

ARTIGO ORIGINAL

## Exposição Entrelinhas e Vidas: leilão silencioso como estratégia de comunicação para apoio a abrigos na cidade de Maringá-PR

### RESUMO

Apesar de, atualmente, cerca de 32 mil crianças e adolescentes brasileiros viverem em acolhimento institucional (CNJ, 2023), essa temática é pouco abordada, particularmente pela Comunicação. Diante disso, o objetivo geral deste trabalho é analisar a realização de um leilão silencioso de telas pintadas por crianças e adolescentes que residem em abrigos municipais de Maringá-PR. As contribuições teóricas abordam o contexto do acolhimento institucional (BRASIL, 1990; BRASIL, 2009; MARQUES, CANO, VENDRUSCULO, 2007; SIQUEIRA, DELL'AGLIO, 2010) e da relevância da área da Comunicação para a visibilidade dessa situação (HAMAM, 2011; KUNSCH, 2003; SANTOS, 2019). O referencial teórico é base para analisar a Exposição Entrelinhas e Vidas, que exibiu telas produzidas em oficinas de pintura realizadas em dois abrigos da cidade. Os visitantes deram lances secretos e as organizadoras entraram em contato com o ofertante do maior lance em cada uma das telas. O valor arrecadado com a venda das telas foi revertido para auxiliar os abrigos. Diante do exposto, foi possível constatar que propostas comunicacionais e artísticas podem contribuir para ampliar diálogos sociais e a visibilidade do contexto do acolhimento institucional de crianças e adolescentes.

**PALAVRAS-CHAVE:** Comunicação e Mídias; Exposição; Leilão Silencioso; Acolhimento Institucional; Pintura.

**Daniela Polla**

Universidade Estadual  
de Maringá, Brasil  
[dpolla2@uem.br](mailto:dpolla2@uem.br)

**Tiago Lenartovicz**

Universidade Estadual  
de Maringá, Brasil  
[tlenartovicz2@uem.br](mailto:tlenartovicz2@uem.br)

**Júlia Rovani Molena**

Universidade Estadual  
de Maringá, Brasil  
[juliaarovani@gmail.com](mailto:juliaarovani@gmail.com)

**Giovana Navakoski Storti**

Universidade Estadual  
de Maringá, Brasil  
[giovananstorti@gmail.com](mailto:giovananstorti@gmail.com)

**Giovanna Maria da**

**Silva Cebulski**

Universidade Estadual  
de Maringá, Brasil  
[giovannacebulski@gmail.com](mailto:giovannacebulski@gmail.com)

**Isadora Fernanda**

**Rodrigues Quemelo**

Universidade Estadual  
de Maringá, Brasil  
[isadoracomunicacao@hotmail.com](mailto:isadoracomunicacao@hotmail.com)

RECEBIDO EM 25/04/2023

ACEITO EM 21/07/2023



Este trabalho está licenciado sob uma licença [Creative Commons Attribution-NonCommercial-ShareAlike 4.0 International License](https://creativecommons.org/licenses/by-nc-sa/4.0/).

## Exposição Entrelinhas e vidas: subasta silenciosa como estratégia de comunicação para apoiar albergues em Maringá-PR

### RESUMEN

Aunque, actualmente, alrededor de 32.000 niños y adolescentes brasileños viven en acogimiento institucional (CNJ, 2023), este tema rara vez es abordado, particularmente por la Comunicación. Por lo tanto, el objetivo general de este trabajo es analizar la realización de una subasta silenciosa de lienzos pintados por niños y adolescentes que viven en albergues municipales en Maringá-PR. Las contribuciones teóricas abordan el contexto del cuidado institucional (BRASIL, 1990; BRASIL, 2009; MARQUES, CANO, VENDRUSCULO, 2007; SIQUEIRA, DELL'AGLIO, 2010) y la relevancia del área de Comunicación para la visibilización de esa situación (HAMAM, 2011; KUNSCH, 2003; SANTOS, 2019). El marco teórico es la base para el análisis de la Exposición Entrelinhas e Vidas, que exhibió lienzos producidos en talleres de pintura realizados en dos albergues de la ciudad. Los visitantes hicieron pujas secretas y los organizadores contactaron con el mejor postor en cada una de las pantallas. Lo recaudado por la venta de los lienzos se revirtió para ayudar a los albergues. Dado lo anterior, fue posible verificar que las propuestas comunicacionales y artísticas pueden contribuir a ampliar los diálogos sociales y la visibilización del contexto de atención institucional a niños y adolescentes.

**PALABRAS CLAVE:** Comunicación y Multimedia; Exhibición; Subasta silenciosa; Recepción Institucional; Cuadro.

## Exposition Entrelinhas e Vidas: silent auction as an communication strategy to suport shelters at Maringá-PR

### ABSTRACT

Although, currently, around 32,000 Brazilian children and adolescents live in institutional shelter (CNJ, 2023), this topic is rarely addressed, particularly by Communication. Therefore, the general objective of this work is to analyze the realization of a silent auction of linens painted by children and adolescents who live in municipal hostels in Maringá-PR. The theoretical contributions address the context of institutional care (BRASIL, 1990; BRASIL, 2009; MARQUES, CANO, VENDRUSCULO, 2007; SIQUEIRA, DELL'AGLIO, 2010) and the relevance of the Communication area for the visibility of this situation (HAMAM, 2011; KUNSCH, 2003; SANTOS, 20 19). The theoretical framework is the basis for the analysis of the Exhibition Entrelinhas e Vidas, which exhibited linens produced in painting workshops carried out in two hostels in the city. The visitors performed secret pujas and the organizers contacted the best poster on each of the screens. The proceeds from the sale of the canvases were used to help the shelters. Given the above, it was possible to verify that the communicational and artistic proposals can contribute to expanding social dialogues and the visibility of the context of institutional care for children and adolescents.

