

## A COMUNICAÇÃO NA EXPOSIÇÃO “RUAS, LARES & LAÇOS”

Cleiton Cesar Bitencourt<sup>1</sup>  
Ellen Vitória Goes Machado<sup>2</sup>  
Iasmim Albuquerque Araujo<sup>3</sup>  
Leticia Emanuelle Rigo<sup>4</sup>

**Resumo:** Este relato de experiência se refere às atividades desenvolvidas pelo Grupo de Trabalho de Comunicação (GTC), da exposição curricular “*Ruas, Lares e Laços*”, do Curso de Graduação em Museologia da Universidade Federal de Santa Catarina. Nele pretende-se abordar os caminhos e meios tomados pelo Grupo de Trabalho para elaborar o projeto de comunicação e divulgação da exposição, desde o contato com entidades, o desenvolvimento de arte gráfica, a escolha da linguagem de comunicação e como utilizá-la nas estratégias feitas para as redes sociais e, por fim, o desenvolvimento do circuito de iluminação e a organização do vernissage.

**Palavras-chave:** Comunicação; Divulgação; Estratégia; Museologia.

### ***THE COMMUNICATION IN THE EXHIBITION “RUAS, LARES & LAÇOS”***

**Abstract:** *This experience report refers to the activities developed by the Communication Work Group, of the curricular exhibition “Ruas, Lares & Laços”, from the Museology course at the Federal University of Santa Catarina. It is intended to address the paths and means taken by the Work Group to elaborate the communication and dissemination project of the exhibition, from the contact with entities, the development of graphic art, the choice of the language communication and how it was used in the strategies made for social networks and, finally, the development of the lighting circuit and the vernissage organization.*

**Keywords:** *Communication; Dissemination; Strategy; Museology.*

---

<sup>1</sup> Universidade Federal de Santa Catarina. Estudante do Curso de Graduação em Museologia. E-mail: bitencourtcleiton@gmail.com

<sup>2</sup> Universidade Federal de Santa Catarina. Estudante do Curso de Graduação em Museologia. E-mail: ellenjeon1419@gmail.com.

<sup>3</sup> Universidade Federal de Santa Catarina. Estudante do Curso de Graduação em Museologia. E-mail: iasmim.albuquerquearaujo@gmail.com.

<sup>4</sup> Universidade Federal de Santa Catarina. Estudante do Curso de Graduação em Museologia. E-mail: leticiaemanuellerigo@gmail.com.

## **A COMUNICAÇÃO NA EXPOSIÇÃO “RUAS, LARES & LAÇOS”**

### **Introdução**

Este relato de experiência tem como objetivo apresentar o processo de elaboração do projeto de comunicação da Exposição Curricular “Ruas, Lares & Laços”. Concebido como requisito avaliativo da disciplina de Prática de Exposição do Curso de Graduação em Museologia da Universidade Federal de Santa Catarina, o projeto foi fundamental para alcançar os resultados apresentados nessa exposição de curta duração, realizada entre os dias 9 de maio e 8 de junho de 2024 no Instituto Arco-Íris de Direitos Humanos, localizado no Centro de Florianópolis.

Com o propósito de discutir os atravessamentos entre a identidade negra, a musicalidade, a corporalidade e os territórios físicos e políticos na cidade de Florianópolis, a exposição contou com três núcleos expositivos desenvolvidos através de Grupos de Trabalho, sendo o Grupo de Trabalho de Comunicação (GTC) o responsável pela comunicação interna e externa, pela concepção da identidade visual, pela criação do circuito de iluminação, pela definição da linguagem expositiva, pelo plano de divulgação física e virtual e pela organização do evento do vernissage e outros eventos promovidos durante o período de visitação.

Sendo a Comunicação na Exposição “Ruas, Lares & Laços” o foco deste relato, o trabalho abordará o planejamento e a execução das estratégias de comunicação adotadas para a exposição, iniciando com uma breve análise dos desafios e soluções encontradas e, por fim, a descrição das atividades desenvolvidas, junto do projeto de impacto de público e do plano de divulgação, durante todo o período compreendido pela disciplina de Prática de Exposição.

