contraste, profundidade e composição gráfica. Seu estilo é limpo, impactante e explora temáticas diversas com precisão técnica e apuro visual.
 7. **Vic (@vicctatua)** – Vic atua com fineline, explorando tatuagens sutis, delicadas e marcadas por significados pessoais. Seu trabalho envolve símbolos, palavras e traços finos que valorizam o detalhe, o espaço negativo e a sensibilidade da arte.
 8. **Sier (@siertattoo)** – Sier trabalha com realismo e blackwork, produzindo tatuagens de alta precisão e acabamento técnico. Seu estilo transita entre retratos, figuras humanas, natureza e composições dramáticas, com uso refinado de luz e sombra.
 9. **Nicoli (@nicoliramos.tattoo)** – Nicoli é especialista em fineline, com um estilo voltado à delicadeza, fluidez e simbologia pessoal. Suas tatuagens são minimalistas e detalhadas, refletindo sensibilidade e identidade com traços elegantes.
- Designer gráfico (criação de identidade visual e flyer)
 - Designer artístico (criação)
 - Fotógrafo (cobertura do evento)

Recursos físicos:

- **Espaço físico – Blackout Tattoo Club:** O evento aconteceu no Blackout Tattoo Club, estúdio localizado em Vila Velha – ES, com estrutura ampla dividida em dois andares. O primeiro andar foi utilizado como área de convivência e recepção do público, decorado com quadros, grafites e elementos que remetem à cultura urbana e artística da

tatuagem. O segundo andar concentrou a parte técnica do evento, com 9 macas organizadas para os procedimentos de tatuagem, garantindo conforto, fluidez e segurança. O ambiente é bem iluminado, arejado e adequado para o atendimento simultâneo dos tatuadores.

- **Área de convivência – Interna e externa:** No térreo, o público pôde interagir em um espaço descontraído, com acesso livre à mesa de sinuca e aos demais ambientes do estúdio. Do lado de fora, foi montada uma área complementar com uma mesa de madeira, cadeiras e bancos, oferecendo um espaço ao ar livre para descanso, alimentação e integração entre os participantes.
- **Materiais fornecidos pelo estúdio:** O estúdio disponibilizou insumos essenciais para a realização dos atendimentos, como luvas descartáveis, papel toalha, plástico filme, sabão, álcool e iluminação adequada. Além disso, uma impressora foi utilizada para a produção dos decalques das tatuagens. Esses itens foram compartilhados entre os tatuadores, seguindo os padrões básicos de higiene e segurança.
- **Materiais pessoais dos tatuadores:** Cada artista levou seus próprios equipamentos de trabalho, incluindo máquinas de tatuar, tintas, fontes, pedais, agulhas, biqueiras e materiais auxiliares. O uso dos materiais individuais permitiu que cada tatuador mantivesse seu estilo e organização próprios, dentro das normas de biossegurança.
- **Flashes e ambientação visual:** As artes de tatuagem foram impressas previamente e coladas nas paredes do espaço, compondo o cenário do evento e funcionando como um catálogo visual para os visitantes escolherem suas tatuagens. Essa disposição também contribuiu para valorizar esteticamente as obras, transformando o local em uma pequena galeria.
- **Brindes e produtos promocionais:** Durante o evento, o público teve acesso a brindes como açaí gratuito (parceria com Açaí Premium), degustação de bebidas da marca Bebacatu e sorteio de uma camiseta da marca Bolt, como parte das estratégias de engajamento e experiência do público.
- **Equipamento de registro – Câmera fotográfica:** Uma câmera fotográfica foi emprestada pela Universidade Vila Velha (UVV) para registrar momentos do evento. As imagens captadas foram utilizadas para divulgação nas redes sociais e também fazem parte do acervo do projeto.

Orçamento:

O custo direto desembolsado pela autora foi de R\$ 292,50, destinados à produção de itens gráficos e promocionais:

- Impressão da papelaria do evento (folhas de flash, informativos de cuidados, regras do evento, adesivos com QR Code para avaliação);
- Impressão dos adesivos entregues como brinde a quem realizava uma tatuagem;

No entanto, o valor total necessário para a realização do evento ultrapassa esse montante. Graças ao apoio e parceria com o Blackout Tattoo Club, que forneceu o espaço físico completo, estrutura de atendimento com nove macas, materiais descartáveis para os procedimentos (luvas, papel toalha, plástico filme, sabão, álcool, iluminação e impressora), o evento pôde ser realizado com qualidade e profissionalismo, sem a necessidade de custos com aluguel ou insumos básicos.

Além disso, outros patrocinadores contribuíram com recursos não financeiros, ampliando a experiência do público:

- Açai Premium: fornecimento gratuito de açaí durante o evento;
- Bebacatu: degustação gratuita de bebidas;
- Marca Bolt: apoio no sorteio com uma camiseta;
- Universidade Vila Velha (UVV): empréstimo de câmera fotográfica para registro do evento.

3. TINTA NO PAPEL:

3.1 o conceito por trás do flash:

Nome do evento: Back To Flash

Tema: Arte e Comunidade

Cliente: Comunidade artística local e frequentadores do Blackout Tattoo Club

O conceito do evento Back To Flash foi cuidadosamente elaborado para ressignificar criações artísticas que, apesar de carregarem identidade e potencial, não haviam sido vendidos anteriormente. A proposta parte de um olhar afetuoso para esses desenhos autorais que não foram tatuados — não por falta de qualidade, mas por uma questão de tempo, ocasião ou acaso.