**KEY-WORDS:** Communication and Multimedia; Exhibition; Silent Auction; Residential Care; Painting.

## 1 INTRODUÇÃO

Atualmente, segundo o Painel de Acompanhamento do Sistema Nacional de Adoção (CNJ, 2023), no Brasil, há cerca de trinta e duas mil crianças e adolescentes vivendo em situação de acolhimento institucional. Conforme Jacinto (2021, p. 06), o acolhimento institucional foi instituído pelo Estatuto da Criança e do Adolescente (ECA) (BRASIL, 1990) e trata-se de uma prática “voltada a crianças e adolescentes em graves situações de vulnerabilidade, nas quais torna-se necessário afastá-las do convívio familiar provisória ou permanentemente.” (JACINTO, 2021, p. 06).

Nesse contexto, esse trabalho problematiza a realidade de crianças e adolescentes que vivem em acolhimento institucional em abrigos da cidade de Maringá, no Paraná. A partir da compreensão de que o tema é pouco abordado na sociedade contemporânea, bem como de que há contribuições possíveis da Comunicação e suas multidisciplinaridades nesse cenário, esse texto objetiva principalmente analisar a realização de um leilão silencioso de telas pintadas por crianças e adolescentes que residem em abrigos municipais de Maringá-PR como estratégia de comunicação em apoio a sujeitos em acolhimento institucional.

Considera-se que a pobreza e a má distribuição de renda são fatores-chave que afetam diretamente as famílias brasileiras, deixando-as vulneráveis e aumentando o índice de crianças que necessitam ser acolhidas em instituições. De forma resumida, as desigualdades sociais e as políticas públicas que nem sempre suprem plenamente as necessidades sociais, contribuem para que cresça o número de crianças acolhidas em instituições. (SOUZA; MOREIRA, 2021). Nessas instituições de acolhimento, esses indivíduos passam a viver distantes de uma referência familiar, uma vez que, como membros de uma instituição, desde a chegada no local, serão acompanhados por cuidadores sociais.

Mesmo assim, partir do ECA (BRASIL, 1990), Souza e Moreira (2021, p. 05) citam como direitos fundamentais que devem ser garantidos às crianças e adolescentes em qualquer situação: “o direito à vida e à saúde; direito à liberdade ao respeito

e à dignidade, direito à convivência familiar e comunitária, direito à educação, à cultura, ao esporte e ao lazer, direito à profissionalização e à proteção no trabalho.” Dessa forma, é importante reconhecer que jovens residentes em instituições de acolhimento devem não só ter as necessidades básicas para sobrevivência supridas, mas também as necessidades emocionais e culturais. Para Marques, Cano e Vendruscolo (2007), na realidade em que vivem as crianças e adolescentes acolhidos em instituições, muitas vezes, os cuidadores não conseguem dispor de tempo para dar uma atenção a atividades recreativas que ajudariam no desempenho emocional, pois dedicam seu foco às demandas básicas mencionadas acima, demandas essas para um número, em geral, muito elevado de crianças e adolescentes.

Pensando no papel que a Comunicação e suas multidisciplinaridades poderiam desempenhar para lançar luz sobre esse cenário, foi desenvolvido um trabalho de interação entre estudantes da graduação em Comunicação e Mídias e crianças e adolescentes residentes em dois dos abrigos municipais de Maringá-PR. A proposta foi planejada e implementada como projeto experimental em Comunicação, desenvolvida sob a supervisão de docentes, nas disciplinas de Planejamento em Comunicação e Empreendimentos em Comunicação.

A execução do projeto incluiu uma troca de experiências com as crianças e adolescentes acolhidos nos abrigos municipais para o desenvolvimento de oficinas e criação de pinturas com os jovens, de forma que eles pudessem expressar-se de forma única por meio da arte. Após essa dinâmica, os seguintes produtos experimentais em Comunicação foram criados: uma exposição das artes produzidas nas oficinas (com duração de dois dias, realizada no Centro de Ação Cultural de Maringá - CAC) e a divulgação do evento.

A Exposição foi denominada Entrelinhas e Vidas e contou com um Leilão Silencioso (ASSED; ASSED, 2021) que aconteceu durante o evento e leiloou os desenhos desenvolvidos pelas crianças e adolescentes, com a finalidade de arrecadar recursos financeiros para as instituições participantes. As oficinas foram realizadas em uma instituição que abriga desde recém-nascidos até crianças de 12 anos; e em outra

que assiste crianças entre 12 a 18 anos de idade; elas não foram identificadas a fim de resguardar a privacidade dos sujeitos envolvidos nesse projeto.

O evento, realizado nos dias 11 e 12 de março de 2023, contou com um total aproximado de 67 visitantes, incluindo as crianças que pintaram algumas das telas leiloadas. Divulgado via Instagram (EXPOENTRELINHAS, 2023), bem como noticiado pelas mídias locais, o leilão silencioso vendeu todas as telas e o valor arrecadado foi destinado para as duas instituições que receberam as oficinas, conforme detalhado na seção 5.