### **Análise dos desafios e soluções encontradas**

Durante o desenvolvimento e a montagem da exposição, diversos desafios foram enfrentados, sendo a conjuntura da Universidade Federal de Santa Catarina (UFSC) um dos principais. No primeiro semestre de 2024, quando a disciplina de Prática foi ofertada, vários setores da Universidade estavam paralisados devido à Greve dos Técnicos Administrativos em Educação (TAEs). Essa paralisação atrasou a liberação do orçamento destinado para a execução do projeto expográfico, impactando as atividades

de todos os Grupos de Trabalho, mas comprometendo principalmente os recursos planejados para o projeto de comunicação da exposição.

Frente a isso, readequamos o plano para um orçamento alternativo, passando por cortes no plano de divulgação física e virtual. As impressões de cartazes foram reduzidas e os lambes e o auxílio do tráfego pago foram descartados, interferindo na divulgação pelas ruas da cidade e pela Universidade e no alcance direcionado do perfil da exposição no *Instagram*. Os cartazes foram reduzidos para que a verba economizada pudesse custear questões de logística, como a compra de materiais para a reforma do prédio. Para não comprometer o alcance da exposição, a divulgação virtual foi contrabalanceada com a divulgação orgânica, utilizando os perfis dos estudantes pelos aplicativos do *Whatsapp* e *Instagram*.

Após a liberação tardia do orçamento, enfrentamos novos desafios. A empresa de comunicação visual contratada entregou os materiais gráficos apenas na semana de abertura da exposição, atrasando o cronograma e comprometendo atividades de divulgação, como a colagem de cartazes e a distribuição de adesivos na fila do Restaurante Universitário da UFSC. A solução para os adesivos foi distribuí-los ao longo do período da exposição, utilizando-os para convidar os visitantes a conhecer o evento ou agradecer pela sua presença.

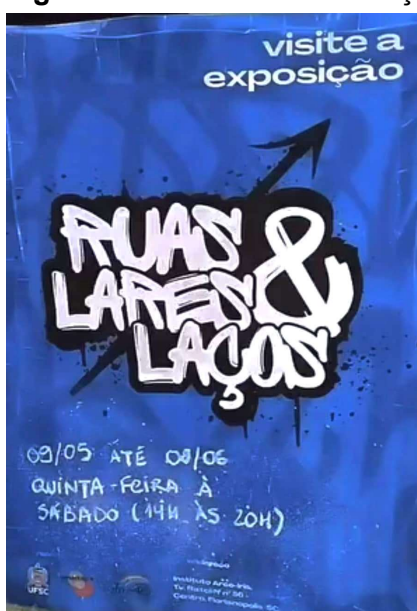
Após a abertura da exposição, Florianópolis passou por um longo período de chuvas, impedindo a abertura do Instituto Arco-Íris por motivos de segurança. Para lidar com essa situação e responder, também, aos pedidos do público, a exposição foi prolongada até o dia 8 de junho. Como os cartazes da exposição não poderiam ser impressos novamente, foram feitas alterações manuais com tinta spray e pincel para informar a nova data de encerramento. Essa decisão foi tomada consoante à linguagem e identidade visual proposta pela exposição, baseando-se nas intervenções feitas pela cidade através do pixo e do graffiti.

**Figura 1:** Cartaz com a antiga data



Fonte: acervo dos autores.

**Figura 2:** Cartaz com intervenção



Fonte: acervo dos autores.

E, finalmente, chegamos aos últimos desafios a serem mencionados: a comunicação externa e a resolução de conflitos. O local em que a exposição ocorreu, Instituto Arco-Íris, é um espaço ocupado por mais de 5 coletivos e cada um deles possui horários de uso e disponibilidades diferentes, assim como lógicas de diálogo que não se aplicam ao restante. Para efetuar as reuniões e estabelecer contato com cada um dos

grupos, o esforço em agendar reuniões em horários que fossem de consenso entre a rotina da turma e a rotina dos representantes dos grupos foi muito custoso.

Em um caso específico, a incapacidade em criar contato com um coletivo acabou atrasando o cronograma de reuniões e gerando outros obstáculos que refletiram em conflitos com esse grupo. A falta de clareza, a demora para obter respostas e as intervenções não consentidas feitas na exposição criaram uma situação que transcendeu o GTC e, para resolvê-la, uma reunião emergencial foi convocada após a divulgação de uma carta aberta direcionada à turma de Prática de Exposição.

Na reunião, a principal medida adotada para mediar o conflito foi o estabelecimento de novas formas de comunicação. Assim que entendemos que o processo de contato com os coletivos estava sofrendo mais perdas do que ganhos, foi necessário a alteração dos meios de comunicação, substituindo o ambiente virtual pelo presencial e promovendo a escuta de ambos os lados e, por conseguinte, a resolução das falhas.