Assim, o evento surge como uma tentativa de dar nova vida à arte deixada de lado, reconhecendo a dedicação dos tatuadores e o valor simbólico dessas criações.

A ideia era objetiva, mas carregada de significado: permitir que artistas trouxessem de volta flashes antigos e pudessem agora encontrar um novo público, um novo corpo, uma nova história para carregar essas imagens. Essa reconexão com a própria produção impulsiona a economia criativa dos tatuadores e convida o público a valorizar aquilo que já existe, mas ainda não foi descoberto.

A escolha de realizar um evento como produto de TCC surgiu da intenção da autora de aplicar, na prática, os conhecimentos adquiridos ao longo do curso de Publicidade e Propaganda, experimentando o planejamento e a execução de uma ação real voltada ao mercado de eventos. A convivência com amigos tatuadores, aliada ao interesse pessoal pelo universo artístico e simbólico da tatuagem, motivou o direcionamento temático. Back To Flash nasceu, portanto, da convergência entre vivência, formação acadêmica e desejo de construir um projeto autoral com relevância cultural e comunicacional. O evento se configurou como uma via de mão dupla, na qual todos os envolvidos contribuíram e se beneficiaram: os artistas, o público e a própria idealizadora.

A estrutura do espaço também colaborou com a proposta. O primeiro andar do Blackout Tattoo Club foi utilizado para ambientação e integração do público, com música, sinuca, açaí gratuito e bebidas artesanais. No segundo andar, onde aconteciam os procedimentos de tatuagem, nove macas foram disponibilizadas em um ambiente organizado e funcional. As artes foram impressas com antecedência e expostas nas paredes do estúdio como em uma pequena galeria, permitindo ao público uma experiência mais sensível na escolha dos flashes.

A atmosfera do evento foi pensada para estimular os sentidos e criar um momento marcante para os participantes. Essa abordagem se relaciona com o conceito de marketing sensorial, que, segundo Lindstrom (2012), consiste em “ativar os cinco sentidos com o objetivo de criar experiências mais memoráveis, construindo conexões emocionais entre marca e consumidor”.

No Back to Flash, cada sentido foi mobilizado de forma sutil e integrada:

- **Visão:** as paredes do estúdio foram utilizadas como espaço expositivo para os flashes dos tatuadores, proporcionando ao público uma experiência visual semelhante à de uma galeria de arte alternativa, com forte apelo estético e autoral.

- **Audição:** a trilha sonora com gêneros urbanos e alternativos contribuiu para o clima descontraído e jovem, acompanhando a movimentação das pessoas e a dinâmica do evento.
- **Olfato:** o ambiente fechado do primeiro andar, com presença constante do público, carregava o aroma característico de um estúdio de tatuagem — uma mistura de tinta, produtos de limpeza e presença humana — gerando uma ambientação autêntica e reconhecível, especialmente para quem já frequenta esse tipo de espaço.
- **Paladar:** os participantes puderam degustar gratuitamente o açaí oferecido por uma das marcas apoiadoras, além das bebidas disponibilizadas pela Bebacatu, reforçando o acolhimento e o caráter festivo da experiência.
- **Tato:** o público teve contato físico com os materiais gráficos produzidos para o evento — como informativos e adesivos — além da própria experiência tátil e simbólica da tatuagem, que envolve toque, dor e permanência na pele.

Esses estímulos sensoriais foram incorporados com o objetivo de criar uma vivência coletiva e memorável, aprofundando a conexão entre os visitantes, os artistas e o ambiente onde a arte se manifestava.

Em sua essência, o Back To Flash propôs um reencontro com a arte esquecida. Mais do que vender tatuagens, o evento procurou abrir espaço para que cada flash encontrasse, enfim, sua pele.

Foi sobre dar novas oportunidades — às artes, aos artistas e aos encontros.

Inspiração e propósito:

A inspiração para o Back To Flash surgiu da convivência com amigos tatuadores e da escuta atenta às suas rotinas, desafios e frustrações. Entre esses relatos, um aspecto se destacava: a quantidade de flashes autorais produzidos com cuidado e identidade que acabavam esquecidos, sem nunca terem sido tatuados. Não por falta de qualidade, mas por circunstâncias aleatórias — tempo, ocasião, escolha. Essa constatação despertou o desejo de criar um espaço de valorização para essas artes que, mesmo deixadas de lado, ainda carregavam potência simbólica e criativa.

Mais do que um evento pontual, o Back To Flash nasce como uma proposta de colaboração e afeto. De um lado, o intuito de impulsionar artistas locais a revisitar suas produções e a redescobrir nelas novas oportunidades de visibilidade e renda. De outro, o anseio pessoal da idealizadora em desenvolver um projeto significativo que representasse sua trajetória acadêmica, afetiva e criativa como Trabalho de Conclusão de Curso. O evento se estabelece, assim, como uma via de mão dupla: um movimento coletivo em que todos — artistas, público e produção — contribuem e se beneficiam.

A mensagem do evento está ancorada na valorização da arte autoral e da coletividade, bem como na importância dos encontros presenciais em um mundo cada vez mais digital. Ao promover o reaproveitamento criativo, o Back To Flash evidencia que a arte não perde valor com o tempo — pelo contrário, ela pode ganhar novos sentidos e encontrar novos corpos quando circula em espaços vivos de troca, afeto e pertencimento.