A partir desse contexto, na próxima seção, apresenta-se o referencial teórico que embasou a realização da exposição e sua divulgação. Particularmente, abordam-se as necessidades de crianças e adolescentes acolhidos em instituições; a relevância da comunicação para a visibilidade das instituições de acolhimento para crianças e adolescentes; o evento como estratégia de comunicação. Por fim, apresenta-se um relato da exposição realizada.

## 2 DEMANDAS DE CRIANÇAS E ADOLESCENTES ACOLHIDOS EM INSTITUIÇÕES

Quando são retiradas do convívio com suas famílias, por alguma situação de vulnerabilidade, as crianças e adolescentes são encaminhados para instituições de acolhimento. A recomendação é que os jovens acolhidos o sejam apenas temporariamente e estejam vinculados a alguma família, seja em um novo núcleo familiar ou retornando para seus responsáveis, no menor prazo possível (MARQUES; CANO; VENDRUSCULO, 2007). Nesse contexto, a partir de Weber (1995, p. 36), Marques, Cano e Vendrusculo (2007, p. 07) afirmam que “as crianças institucionalizadas sofrem uma rotina artificial de relações estereotipadas que fala por elas, privando-as de seu espaço subjetivo, de seus conteúdos individuais e da possibilidade de construção de vínculos afetivos.”

Para as autoras, muitos fatores contribuem para a descontinuidade dos laços afetivos, cada indivíduo abrigado nessas instituições tem suas demandas particulares, pois são crianças e adolescentes com experiências de vidas diferentes e os métodos de acolhimento não conseguem suprir tais necessidades específicas de cada acolhido. Há também a questão de a quantidade de crianças acolhidas em cada instituição ser grande, o que acaba dificultando o direcionamento de afeto, atenção, carinho e vínculo afetivo. Tudo isso demonstra que a forma como funcionam os programas de acolhimento não são suficientes para suprir as necessidades dessas crianças e adolescentes. (MARQUES; CANO; VENDRUSCULO, 2007).

Nesse contexto, reforça-se a importância da recreação na vida dessas crianças e adolescentes, pois as brincadeiras são necessárias durante a infância de qualquer criança para que ela tenha um bom desenvolvimento. Porém, a realidade desses abrigos não é essa, pois, por serem muitas crianças e muitas necessidades básicas como alimentação e higiene, acaba não sobrando tempo para a necessidade de estimular a recreação com elas. Mesmo sendo visto também como uma necessidade essencial para os indivíduos abrigados. (MARQUES; CANO; VENDRUSCULO, 2007). Assim sendo, conforme as legislações pertinentes (BRASIL, 1990; BRASIL, 2009),

os acolhimentos institucionais devem assumir caráter residencial, oferecendo atendimento personalizado, em pequenas unidades e grupos reduzidos. Também deveriam disponibilizar um ambiente acolhedor, satisfatório e propício ao desenvolvimento da autonomia e da identidade. (SIQUEIRA; DELL'AGLIO, 2010, p. 408).

Portanto, apesar do caráter excepcional e provisório dos acolhimentos institucionais, os abrigos precisam ser capazes de suprir todas as necessidades das crianças e adolescentes recebidos. Assim, de acordo com as orientações técnicas para instituições de acolhimento de crianças e adolescentes (BRASIL, 2009), além de vincular-se aos serviços socioassistenciais, sistemas da saúde e da educação, as instituições de acolhimento devem articular-se

com equipamentos comunitários, organizações não-governamentais e serviços públicos responsáveis pela execução de programas, projetos, serviços e ações nas áreas de cultura, esporte, lazer, geração de trabalho e renda, habitação, transporte

e capacitação profissional, garantindo o acesso de crianças e adolescentes acolhidos e de suas famílias. (BRASIL, 2009, p. 46-47).

Essa afirmação reforça a relevância do projeto Entrelinhas e Vidas. Isso porque as atividades de pintura realizadas, por meio de oficinas, com as crianças e adolescentes residentes nos abrigos da cidade de Maringá-PR, proporcionaram momentos de lazer e cultura para esses jovens. Ao mesmo tempo, com a promoção do leilão silencioso para angariar fundos, os produtos experimentais em Comunicação ainda possibilitam futuras atividades de lazer e cultura, a partir do vínculo das instituições com atividades do curso de graduação da universidade. Com base no exposto, na próxima seção, aborda-se a relevância da comunicação para a visibilidade das instituições de acolhimento para crianças e adolescentes.

### 3 A IMPORTÂNCIA DA COMUNICAÇÃO PARA A VISIBILIDADE DOS ABRIGOS DE ACOLHIMENTO INSTITUCIONAL

A Comunicação e suas multidisciplinaridades são relevantes para a divulgação de inúmeros setores da sociedade, de modo que, atualmente, “a comunicação assume diversas formas e está intrinsecamente ligada às maneiras como constituímos as relações humanas.” (SANTOS, 2019, p. 45). A partir desse horizonte, passa-se a contextualizar o papel da comunicação na visibilidade dos abrigos de acolhimento institucional. Santos (2019, p. 46), citando Bordenave (1997, p. 45), ressalta a importância da comunicação para o ser humano se sentir notado como “um produto funcional da necessidade humana de expressão e relacionamento”.

Ainda conforme Santos (2019), as atividades da área da Comunicação podem ser ferramentas de transformação social, de transmissão de ensinamentos, ideologias, informação, podendo, até mesmo, operar mudanças na situação social das populações. Dito de outro modo, “a comunicação, na sociedade da informação é

essencial para que as pessoas em suas individualidades ou coletividades entendam e possam exigir seus direitos.” (SANTOS, 2019, p. 46).