No tópico em seguida, o teor das reuniões será aprofundado, a fim de entender qual era o objetivo por trás da necessidade em manter contato com os grupos.

## **1. Atividades desenvolvidas**

### *1.1. Contato com os coletivos*

Assim que definimos as informações básicas sobre a exposição, como o local em que seria executada, sua data e o horário de visitação, foi necessário realizar reuniões com os responsáveis e coletivos que integram o Instituto. Iniciamos a comunicação fazendo uma coleta de dados e contatos de tais coletivos, utilizando ambientes informais como o *WhatsApp* e o *Instagram*, e ambientes formais como o Gmail. Para apresentarmos o projeto que seria executado no espaço, montamos uma apresentação de slides com informações essenciais sobre o conceito da exposição, seus núcleos e o cronograma de montagem.

Ao longo de três semanas, realizamos as conversas com os representantes dos coletivos. Durante esses encontros, procuramos conhecer mais sobre a história, os propósitos, as atividades e os valores de cada coletivo, para pensar em como adaptar e estabelecer os limites da exposição, buscando não impedir o uso cotidiano do espaço – uma de nossas maiores preocupações.

Para além disso, nosso objetivo era aproximar o principal público da exposição: as pessoas e grupos que ocupam o espaço. Estes foram os primeiros a terem contato com o projeto, não apenas pela apresentação que foi feita, mas durante o período de montagem, onde os ensaios e encontros dos Coletivos não cessaram – e nem queríamos que fossem cessados. A aproximação dessas pessoas, desses grupos consolidados na cidade, e sua compreensão sobre o projeto e o que ele traria ao Instituto garantiu o apoio para a arrecadação e para a divulgação.

### *1.2. Circuito de iluminação*

O projeto de iluminação foi adaptado às limitações da estrutura do prédio e do orçamento disponível. Considerando a estrutura delicada do teto e das paredes do Instituto, a instalação de luzes foi foram reaproveitadas as iluminações naturais e artificiais já existentes no local, contando com ajustes e reparos para melhorar sua eficiência.

A iluminação natural foi aproveitada pela abertura de janelas e da porta principal do Instituto. Embora inicialmente considerados uma possível barreira à luz natural, os tecidos com imagens produzidas em stencil foram instalados nas janelas e permitiram a entrada de luz graças à sua transparência e cor branca, permitindo um ambiente iluminado até o fim da tarde. Já a iluminação artificial contou com a instalação de novos pontos de luz e reparos nos existentes, totalizando 18 lâmpadas LED brancas distribuídas entre 4 *spots* móveis, 4 refletores e 10 lâmpadas em bocais comuns, estrategicamente posicionadas no teto e em algumas paredes.

Com a pintura das paredes do Instituto na cor branca, o ambiente pôde ficar iluminado mesmo durante à noite, sem causar sombras, distorções e/ou reflexos, promovendo a visualização nítida do acervo.

### *1.3. Ação de Arrecadação: Festa “Ruas, Lares & Laços: o Baile”*

A partir do contato com artistas da cena local de Florianópolis, o Grupo de Trabalho conseguiu o apoio de dois DJs para promover uma festa com o objetivo de divulgar a exposição e arrecadar fundos para seu custeio. A ação iniciou seu desenvolvimento no início de abril, mantendo contato com os artistas a partir de reuniões

remotas e presenciais, estas visavam a apresentação do projeto expográfico e do Instituto Arco-íris, de forma que os artistas se aproximassem da proposta da exposição.

A festa foi organizada com a participação ativa dos artistas e agendada para a penúltima semana de abril, 2 semanas e meia antes da abertura da exposição. A divulgação ocorreu majoritariamente de maneira virtual, utilizando recursos de colaboração oferecidos pelo Instagram. Esses recursos atraíram maior visibilidade para o perfil da exposição, trazendo novos seguidores e atingindo pessoas de outras bolhas sociais que seguiam os perfis dos artistas. Já a divulgação física do evento foi mais pontual, permanecendo apenas na UFSC.

O evento arrecadou recursos por meio de entrada colaborativa voluntária e o incentivo para a doação foi feito tanto pelos colaboradores do bar em que ocorreu o evento quanto pelos integrantes do grupo de trabalho, que apresentaram o projeto para as pessoas presentes no local.