Experiência do público:

A experiência que o Back To Flash propõe ao público vai além da simples escolha de uma tatuagem. O evento se apresenta como um espaço de encontro e descoberta, onde cada participante se sente acolhido, representado e parte de uma rede criativa viva. Ao transformar o estúdio em uma espécie de galeria sensorial, a proposta é criar uma atmosfera imersiva, capaz de despertar emoções, ativar os sentidos e estimular conexões genuínas entre artistas e visitantes. O objetivo é que o público vivencie a arte de forma acessível, afetiva e interativa — reconhecendo valor naquilo que já existe, mas que ainda não encontrou seu lugar no mundo. Em um tempo marcado pelo consumo rápido e pelos vínculos efêmeros, o evento oferece um momento de pausa, presença e pertencimento.

3.2 quem é a nossa pele-alvo:

O público que se pretendia alcançar no Back To Flash era majoritariamente composto por jovens e adultos interessados em tatuagem, arte autoral e cultura alternativa. A expectativa era atrair pessoas que já frequentavam o estúdio Blackout Tattoo Club ou que tivessem algum tipo de vínculo com os tatuadores participantes. Também se buscava a presença de artistas visuais, profissionais da cena criativa local, pequenos empreendedores, amigos e familiares dos expositores, além de visitantes curiosos da região que viessem a saber do evento por meio das redes sociais.

Ainda que a maior parte do público-alvo estivesse inserida em contextos ligados à arte e à tatuagem, o evento também se propunha a acolher pessoas com perfis diversos, incluindo indivíduos interessados apenas em conhecer a proposta, prestigiar os artistas ou viver uma experiência diferente no município. Essa variedade pretendia contribuir para uma atmosfera plural, intimista e colaborativa, reforçando a ideia de um espaço aberto ao encontro e à troca de vivências, independentemente do grau de envolvimento prévio com o universo da tatuagem.

3.3 quanto custa tatuar uma ideia:

Apesar do baixo custo direto envolvido, o Back To Flash mobilizou uma estrutura significativa que só foi possível graças à articulação com parceiros locais. Abaixo, estão discriminados os custos diretos desembolsados pela autora. Já os valores estimados dos recursos viabilizados por meio de apoio e colaboração, não tem como serem descritos.

Recursos Financeiros:

Item:	Valor:
Papelaria do evento:	R\$80,50
Folhas de flashs (A3):	R\$140,00
Adesivos de brinde:	R\$72,00

Os custos que o orçamento cumpriu se baseia em:

Papelaria do evento-

- 1 flyer tamanho A4 para fotos de divulgação, custando R\$3,50.
- 4 folhas de adesivos com o QR code de preenchimento do questionário de avaliação do evento, cada uma custando R\$3,00 , totalizando no custo de R\$12,00.
- 4 folhas de adesivos com a logo do evento, cada uma custando R\$3,00 , totalizando no custo de R\$12,00.
- 15 cartões com informações de cuidados com a tatuagem, cada uma custando R\$2,20, o que totalizou no custo de R\$33,00.
- 10 cartazes (A4) com QR code grande para o preenchimento do questionário de avaliação do evento, cada um custando R\$2,00 , totalizando R\$20,00.

Folhas de flash-

- 20 folhas de flashes em tamanho A3, cada uma custando R\$7,00 , totalizando no custo de R\$140,00 reais.

Adesivos de brinde-

- 180 adesivos de brinde para os convidados, custando R\$0,40 cada, totalizando R\$72,00.

Recursos físicos:

Além dos custos diretos arcados pela autora, o evento Back To Flash contou com uma série de recursos físicos viabilizados por meio de parcerias e apoios institucionais, fundamentais para sua realização. Embora não tenham sido contabilizados financeiramente, esses apoios representaram uma estrutura significativa.

A marca Açaí Premium forneceu gratuitamente 100 unidades individuais de açaí, distribuídas entre os participantes como parte da experiência sensorial e de acolhimento do público. Já a loja Bebacatu cedeu 12 garrafas de 500ml para degustação gratuita e 40 unidades para venda direta durante o evento, colaborando com a ambientação festiva e com a valorização de marcas locais.

O estúdio Blackout Tattoo Club disponibilizou o espaço físico para o evento por 10 horas contínuas, incluindo as duas áreas utilizadas: o primeiro andar, destinado à recepção e convivência, e o segundo andar, onde ocorreram os atendimentos. Além disso, o estúdio ofereceu materiais descartáveis de uso profissional (como papel-toalha, luvas, plásticos de proteção e outros insumos básicos), bem como infraestrutura completa: energia elétrica, abastecimento de água, mobiliário, atendimento ao público e suporte logístico.

Esses apoios possibilitaram a realização do evento com qualidade, conforto e segurança, garantindo que os recursos financeiros disponíveis fossem direcionados aos elementos gráficos e estruturais de comunicação e identidade visual.

3.4 metas que deixamos marcadas:

O evento Back To Flash teve como objetivo principal a comercialização dos desenhos autorais dos tatuadores participantes, com foco em trabalhos exclusivos ainda não tatuados

anteriormente, proporcionando uma oferta diferenciada ao público. Além disso, buscou-se promover o reconhecimento e a valorização do trabalho artístico dos profissionais envolvidos, consolidando a tatuagem como uma forma legítima de expressão estética e cultural.