Na perspectiva das Relações Públicas (RP), entendidas como integração de diversos setores comunicativos das organizações (KUNSCH, 2003), Santos (2019) analisa que, apesar das origens da área de RP remeterem ao processo de industrialização e ao fortalecimento das relações capitalistas, as suas técnicas são importantes para a comunicação das organizações. Conforme a autora, essa área possui estratégias que “podem ser utilizadas em favor da cidadania ao ter a capacidade de articular ações em conjunto com movimentos sociais e, dessa maneira, fortalecer as estratégias destes para obtenção de melhorias na qualidade de vida da população.” (SANTOS, 2019, p. 49).

Além disso, assim como o projeto Entrelinhas e Vidas, que utiliza diferentes formas de comunicação - tais como oficinas, pintura, curadoria, exposição e redes sociais - para abordar o tema da situação de crianças e adolescentes em acolhimento institucional, Santos (2019) realiza um estudo acerca de dois objetos publicitários, as campanhas “Adote um boa noite” e “Adoção na passarela” que empregaram múltiplas mídias para comunicação da sua mensagem. Contudo, em oposição ao proposto pelo Entrelinhas e Vidas, a autora analisa que as peças estudadas até tiveram como intuito trazer visibilidade para o tema da adoção mas que, para isso, expuseram as crianças e adolescentes, não gerando assim muitos efeitos positivos no público (SANTOS, 2019). Essas campanhas mostram, portanto, que não se trata apenas de empregar a Comunicação para visibilizar um tema social, mas, sobretudo, realizar ações responsáveis e cuidadosas.

A partir da análise feita por Santos (2019), entende-se que a Comunicação não possui um papel de “anunciar” as crianças e adolescentes, já que a adoção é um tema diretamente relacionado com o direito das mesmas. Todavia, a comunicação possui, sim, a função de visibilizar essa realidade, de forma que a sociedade não se esqueça de que milhares de crianças e jovens brasileiros passam anos de suas vidas dentro de abrigos como aqueles tocados pelo Entrelinhas e Vidas.

## 4 SOBRE O EVENTO COMO ESTRATÉGIA DE COMUNICAÇÃO DO PROJETO ENTRELINHAS E VIDAS

No contexto contemporâneo, a comunicação aborda comumente temas como cibercultura (LÉVY, 2014), cultura da convergência (JENKINS, 2009), operacionalizando conceitos e técnicas atinentes aos meios digitais, tal como a divulgação via Instagram empregada nesse projeto (EXPOENTRELINHAS, 2023). Contudo, voltar o olhar para estratégias de comunicação que empreguem as mídias primárias ou secundárias pode ser favorável em muitos cenários.

Conforme Baitello-Júnior (2000), a mídia primária é o próprio corpo do ser humano, suas interações, gestos e códigos culturais. Ainda segundo o autor, na “mídia secundária apenas o emissor necessita um aparato (ou suporte).” (BAITELLO-JÚNIOR, 2000, p. 02). Dessa forma, fazem parte das mídias secundárias “as máscaras, pinturas e adereços corporais, roupas, a utilização do fogo e da fumaça (...), os bastões, a antiga telegrafia ótica, bandeiras, brasões e logotipos, imagens, pinturas e quadros, a escrita, o cartaz, o bilhete, o calendário” (BAITELLO-JÚNIOR, 2000, p. 02).

Ao lançar mão das estratégias de oficinas de pintura, o planejamento de Comunicação de Entrelinhas e Vidas une mídias primárias e secundárias (BAITELLO-JÚNIOR, 2000), no sentido de produzir uma aproximação entre os artistas e os visitantes da exposição. Esse uso associa-se, igualmente, ao emprego do evento de comunicação como uma técnica que gera conexão mais próxima entre organizadores e participantes.

Nesse cenário, conforme Hamam (2011), quando o evento é incorporado ao mix de mídias empregado para a comunicação ocorre o emprego de uma comunicação dirigida especificamente para um público-alvo. O autor afirma que a comunicação dirigida representa a escolha de “um veículo que aproxime os grupos, eleve o nível de entendimento e promova a colaboração mútua das pessoas” (HAMAM, 2011, p. 129).

A ExpoEntrelinhas (2023), com o objetivo de promover essa colaboração mútua direcionando-a ao apoio aos abrigos da cidade de Maringá-PR, realizou o evento em dois dias, 11 e 12 de março de 2023, a fim de que os visitantes pudessem ter

contato com as obras realizadas pelas crianças e adolescentes em situação de acolhimento nas duas organizações mencionadas na Introdução. Essa opção apoia-se no entendimento técnico de que, na exposição, há a comunicação dirigida que “enfoca de forma direta e quase exclusiva o participante do evento; dificilmente qualquer outro meio de comunicação poderia atingir em cheio um público tão específico em uma única oportunidade.” (HAMAM, 2011, p. 29). Assim, na medida em que o evento foi divulgado via Instagram (EXPOENTRELINHAS, 2023), bem como por meio de entrevistas em mídias tradicionais, como a televisão, houve a oportunidade de chamar a atenção de um público interessado em contribuir com as crianças e adolescentes que vivem nos abrigos da cidade.

Dito de outro modo, essa aproximação com um público específico é particularmente “possível num evento, onde os participantes convivem durante um determinado período e as mensagens são divulgadas com a maior eficiência, abrangendo um *target* seletivo de formadores de opinião, sem a menor dispersão” (HAMAM, 2011, p. 29). A Expoentrelinhas pode ser, então, caracterizada como um evento de comunicação dirigida, planejado para integrar um mix de comunicação que objetivou empregar as técnicas e estratégias de comunicação a fim de auxiliar crianças e adolescentes acolhidos em instituições de Maringá-PR.