#### *1.4. Vernissage*

O vernissage foi pensado para ser um evento que reunisse apresentações de todos os gêneros abordados na exposição – Rap, Funk, Eletrônica e Samba. Para tornar isso possível, o GT efetuou contato com diversos artistas, principalmente os que estavam inseridos na narrativa expográfica, convidando-os para participar desse momento extremamente importante para a exposição. No entanto, não foi possível realizar esse planejamento, devido às devolutivas – conseguimos a confirmação de um coletivo de samba-enredo, o Africatarina, e dois DJs, Iröko com a eletrônica afro-diaspórica e DJ Telinho Flow com o afrobeat. Com a confirmação dos três e a divisão de tempos para apresentações, a programação foi divulgada nas redes sociais, utilizando novamente os recursos de colaboração do Instagram a fim de atingir os públicos de cada artista.

Além da programação cultural, o GT organizou o buffet do vernissage, fazendo um levantamento de consumíveis e descartáveis. Essa tarefa foi desempenhada em uma comissão que reuniu membros dos Grupos de Trabalho de Comunicação, Logística e Educação (GTC, GTL e GTE, respectivamente). Durante o desenvolvimento dessa atividade surgiu a possibilidade de fazer a requisição do buffet à Câmara Municipal de Vereadores de Florianópolis que, infelizmente, não nos retornou.

A divulgação do vernissage iniciou no dia 1º de maio, sendo separada em três postagens para o Instagram: um Reels com a contagem regressiva e o material

audiovisual produzido durante a Atividade Avaliativa do GTC, uma postagem divulgando o local, o horário e os apoios envolvidos – Instituto Arco-Íris e Bar do Jefe – e, por último, uma postagem colaborativa com todos os artistas e locais apoiadores. O apoio de um bar local foi crucial para executarmos o vernissage, pois, por meio dele, conseguimos o empréstimo de equipamentos de som para as oradoras, autoridades convidadas e artistas utilizarem.

Além da divulgação feita nas redes sociais, o GTC se responsabilizou por enviar material para divulgação para as páginas do Centro de Filosofia e Ciências Humanas (CFH), da Universidade e de seus departamentos, para o Sistema Estadual de Museus de Santa Catarina (SEM/SC), para os coletivos do Instituto Arco-Íris e para os artistas que colaboraram de alguma forma com a exposição, a fim de comunicar o máximo de pessoas possíveis.

### *1.5. Celebração de encerramento*

A festa de encerramento não é um evento recorrente em exposições curriculares, já que a ênfase é colocada no vernissage. Entretanto, o GTC concordou que seria interessante a realização da mesma a fim de corroborar com a narrativa da exposição e com o fato de acreditarmos ser importante fomentar eventos culturais de música negra em Florianópolis.

O planejamento da festa de encerramento deu-se a partir do contato com os possíveis artistas cotados para a apresentação e verificação da disponibilidade dos mesmos. As respostas positivas que tivemos vieram dos artistas: Iroko (que também participou do vernissage), DJ Cleópatra (que participou da ação educativa Videocast) e MNegro (que esteve presente em nossa exposição a partir do acervo ali presente).

A decisão sobre a ordem das apresentações e intervalo de tempo a acontecerem foi realizada também a partir da escuta ativa dos artistas, e foi estipulado que cada artista tocaria por cerca de uma hora. Às 19h30, o set do Iroko começou, seguido da DJ Cleópatra a partir das 20h30 e finalizando, à pedido da artista, MNegro a partir das 22h.

Outra mudança desta festa em relação ao vernissage foi a possibilidade de haver cachê para os artistas que contribuíram com o evento. O valor combinado foi simbólico, longe do que seria o ideal a ser pago como cachê em eventos, mas concordamos ser necessário pelo menos alguma ajuda de custo.



## 2. Projeto de impacto de público

Tratando-se de uma disciplina do Curso de Graduação em Museologia, uma das atividades avaliativas era que os Grupos de Trabalho desenvolvessem projetos específicos para cada tronco estrutural da exposição – no caso da Comunicação, foi desenvolvido um projeto de impacto de público.