Outra meta relevante foi garantir que o público presente experimentasse uma ambientação acolhedora e visualmente estimulante, criando uma experiência diferenciada que fugisse do comum, porém sem pretensões de inovação radical. O evento priorizou a criação de um ambiente que favorecesse a interação, o conforto e o envolvimento do público com a cultura da tatuagem.

Adicionalmente, o Back To Flash objetivou fortalecer a rede de contatos entre tatuadores, parceiros e visitantes, fomentando o sentido de comunidade e pertencimento dentro do universo da tatuagem.

Considerando que o evento serviu como tema para a elaboração do Trabalho de Conclusão de Curso (TCC), o sucesso foi avaliado com base na quantidade e qualidade da participação do público, bem como no feedback obtido por meio do formulário de avaliação aplicado durante a atividade. Não foi estabelecida uma meta quantitativa fixa para o público, mas a participação alcançada foi considerada satisfatória para os propósitos do projeto.

Por fim, o evento buscou criar uma atmosfera que incentivasse a integração dos participantes à cultura da tatuagem, destacando o desenho corporal como meio de expressão estética, simbólica e identitária.

3.5 a marca na pele: estilo e identidade

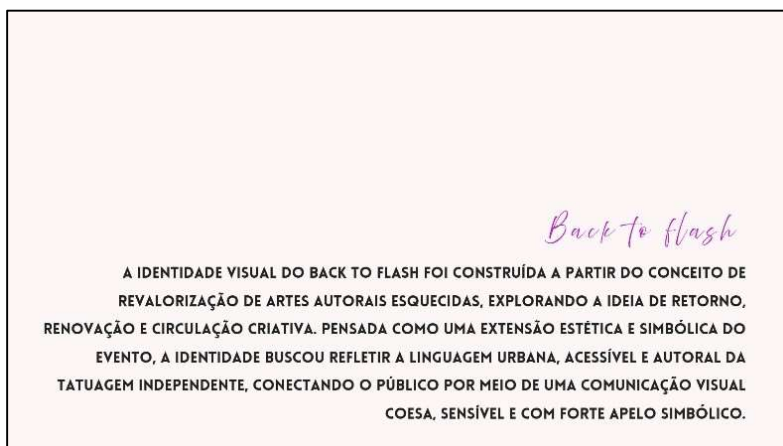
Este estudo explora a concepção e realização de um evento, visando oferecer uma vivência plena aos participantes, ressaltando a relevância do desenvolvimento de uma identidade visual impactante.

Durante o processo de desenvolvimento da identidade visual, a autora contou com a colaboração do design Luís Henrique Raposo

Identidade Visual:



Conceito:



Logo:



Paleta de cores:

Paleta de cores

A PALETA DE CORES, COMPOSTA POR TONS ESCUROS E VIBRANTES COMO ROXO, MAGENTA E PRETO, CONTRASTADOS COM BRANCO SUAVE, FOI ESCOLHIDA PARA REFORÇAR A IDEIA DE CONTRASTE E IDENTIDADE MARCANTE. ESSAS CORES COMUNICAM INTENSIDADE, CRIATIVIDADE E PERTENCIMENTO, ALINHADAS AO UNIVERSO ALTERNATIVO E SIMBÓLICO DA TATUAGEM. A APLICAÇÃO DAS CORES BUSCOU SEMPRE MANTER EQUILÍBRIO VISUAL E DESTACAR OS ELEMENTOS ESSENCIAIS NAS PEÇAS GRÁFICAS.

#341212

#2A2726

#C711C5

#3E0C65

#FEF7F7

Tipografia:

Tipografia

A TIPOGRAFIA UTILIZADA COMBINA TRÊS FONTES PRINCIPAIS: ABOVE THE BEYOND SCRIPT, COM TRAÇOS CALIGRÁFICOS E EMOTIVOS; MILEAST, COM UMA ESTRUTURA MAIS SÓLIDA E ELEGANTE; E LOVELO, UMA FONTE GEOMÉTRICA E MODERNA, USADA EM TÍTULOS E ELEMENTOS DE DESTAQUE PARA REFORÇAR IMPACTO VISUAL E IDENTIDADE URBANA. ESSA COMBINAÇÃO VISA EQUILIBRAR SENSIBILIDADE E CLAREZA, EXPRESSANDO TANTO O LADO AFETIVO DO EVENTO QUANTO SUA ORGANIZAÇÃO E PROFISSIONALISMO COMO PROJETO DE TCC.

MILEAST

LOVELO

Above The Beyond Script

Flyer oficial:

Flyer oficial

O FLYER OFICIAL DO EVENTO FOI UMA DAS PRINCIPAIS PEÇAS DE DIVULGAÇÃO E SERVIU COMO VITRINE VISUAL DA IDENTIDADE CONSTRUÍDA. NELE, TODOS OS ELEMENTOS – LOGOTIPO, PALETA CROMÁTICA, TIPOGRAFIA E COMPOSIÇÃO – FORAM ARTICULADOS DE MANEIRA ESTRATÉGICA PARA CAPTAR A ATENÇÃO DO PÚBLICO E COMUNICAR DE FORMA DIRETA O CONCEITO DO EVENTO. SUA FUNÇÃO FOI TANTO INFORMATIVA QUANTO SIMBÓLICA, FUNCIONANDO COMO PEÇA DE RECONHECIMENTO DA MARCA DO EVENTO.