Considerando o aparato técnico da área de Comunicação, o evento pode ser definido como

um acontecimento excepcional previamente planejado, que ocorre em determinado tempo e local e gera grande envolvimento e mobilização de um grupo ou comunidade, buscando a integração, a difusão e a sensibilização entre os participantes para os objetivos pretendidos. Estes devem ser colocados de forma clara e explícita, para que o público-alvo receba e assimile os temas abordados e as ações desenvolvidas durante os eventos. (HAMAM, 2011, p. 130).

Dessa forma, para que atinjam o seu máximo potencial, os eventos precisam integrar um planejamento adequado de Comunicação. Para Kunsch (2003), existem diversas modalidades de eventos que podem ser realizados e, para isso, são necessárias as etapas de planejamento, organização e realização. Conforme a

autora, os meios comuns de execução de eventos são: “congressos, convenções, simpósios, inaugurações, concursos, *mostras e exposições*, premiações, lançamentos de produtos etc.” (KUNSCH, 2003, p. 386, grifo nosso).

Lançando mão de um dos eventos mais comuns - a exposição - esse trabalho, desenvolvido nas disciplinas de Planejamento em Comunicação e Empreendimentos em Comunicação, demonstra, conforme aponta o relato de realização exposto na próxima seção, que as estratégias e técnicas da Comunicação podem ser aproveitadas no sentido de oferecer algum apoio para as crianças e adolescentes em acolhimento institucional. Essa possibilidade manifesta-se já que os eventos geram aproximação, sensibilização e identificação entre os organizadores e os participantes, fazendo com que, no caso específico da ExpoEntrelinhas, fossem revertidos recursos financeiros (por meio do aporte pecuniário após a venda dos quadros pelo Leilão Silencioso) e atividades lúdicas para os acolhidos (por meio das oficinas de pintura). Sendo assim,

a importância da realização de um evento está sobretudo no aproveitamento do instante, do ambiente ou da presença de pessoas, pois dessa atitude resulta a impressão final. O evento, quando bem planejado e executado, criará fatalmente um conceito positivo para a organização que o promove. (KUNSCH, 2003, p. 386).

Para a realização de um evento, há três atividades principais a serem desenvolvidas pela área de Comunicação: “1. organização; 2. produção de material informativo e promocional; 3. divulgação.” (KUNSCH, 2003, p. 386). As tarefas técnicas concernentes à parte de organização envolvem: definição de local e data, definição de participantes e contatos, contratação de serviços (como som, decoração, iluminação, dentre outros), além de mais tarefas destinadas a garantir que o evento ocorra da melhor forma. Já na etapa de produção do material informativo e promocional, são necessárias atividades tais como: elaborar o material de divulgação, criação da identidade visual, elaboração de peças a serem afixadas/distribuídas no evento. Por fim, a divulgação engloba a estratégia de comunicação pela qual o evento será informado aos seus públicos de interesse, bem como o relacionamento com os veículos de mídia. (KUNSCH, 2003).

Ainda conforme Kunsch (2003), essas são técnicas gerais que se aplicam a qualquer tipo de evento. Contudo, elas devem ser adaptadas para os eventos específicos a serem realizados. A autora igualmente afirma a importância de empregar técnicas como: cronograma, orçamento, atribuição de responsabilidades, dentre outras. Dessa forma, antes de executar eventos devemos “definir os objetivos, as justificativas, o público a atingir, as estratégias, a alocação de recursos necessários, os cronogramas, as logísticas, estimativas de custos, a avaliação e a sustentação” (KUNSCH, 2003, p. 388).

Diante do exposto, a Exposição Entrelinhas e Vidas contemplou a etapa de organização por meio de um projeto de pesquisa para produto experimental em comunicação desenvolvido ao longo da disciplina de Planejamento em Comunicação. Essa primeira fase contou com o desenvolvimento de justificativa, objetivos, referencial teórico e metodologia de planejamento dos produtos (as oficinas e o leilão silencioso). Já as etapas de produção do material de divulgação, a divulgação propriamente dita e a realização do evento ocorreram na disciplina de Empreendimentos em Comunicação, materializadas na forma de relatório de produto experimental em Comunicação.

A fim de que seja possível uma maior compreensão das etapas e da execução da ExpoEntrelinhas, na próxima seção, apresenta-se um relatório detalhado acerca da realização do evento de comunicação dirigida para apoiar crianças e adolescentes em acolhimento institucional na cidade de Maringá-PR.

## 5 RELATO SOBRE A REALIZAÇÃO DA EXPOSIÇÃO ENTRELINHAS E VIDAS

A Exposição Entrelinhas e Vidas foi planejada no semestre de realização da disciplina de Planejamento em Comunicação. Ao finalizar o planejamento do projeto de exposição visual, iniciou a disciplina de Empreendimentos em Comunicação,

com o objetivo de colocar em prática o nosso trabalho e estudo, realizando a divulgação e o evento em si.