A atividade foi estruturada em três ações de divulgação a serem realizadas antes da montagem e abertura da exposição, sendo estas: a distribuição de adesivos com o logotipo da exposição, a confecção de faixas com informações da exposição e, por fim, a colagem de um painel de lambe-lambe com a data de abertura da exposição. Dividindo a turma em grupos, cada ação contou com grupos de execução com 8 a 12 pessoas, considerando a complexidade e disponibilidade dos estudantes.

Essas ações seriam feitas todas em um dia, buscando o impacto da persona da exposição, que categoriza-se em uma mulher cis, de 18 a 25 anos, estudante do ensino superior. No entanto, devido ao atraso na entrega do material gráfico, a distribuição de adesivos, que seria realizada durante o almoço na fila do Restaurante Universitário da UFSC, não pôde ser realizada. Assim, as pessoas alocadas neste grupo de ação foram realocadas para as outras duas frentes.

Cada ação será aprofundada nos próximos subtópicos.

### 2.1. *Confecção de faixas*

Uma das ações propostas pelo GTC consistiu na produção de faixas em tecido não tecido (T.N.T.) para divulgar a exposição no Centro de Filosofia e Ciências Humanas (CFH). Foram confeccionadas três faixas, as duas maiores possuíam 3,5 metros e foram penduradas nas laterais do interior do bloco, enquanto a menor possuía 1,5 metros e foi pendurada na escada principal.

O conteúdo foi pensado pelo grupo e caracterizou-se por letras de músicas de artistas negros de Florianópolis, como “Periferia Curtição” (2016) de Negro Rudhy, textos com informações básicas sobre o endereço, horário e data de abertura e o nome da exposição junto do perfil do Instagram. A escolha para a música foi motivada tanto pela proximidade com o tema da exposição quanto pelo objetivo de trazer artistas da cena musical para o plano de divulgação.

## 2.2. Colagem de lambe-lambe

A colagem de lambe-lambe constituía em produzir um painel em frente ao prédio do Centro de Convivência da Universidade, um espaço central e com grande fluxo de pessoas, devido à sua localização em frente ao principal ponto de ônibus da UFSC e ao lado do Restaurante Universitário.

A atividade iniciou às 11h30, em um horário de pico para a fila que aguardava a entrada no Restaurante. Pode-se perceber a curiosidade das pessoas ao redor, que assistiram todo o processo de colagem do painel de 1:1 metros. O tamanho do lambe foi o ponto crucial para a divulgação, pois mesmo distante era possível ver que algo estava ali, causando exatamente o impacto que o GTC imaginou.

Abaixo é possível ver registros das duas ações sendo executadas pelos estudantes da turma de Prática de Exposição.

**Figura 3:** Colagem do painel finalizada



Fonte: acervo dos autores.

**Figura 4:** Produção de faixas.



Fonte: acervo dos autores.

### 3. Plano de divulgação

As atividades elaboradas até o momento foram fruto do extenso projeto de comunicação elaborado durante o semestre anterior ao de execução da exposição, isto é, no segundo semestre de 2023. Nele foram definidas todas as questões relacionadas à identidade visual que a exposição teria, assim como sua paleta de cores e linguagem expositiva. Para entender melhor as decisões feitas, iremos discorrer brevemente sobre estas, iniciando pela identidade visual da exposição.

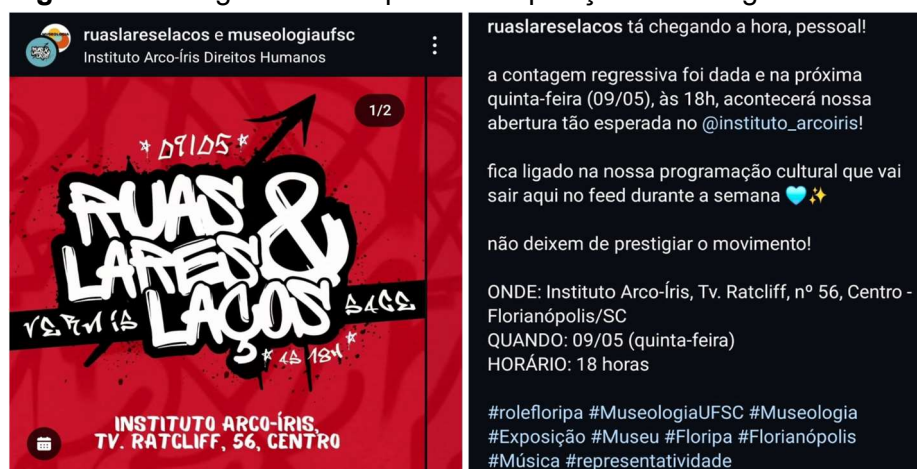
Tratando-se de uma exposição que buscou discutir a identidade negra, seus territórios e suas manifestações artísticas na cidade, foram recortados gêneros musicais em evidência, sendo eles o funk, o rap, a eletrônica e o samba. Muito do que foi definido em relação à identidade da exposição foi proveniente de um mapeamento de referências visuais e análise dos espaços onde estes gêneros se manifestam – eventos, exposições, materiais sobre a temática e outros – e, neste sentido, foram extraídas 3 cores principais e outras 5 secundárias para a exposição: azul ultramarino, vermelho sangue e laranja; diferentes tonalidades de azul, laranja e amarelo. Definidas as cores, veio o momento de definir a tipografia e as texturas. Como o conceito da exposição atravessava discussões sobre o direito à cidade e a marginalização de manifestações culturais negras, a inspiração para a tipografia e a textura foi, respectivamente, o pixo e o muro.