4. O GRANDE DIA: A TATUAGEM ACONTECEU

4.1 programação do evento:

Horário: 10h às 20h

10:00 Abertura do estúdio ao público.	• Abertura do evento ao público para entrarem e conhecerem o espaço e o evento.
11:00 Início da distribuição de Açaí e Bebacatu.	• Após a chegada dos produtos e organização no espaço do evento, começaram a ser distribuídos o açaí e as amostras de Bebacatu.
20:00 Encerramento dos atendimentos de tatuagem.	• Finalização dos atendimentos, exceto os que ainda estavam em andamento no andar de cima e fechamento do estúdio para o público.

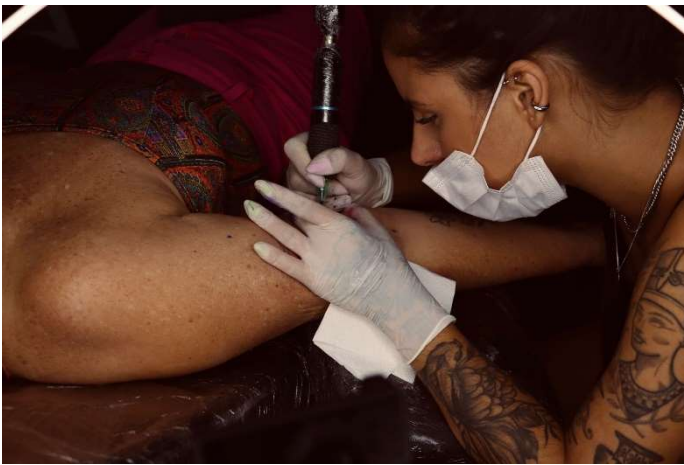
4.2 cliques e closes do dia:













Acesse todas as fotos do “Back To Flash” pelo link:
<https://drive.google.com/drive/folders/1lApe-5x2RdL3bqn1J4u2a8ip6DJ2kUIE>

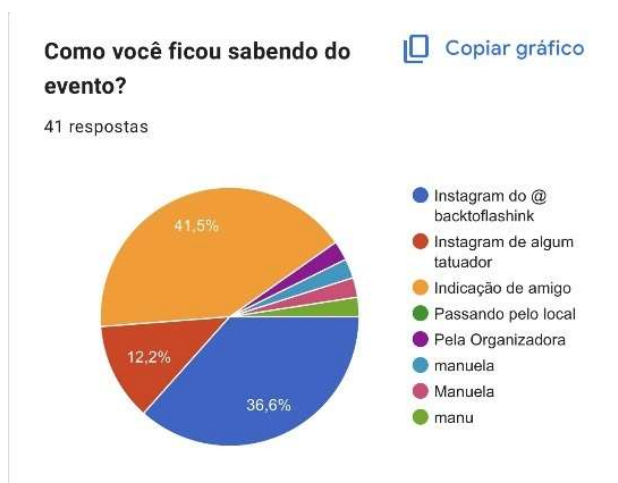
4.3 O que o publico sentiu na pele:

Perguntas realizadas:

1. Como você ficou sabendo do evento?
2. O que te motivou a participar do “Back To Flash”?
3. Você tatuou no evento?
4. Caso não tenha conseguido, foi por qual motivo?
5. Avalie os seguintes aspectos:
6. Você voltaria em outra edição do “Back To Flash”?
7. O que mais te agradou no evento?
8. O que poderia melhorar?
9. Deixe alguma sugestão ou comentário extra:
10. Obrigada por responder até aqui, deixe seu número de celular e participe de um sorteio de uma camisa da @boltpobject_.

Respostas: **41 avaliações.**

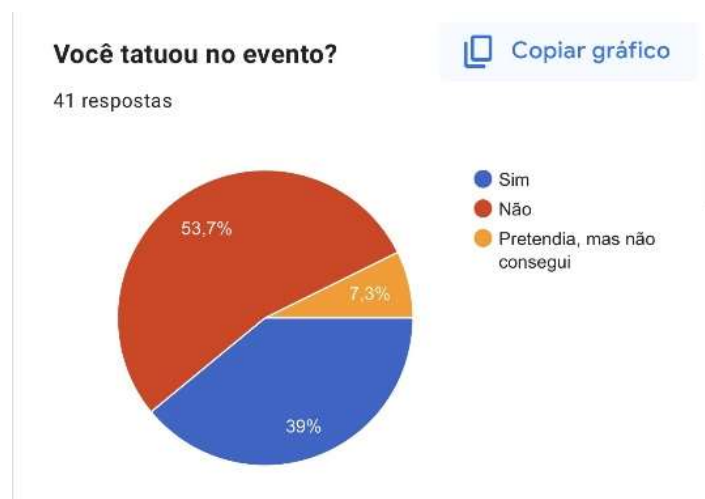
1. Como você ficou sabendo do evento?



2. O que te motivou a participar do “Back To Flash”?



3. Você tatuou no evento?



4. Caso não tenha conseguido, foi por qual motivo?

Caso não tenha conseguido, foi por qual motivo?

4 respostas

.