## 5.1 Dinâmicas

Para um melhor desenvolvimento de vínculos e comunicação, foram realizados dois dias de dinâmicas com oficinas práticas artísticas que integravam encontros com as crianças e adolescentes em situação de acolhimento em duas instituições de Maringá-PR. A estratégia de mais tempo de contato foi vantajosa pois, por exemplo, uma das adolescentes resistiu muito no primeiro encontro e não quis participar, porém, na segunda visita, houve uma abertura muito melhor e, por meio de comunicação e confiança, ela participou da dinâmica proposta. Além disso, para melhor execução das dinâmicas, foi feito contato com um aluno do quarto ano do curso de Artes Cênicas e ele auxiliou na realização das oficinas de pintura nos abrigos.

A fim de iniciar a execução do projeto, uma alteração na data da exposição foi realizada. Para chegar a essa decisão, considerou-se o tempo disponível para realizar as dinâmicas e os processos até a exposição. Inicialmente, estava planejado para o evento ocorrer nos dias 18/02 e 19/02, porém, a exposição foi realizada nos dias 11/03 e 12/03. As dinâmicas também sofreram alteração de data, em princípio, foi indicado que seriam nos dias 20/01 e 30/01, contudo, as quatro visitas aconteceram efetivamente nos dias: 23/02 e 28/02, 01/03 e 02/03. Esse processo demonstra que a realização do planejamento prévio e sua revisão constante são fundamentais para o sucesso de um evento.

A alteração de dois dias de dinâmica para quatro dias fez extrema diferença para o projeto. Nas primeiras visitas, sendo no dia 23/02 em uma instituição e na outra no dia 28/02, a equipe conheceu os residentes. Para introduzir a arte como expressão, em ambas as instituições, foram realizadas atividades com lápis de cor, giz de cera e papel sulfite. A principal ideia foi levar um pouco de referências artísticas como inspiração e propor uma roda de conversa. Isso possibilitou às organizadoras

conhecer um pouco sobre cada um e entender qual a relação que eles tinham com a arte. A participação do acadêmico concluinte de Artes Visuais também foi imprescindível, já que seus conhecimentos e sua didática colaboraram de forma significativa para o desenvolvimento das dinâmicas e realização das produções.

O terceiro e quarto dias de visitas ocorreram respectivamente nos dias 01/03 e 02/03, cada um em uma das instituições de acolhimento. Nestes dias, foram levadas telas de pintura, uma para cada residente, assim como tintas e pincéis. Tendo como ideia principal a expressão por meio da arte, eles ficaram livres para pintar o que mais fizesse sentido naquele momento. O resultado foram pinturas incríveis. Porém, para além do resultado artístico, o tempo em que a equipe do projeto esteve em contato com as crianças e adolescentes pode ser considerada a maior realização do projeto. Isso porque entender um pouco mais de perto as suas vivências e proporcionar momentos de diversão e conhecimento, foi o que permitiu entender o principal motivo por trás de tudo: demonstrar como a Comunicação pode contribuir de algum modo para a vida de crianças e adolescentes em acolhimento institucional.

## 5.2 Organização do espaço para a exposição

A exposição ocorreu no CAC (Centro de Ação Cultural Márcia Costa). O primeiro contato com o espaço, visando entender a possibilidade de utilização, foi no dia 13/12/2022, para agendar as datas previstas, porém, a agenda para reservas do espaço em 2023 só abria em janeiro do mesmo ano. A partir disso, um novo contato foi realizado em 20/01/23, de forma presencial, ficando agendada a data da exposição. O contrato foi oficialmente assinado no dia 09/02. O espaço do CAC foi essencial para a exposição, pois, além de ter fácil acesso em termos de localização (no centro da cidade), também foi possível utilizar alguns elementos que o centro possui, como cubos, mesas, bancos, etc.

Buscando um planejamento mais detalhado do espaço em que seria alocada a exposição, foi produzido um esboço do que seria colocado em cada área, pensando em tornar o espaço um tanto interativo, interessante e também bem preenchido, sem deixar de lado características que remetesse à estética visual do projeto como um todo: pinturas, tintas, linhas, criações artesanais, cores quentes, dentre outros. Depois de projetado o ambiente, listou-se possíveis materiais que dariam conta da proposta e as compras aconteceram em momentos alternados, mas principalmente nos dois dias que antecederam a data da exposição.

A execução de fato da exposição contou com algumas divisões, considerando o espaço disponível e o mapeamento feito pelo grupo. Na entrada, havia um espaço para receber os visitantes e introduzir o projeto; no setor principal, havia um local destinado à exibição de um vídeo com a documentação das oficinas, um ambiente contendo um mural de fotos - que também registravam a realização das dinâmicas nas instituições -, um outro para observação e contemplação das telas e um último balcão com tags e urna para a realização do leilão silencioso.

A entrada do espaço contou com uma disposição de tecidos. Um deles tendo a logo da Expoentrelinhas desenhada e pintada à mão e o outro com uma explicação do projeto e leilão silencioso, também feita à mão. O objetivo era que a estética da exposição combinasse com a proposta do projeto, que fosse artesanal. Logo depois, no corredor de entrada, havia um painel com pinturas de mãos carimbadas pelas crianças e adolescentes que foram os pintores das telas. Também foi posicionado um cavalete com o pôster da exposição, ao lado de um “portal”, feito à mão, com fitas de cetim. Assim, foram divididos os espaços da exposição, sendo: A entrada/corredor e pós-portal (a exposição em si).

O espaço expositivo contou com 15 telas dispostas em cima de cubos geométricos, essas peças foram distribuídas com cavaletes dentro da exposição. A organização dos cubos foi realizada pensando na movimentação das pessoas dentro do local, em que elas pudessem andar entre as peças, também respeitando a estética planejada. Outras 5 peças foram penduradas com linhas de pesca, dando a impressão de que

estavam flutuando. Cada uma das obras possuía um número de identificação, bem como o primeiro nome e idade da criança que pintou aquela tela.