### 3.1. Divulgação virtual e linguagem

Após as definições relacionadas à identidade da exposição, o projeto definiu o tipo de linguagem que seria utilizada. Guiados pela persona, que utiliza redes sociais e streamings de música, tivemos como objetivo o uso de “uma linguagem mais informal e íntima, igualmente utilizada em plataformas musicais [...] e outros aplicativos de streaming de música.” (RUAS, LARES & LAÇOS, 2023). Ao optar pela construção de textos simples e breves, utilizando da hierarquização informacional das redes, queríamos aproximar os públicos da exposição a partir do que eles já têm contato: um ambiente de interações e discursos moldados pela própria comunidade, promovendo uma experiência de identificação que incentive a autonomia do indivíduo em continuar lendo.

Escolhemos o uso de gírias, sem regionalismos, símbolos, *emojis* e *hashtags*, legendas iniciadas com letras minúsculas, afastando os espaços de formalidade e, por fim, uma linguagem com referências da cena musical. Veja o exemplo abaixo:

**Figura 5:** Postagem feita no perfil da exposição no Instagram.



Fonte: acervo dos autores.

Essa decisão, somada à criação de um cronograma para a produção de conteúdo, feita de maneira flexível e sempre possibilitando inserções conforme à demanda, nos levaram ao êxito em nossa divulgação virtual, que, com o comprometimento da divulgação física, acabou se tornando o foco de nosso empenho. Para trazer dados: apesar do perfil, em seu auge, ter atingido apenas 600 seguidores, as postagens com maior engajamento alcançaram mais de 10 mil contas na plataforma.

A mesma norma foi aplicada para as legendas expositivas, que foram formatadas em letras minúsculas, tendo diferenciação para títulos em negrito, enquanto os textos foram formatados em blocos pequenos, mantendo a mesma hierarquização informacional, incentivando a leitura no “desenrolar do fio”.

### 3.2. *Divulgação física e impressos*

A divulgação física, apesar de planejada e estruturada, consistindo na distribuição de materiais impressos, como cartazes, lambes e adesivos, teve sua execução comprometida, como abordado no tópico de análise de desafios, devido à paralisação de setores dentro da Universidade e a falta de verba para custeá-la como estava prevista inicialmente.

Com a redução de 70% dos cartazes, o descarte dos lambes e o atraso na entrega dos adesivos, a decisão tomada em relação ao material impresso obtido foi dar prioridade para a fixação em locais com maior fluxo de pessoas, como as ruas João Pinto, Hercílio Luz e Victor Meirelles, nos arredores do Instituto Arco-Íris. Além deste plano, contamos com o apoio de estabelecimentos específicos das redondezas, deixando cartazes fixados nas entradas.

Diferente da divulgação virtual, não houve formas de avaliar o alcance dos materiais impressos produzidos pela exposição. Isso deve-se ao fato de que boa parte dos cartazes impressos foram arrancados dos locais onde estavam fixados, enquanto os adesivos foram distribuídos como convite para a visita ou agradecimento pela mesma, não configurando um alcance orgânico.