Falta de tempo

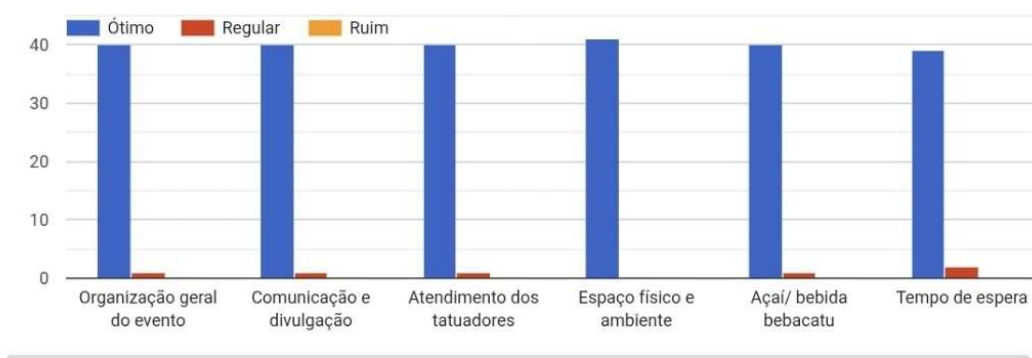
Não pude esperar, tinha outro compromisso

Não tinha dinheiro

5. Avalie os seguintes aspectos:

Avalie os seguintes aspectos:

 Copiar gráfico

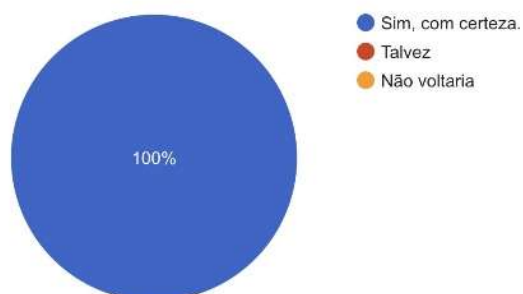


6. Você voltaria em outra edição do “Back To Flash?”

Você voltaria em outra edição do “Back to Flash ?”

 Copiar gráfico

41 respostas



7. O que mais te agradou no evento?

O que mais te agradou no evento?

41 respostas

- O ambiente
- Tudo
- atendimento dos tatuadores
- Ambiente
- Ambiente agradável
- Receptividade do ambiente e da galera.
- A criatividade e a dedicação para que tudo desse certo.
- Boa música é pessoas
- Muito boa organização, galera muito receptiva

8. O que poderia melhorar?

O que poderia melhorar?

41 respostas

- nada
- Poderia acontecer mais vezes
- Maior divulgação
- Açaí maior
- Nada. Foi tudo bom
- Nada, tudo perfeito
- Estava tudo perfeito
- ar condicionado
- Ter xequê mate

9. Deixe alguma sugestão ou comentário extra:

Deixe alguma sugestão ou comentário extra:

8 respostas

.

Parabéns pelo trabalho de todos!!

Amei tudo, já quero próximas edições

amei tudo aqui !!

Boa sorte com o tcc, Manu!

Maravilhoso

Muito massa a ideia e a execução!!!

o evento está muito bom!!

10. Obrigada por responder até aqui, deixe seu número de celular e participe de um sorteio de uma camisa da @boltpoject_.

Obrigada por responder até aqui, deixe seu número de celular e participe do sorteio de uma camisa da @boltpoject_.

28 respostas

27988420754

27992975700

27998095130

27999197114

27999481612

27995317403

27992277648

27999380427

27999585501

Acesse todas as respostas do formulário por meio desse link:

https://docs.google.com/spreadsheets/d/1ogd-JBboundM3fLWb6OycyTiboSFci0KReD8_5ecPQ0k/edit?usp=drivesdk

ANEXOS:

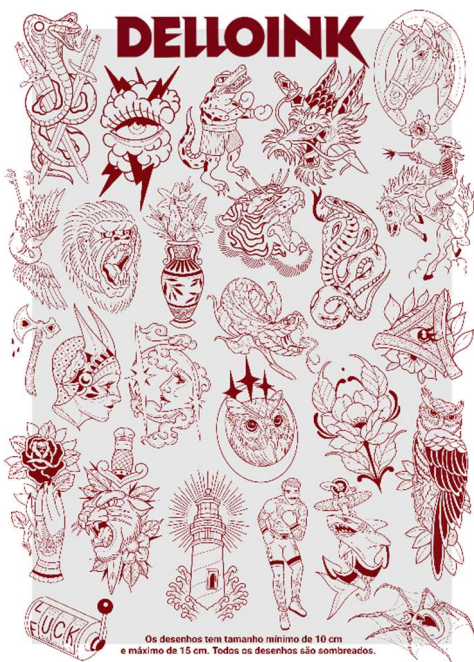
anexo a:

Figura 1 – Flashes autorais do tatuador Dello.



Fonte: Acervo pessoal da autora (2025).

Figura 2 – Flashes autorais do tatuador Dello.



Fonte: Acervo pessoal da autora (2025).

Figura 3 – Flashs autorais do tatuador Dello.



Fonte: Acervo pessoal da autora (2025).

Figura 4 – Flashs autorais da tatuadora Gabi.



Fonte: Acervo pessoal da autora (2025).

Fonte: Acervo pessoal da autora (2025).

Figura 7 – Flashes autorais do tatuador Jordan.