### 5.3 Recursos

Para custear os gastos com deslocamento, matérias-primas para a realização das dinâmicas, bem como materiais que seriam utilizados para a execução do projeto e da exposição propriamente dita, a equipe mapeou algumas possibilidades. De início, realizou-se uma pesquisa geral de possíveis patrocinadores de áreas que tinham alguma relação com a proposta, tais como: loja de materiais artísticos, loja de tintas, loja de molduras, papelarias e estabelecimentos que de alguma forma incentivam e divulgam a arte local, como cafés, os quais poderiam oferecer apoio ao projeto, seja financeiramente ou com a doação de materiais.

Após contato, o projeto contou com três patrocinadores: Estilo's Quadros e Molduras, oferecimento de 25 telas; Bedin Tintas, oferecimento de latas de tinta; Plus Life Café, oferecimento de R\$100,00 de consumação como primeiro prêmio para uma rifa solidária. Essa rifa solidária foi realizada a fim de que a equipe conseguisse arcar com os custos de realização do projeto. Os bilhetes foram vendidos pelo valor unitário de R\$5,00 e os prêmios oferecidos foram a consumação no Plus Life Café para o primeiro lugar e uma arte personalizada junto a uma caixa de bombons artesanais para o segundo lugar, estes últimos fornecidos por Júlia e Isadora, duas participantes do grupo. A partir do valor arrecadado, foram comprados tecidos, tintas, cavaletes, urna, linhas, fitas e impressão de materiais como fotografias, banner, pôsteres, fichas para identificação das telas e também tags para a organização dos lances do leilão silencioso.

### 5.4 Leilão Silencioso

O leilão silencioso funcionou da seguinte maneira: ao entrar na exposição, as pessoas eram recepcionadas pelas organizadoras que explicavam a dinâmica do

leilão silencioso, após observar as obras, os espectadores poderiam escolher uma ou mais telas que gostariam de adquirir, então, dirigiam-se até um totem com tags para realizar os lances. Essas tags impressas continham campos para indicar o número da obra, o nome do espectador e seus dados para contato, caso o seu lance fosse o maior em alguma das telas.

Após o fim da exposição, a equipe conferiu todos os lances depositados na urna e constatou qual foi o maior lance para cada peça, portanto, os ganhadores. Então, as realizadoras da exposição entraram em contato com as pessoas para confirmar se elas ainda estariam interessadas, ao ser confirmado, a equipe passava o código para depósito bancário e recebia o dinheiro das peças. A partir disso, foi combinada a melhor forma de entrega da tela de acordo com as possibilidades de cada comprador.

## 5.5 Público participante do projeto

Antes da realização efetiva do projeto com as crianças e adolescentes residentes dos abrigos municipais de Maringá, a partir de conversas com os responsáveis pelas instituições, a equipe foi informada de que existe um certo nível de rotatividade dos residentes, por esse motivo, só houve conhecimento de quais seriam os participantes, quando realizou-se a primeira visita. A partir disso, participaram efetivamente das dinâmicas, nos dias 01/03 e 02/03, 16 crianças (2 a 12 anos) e 9 adolescentes (13 a 15 anos).

A fim de apoiar a organização da exposição, uma pesquisa de público foi realizada via Formulário Eletrônico do Google. O documento foi divulgado pelas participantes do projeto em seus perfis nas redes sociais. Assim, ao todo, foram obtidas 94 respostas durante o período de 20 dias em que a pesquisa ficou disponível.

## 5.6 Público visitante da exposição

Durante os dois dias de realização da ExpoEntrelinhas, 11 e 12 de março de 2023, 67 pessoas visitaram o evento. Dentre elas, 58 efetivamente participaram do Leilão Silencioso ofertando lances para as telas. Considerando que algumas pessoas deram lances em mais de uma peça, tivemos ao total 75 lances. Assim, foram vendidas 20 telas e o evento arrecadou um valor total de R\$ 900,00 (novecentos reais). Essa quantia monetária foi destinada para as duas instituições que receberam as oficinas.

No dia 11/03, primeiro dia de exposição no CAC, algumas das crianças e adolescentes em acolhimento institucional e artistas das telas expostas foram pessoalmente prestigiar seus trabalhos. Foi possível perceber o quanto eles ficaram animados ao verem suas telas exibidas, muitos, inclusive pediram para que as cuidadoras responsáveis por eles nos abrigos tirassem fotos para registrar o momento.

Sendo assim, professores, familiares, amigos e público em geral prestigiaram as obras. Desses visitantes, algumas pessoas viam o banner na entrada do prédio e resolveram entrar, muitas haviam visto a divulgação on-line, demonstrando a importância da etapa de divulgação. Com base nesse contexto, a equipe concluiu o trabalho realizada com o resultado alcançado.

## 6 CONSIDERAÇÕES FINAIS

Diante do exposto, é possível perceber que os espaços institucionais de acolhimento para crianças e adolescentes em situação de vulnerabilidade, juntamente com propostas comunicacionais e artísticas, são fundamentais na promoção de atividades que ampliem diálogos sociais e a visibilidade de suas ações e demandas. Nesse cenário, a partir dos estudos realizados e das práticas desenvolvidas, a realização da Exposição Entrelinhas e Vidas demonstra que o papel desempenhado pela área de Comunicação pode ir além de reportar e dar conhecimento público das

dificuldades enfrentadas nesse contexto. O evento narrado neste texto, portanto, dá visibilidade ao fato de que as estratégias e técnicas de Comunicação podem ter impacto mais imediato nas vidas desses sujeitos.