### 3.3. *Redes sociais*

#### 3.3.1. Cronograma

Inicialmente, o cronograma foi estruturado em formato semanal. Nele, previram-se publicações que seriam feitas em diversos formatos, utilizando todos os recursos disponíveis da plataforma do Instagram, sendo *stories*, publicações no *feed* e *Reels* (publicações audiovisuais). A estrutura formatada iniciava em março, no início do período letivo da Universidade, e ia até o final de maio, período em que a exposição estava

prevista para encerrar, possuindo ao menos 5 ideias para produção de conteúdo por semana.

Durante o processo, ajustes no cronograma foram necessários para incluir publicações imprevistas, como alterações na data de encerramento da exposição, avisos sobre mudanças nas ações educativas e fechamentos excepcionais por motivos de segurança. Também foi necessário descartar tópicos previamente planejados, devido ao algoritmo das redes sociais, que prioriza publicações com maior engajamento e limita a visibilidade de outras postagens. Para otimizar os resultados, optou-se por reduzir e selecionar ideias mais atraentes para o público. Como o cronograma foi desenvolvido com flexibilidade, essas alterações não comprometeram o desempenho nem a regularidade dos conteúdos publicados.

### 3.3.2. Conteúdos

Na prática, o cronograma foi dividido em três fases, cada uma com estratégias específicas para engajar o público e divulgar o perfil da exposição. Na primeira fase, os conteúdos apresentavam o tema da exposição, o logotipo, o nome, a campanha de arrecadação (vakinha) e quem produz. Essa abordagem inicial revelou a temática sem aprofundar o conceito, criando curiosidade e incentivando o acompanhamento do perfil. Diariamente eram postados stories relacionados à vakinha. Junto deles, publicamos um Reels que mostrou o estado estrutural do Instituto Arco-Íris, alcançando mais de 18 mil visualizações e grande parte das doações para a exposição. Este Reels foi amplamente compartilhado, inclusive por autoridades locais.

A segunda fase, entre o final de abril e início de maio, focou na contagem regressiva para a abertura, divulgação da programação cultural do vernissage, fotografias dos visitantes durante a abertura e o lançamento das ações educativas e suas datas. Já na fase final, o conteúdo destacou vídeos sobre os núcleos expositivos, registros das oficinas, episódios do videocast produzido pelo Grupo de Trabalho do Educativo (GTE) e publicações como a extensão do período da exposição e a festa de encerramento.

Trabalhar com o conteúdo através de Reels foi parte fundamental da estratégia da divulgação virtual, pois tornaram-se as publicações do perfil com mais alcance, dado ao formato audiovisual de estrutura simples, instigante e íntima, portando facilidade e objetividade no conteúdo para o compartilhamento feito pelos seguidores.

Ao final do período de atividades, o perfil acumulou 27 postagens no feed e 4 Destaques compilando os stories. Estes foram feitos tanto para otimizar a organização das informações, como a playlist de músicas tocadas na exposição – criada pelo GTE – e os episódios da ação educativa Videocast, quanto para documentar menções de visitantes e registros das ações educativas que não foram para o feed. Com o encerramento da exposição e a inatividade do perfil, os Destaques servem como uma forma de democratizar o acesso à exposição, reunindo fotografias e vídeos feitos pelos próprios visitantes.

### **Considerações finais**

A comunicação da exposição “Ruas, Lares & Laços” foi como uma conversa com as ruas, os territórios, as representatividades negras e a intersecção entre todos esses: a música. Através das cores, identidades visual e linguagem, proporcionamos relações e laços dentro e fora da exposição e, ao considerar essa construção, pode-se afirmar que a comunicação foi e é fundamental para unir e envolver a narrativa expográfica e os visitantes, contribuindo para a aproximação do público às vozes potentes, cheias de história, identidade e resistência, que foram trabalhadas em cada núcleo expositivo.

Cada elemento de comunicação foi pensado para refletir, trazer o conceito e essência da exposição, assim como o projeto de divulgação foi corajoso o suficiente para avançar sobre um público que não se limita apenas à persona definida pela pesquisa de público. Explorar os públicos além dela foi uma decisão que, mesmo não convencional no campo, foi tomada com muita atitude pela turma. Explorar e relacionar festas ao fazer museológico, muitas vezes elitizado e confinado dentro de museus, tornou esse projeto um marco para o Instituto Arco-Íris e para a formação profissional de nossa turma.

Frente às dificuldades financeiras, as redes sociais somaram muito, o que afirma, mais uma vez, a necessidade de maior inserção do cenário museológico no ambiente virtual, assim como a capacitação de profissionais da Museologia para utilizá-lo da melhor forma.