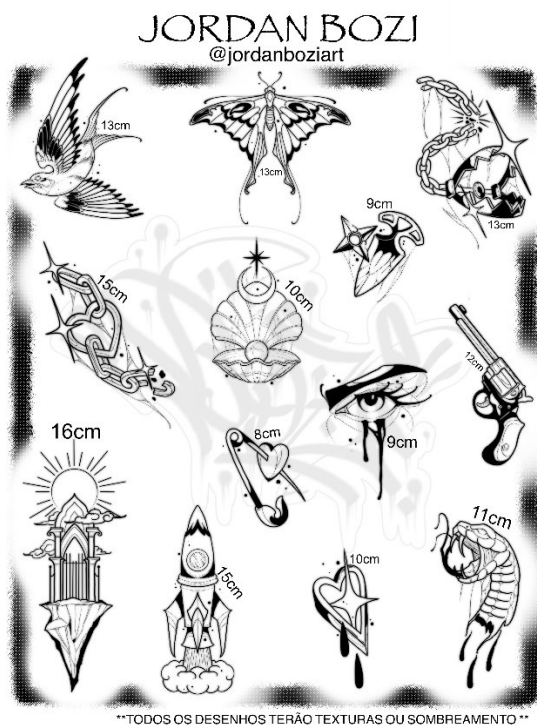
Fonte: Acervo pessoal da autora (2025).

Figura 8 – Flashes autorais do tatuador Jordan.



Fonte: Acervo pessoal da autora (2025).

Figura 9 – Flashs autorais do tatuador Jordan.



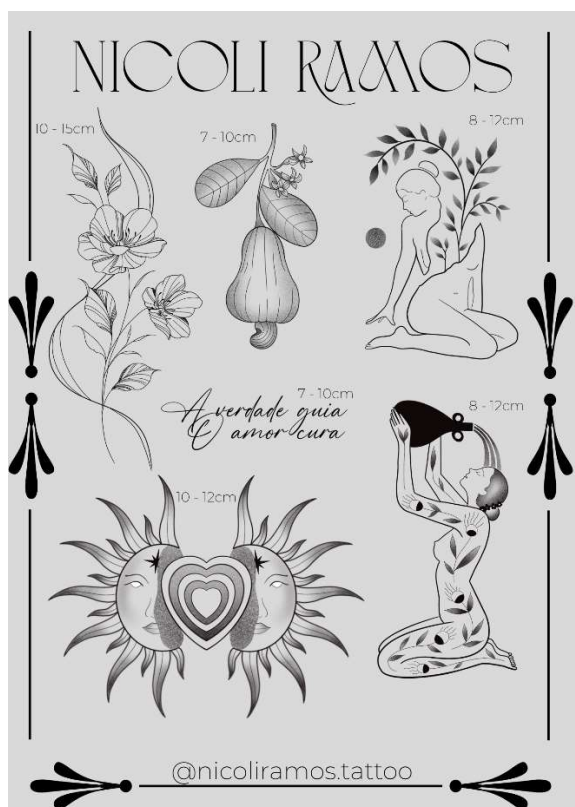
Fonte: Acervo pessoal da autora (2025).

Figura 10 – Flashs autorais da tatuadora Nicoli.



Fonte: Acervo pessoal da autora (2025).

Figura 11 – Flashes autorais da tatuadora Nicoli.



Fonte: Acervo pessoal da autora (2025).

Figura 12 – Flashes autorais da tatuadora Nicoli.



Fonte: Acervo pessoal da autora (2025).

Figura 13 – Flashes autorais do tatuador Sier.



Fonte: Acervo pessoal da autora (2025).

Figura 14 – Flashes autorais do tatuador Sier.



Fonte: Acervo pessoal da autora (2025).

Figura 15 – Flashs autorais da tatuadora Victoria.



Fonte: Acervo pessoal da autora (2025).

Figura 16 – Flashs autorais da tatuadora Victoria.



Fonte: Acervo pessoal da autora (2025).

Figura 17 – Flashes autorais da tatuadora Victoria.



Fonte: Acervo pessoal da autora (2025).

Figura 18 – Flashes autorais do tatuador Thales.



Fonte: Acervo pessoal da autora (2025).

Figura 19 – Flashes autorais do tatuador Thales.



Fonte: Acervo pessoal da autora (2025).

Figura 20 – Flashes autorais do tatuador Thales.



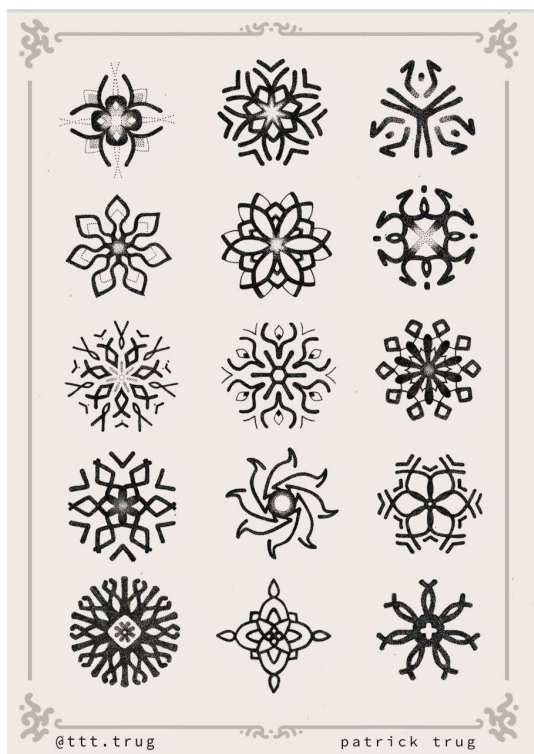
Fonte: Acervo pessoal da autora (2025).

Figura 21 – Flashes autorais do tatuador Patrick.



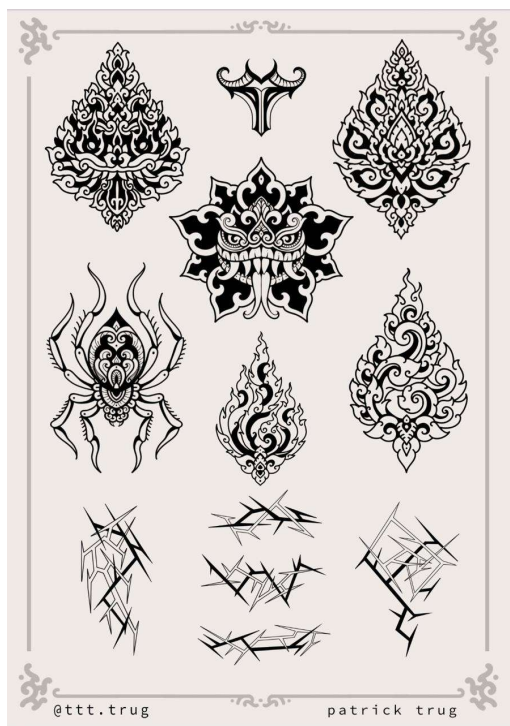
Fonte: Acervo pessoal da autora (2025).

Figura 22 – Flashes autorais do tatuador Patrick.



Fonte: Acervo pessoal da autora (2025).

Figura 23 – Flashes autorais do tatuador Patrick.



Fonte: Acervo pessoal da autora (2025).

anexo b:

Figura 24 – Disposição dos flashes no dia do evento.



Fonte: Acervo pessoal da autora (2025).

Figura 25 – Disposição dos flashes no dia do evento.



Fonte: Acervo pessoal da autora (2025).

Figura 26 – Tabela de valores exposta junto aos desenhos.



•	150,00
•	200,00
•	250,00
•	300,00
•	350,00
•	400,00
•	450,00
•	500,00
•	600,00
•	700,00

Fonte: Acervo pessoal da autora (2025).

REFERÊNCIAS:

BARBOSA, LÍVIA. *O jeitinho brasileiro: a arte de ser mais igual que os outros*. 2. ed. Rio de Janeiro: Elsevier, 2006.

CACINELLI, B. A. et al. *Análise sobre o crescimento do mercado da tatuagem no Brasil*. Revista Foco, v. 17, n. 9, 2024. Disponível em: <http://dx.doi.org/10.54751/revistafoco.v17n9-087>. Acesso em: 5 abr. 2025.

GIL, ANTONIO CARLOS. *Métodos e técnicas de pesquisa social*. 6. ed. São Paulo: Atlas, 2008.

LE BRETON, DAVID. *A sociologia do corpo*. 2. ed. Petrópolis: Vozes, 2007. Disponível em: <https://www.academia.edu>. Acesso em: 5 abr. 2025.

LE BRETON, DAVID. *A sociologia do corpo*. 2. ed. São Paulo: Vozes, 2002.

LIMA, S. *Tatuagem: história e contemporaneidade*. [S.l: s.n.], [s.d.]. Disponível em: https://repositorio.ulisboa.pt/bitstream/10451/44715/2/ULFBA_TES_RodrigoMuniz.pdf. Acesso em: 2 abr. 2025.

LIMA, TADEU JOSÉ DE OLIVEIRA. *Experiências sensoriais e consumo simbólico em eventos culturais*. Comunicação e Sociedade, Braga, n. 42, p. 179–196, 2020. Acesso em: 30 mai. 2025.

LISE, M. L. *Tatuagem: aspectos históricos e hipóteses sobre a origem do estigma*. Brazilian Journal of Forensic Sciences, Medical Law and Bioethics, v. 2, n. 3, p. 294–316, 2013. Disponível em: [https://doi.org/10.17063/bjfs2\(3\)y2013294](https://doi.org/10.17063/bjfs2(3)y2013294). Acesso em: 5 abr. 2025.

LISE, MARIA LÚCIA; GAUER, GIOVANI DE LORENZI. *Os sentidos dos eventos: reflexões sobre o lazer e as experiências coletivas*. Licere - Revista do Programa de Pós-graduação Interdisciplinar em Estudos do Lazer, Belo Horizonte, v. 16, n. 3, p. 1–25, 2013. Acesso em: 30 mai. 2025.

LINDSTROM, MARTIN. *Brand sense: os segredos sensoriais por trás das coisas que compramos*. Rio de Janeiro: Elsevier, 2012.

MATIAS, MARLENE. *Organização de eventos: procedimentos e técnicas*. 6. ed. São Paulo: Manole, 2013.

ROBLEY, H. G. *Maori tattooing*. Mineola, NY: Dover Publications, 2012. p. 1–33.

SANTAELLA, LÚCIA. *Estéticas da comunicação*. São Paulo: Paulus, 2012.

ZANELLA, L. C. *Manual de organização de eventos: planejamento e operacionalização*. 3. ed. São Paulo: Atlas, 2006.