## REFERÊNCIAS

- ASSED, G. F.; ASSED, C. F. A Teoria dos Leilões e o Novo Marco Regulatório do Saneamento Básico Brasileiro. **Revista Videre**, Dourados, v. 13, n. 27, maio/ago., 2021 – ISSN: 2177-7837. Disponível em: <https://ojs.ufgd.edu.br/index.php/videre/article/view/12864/8078>. Acesso em: 30 mar. 2023.
- BAITELLO-JÚNIOR, N. O tempo lento e o espaço nulo. Mídia primária, secundária e terciária. In: ANAIS DO 9º ENCONTRO ANUAL DA COMPÓS, 2000, Porto Alegre. **Anais eletrônicos...** Campinas, Galoá, 2000. Disponível em: <https://proceedings.science/compos/compos-2000/trabalhos/o-tempo-lento-e-o-espaco-nulo-midia-primaria-secundaria-e-terciaria?lang=pt-br>. Acesso em: 25 abr. 2023.
- BRASIL, **Lei nº 12.010, de 03 de agosto de 2009**. Dispõe sobre adoção; altera as Leis nos 8.069, de 13 de julho de 1990 - Estatuto da Criança e do Adolescente, 8.560, de 29 de dezembro de 1992; revoga dispositivos da Lei no 10.406, de 10 de janeiro de 2002 - Código Civil, e da Consolidação das Leis do Trabalho - CLT, aprovada pelo Decreto-Lei no 5.452, de 1o de maio de 1943; e dá outras providências. Disponível em: [https://www.planalto.gov.br/ccivil\\_03/\\_ato2007-2010/2009/lei/l12010.htm](https://www.planalto.gov.br/ccivil_03/_ato2007-2010/2009/lei/l12010.htm). Acesso em: 30 mar. 2023.
- BRASIL, **Lei Federal nº 8.069, de 13 de julho de 1990**. Dispõe sobre o Estatuto da Criança e do Adolescente e dá outras providências. Disponível em: [https://www.planalto.gov.br/ccivil\\_03/leis/l8069.htm](https://www.planalto.gov.br/ccivil_03/leis/l8069.htm). Acesso em: 30 mar. 2023.
- BRASIL, Ministério do Desenvolvimento Social e Combate à Fome. **Orientações Técnicas: Serviços de Acolhimento para Crianças e Adolescentes**. 2 ed. Brasília-DF, 2009. Disponível em: [https://www.mds.gov.br/webarquivos/publicacao/assistencia\\_social/Cadernos/orientacoes-tecnicas-servicos-de-acolhimento.pdf](https://www.mds.gov.br/webarquivos/publicacao/assistencia_social/Cadernos/orientacoes-tecnicas-servicos-de-acolhimento.pdf). Acesso em: 30 mar. 2023.
- CONSELHO NACIONAL DE JUSTIÇA (CNJ). **Painel de Acompanhamento do Sistema Nacional de Adoção**. Disponível em: <https://paineisanalytics.cnj.jus.br/single/?appid=ccd72056=8999-4434--913b-74f5b5b31b2a&sheet=4f1d9435-00b1-4c8c-beb7-8ed9dba4e45a&opt=cursel&select=clearall>. Acesso em: 30 mar. 2023.
- EXPOENTRELINHAS. Página do Instagram. Disponível em: <https://www.instagram.com/expoentrelinhas/?igshid=YmMyMTA2M2Y%3D>. Acesso em: 30 mar. 2023.
- HAMAM, Roosevelt. O evento integrando o mix da comunicação. In: KUNSCH. **Obtendo resultados com relações públicas**. Editora Pioneira, 2011. p. 129-138.
- JACINTO, P. M. S. Acolhimento Institucional e Educação: uma Revisão Integrativa de Literatura em Psicologia. **Opará: Etnicidades, Movimentos Sociais e Educação**, Paulo Afonso, v. 9, n.14, e142002. 2021 ISSN 2317-9457 | 2317-9465. Disponível em: <https://www.revistas.uneb.br/index.php/opara/article/view/10664>. Acesso em: 30 mar. 2023.
- JENKINS, H. **Cultura da Convergência**. São Paulo: Aleph, 2009.
- KUNSCH, M. M. K. **Planejamento de Relações Públicas na Comunicação Integrada**. Edição Revista. São Paulo: Summus, 2003.
- LÉVY, P. **Cibercultura**. 3 ed. São Paulo: Editora 34, 2014.
- MARQUES, C. M. L.; CANO, M. A. T; VENDRUSCOLO, Telma. A percepção dos cuidadores sociais de crianças em abrigos em relação ao processo de cuidar. **Serviço Social & Realidade**. v. 16, n. 2, 2007. Disponível em: <https://ojs.franca.unesp.br/index.php/SSR/article/view/102>. Acesso em: 30 mar. 2023.

SANTOS, L. R. **Lápis, caderno, chiclete, pião**: o status social da infância e da adoção tardia no Brasil e a comunicação como dispositivo de transformação de realidades. 2019. Trabalho de Conclusão de Curso (TCC) - Graduação em Comunicação Social com habilitação em Relações Públicas - Universidade de São Paulo. São Paulo-SP. 2019. Orientadora: Profa. Dra. Simone Alves de Carvalho. Disponível em: <https://bdta.abcd.usp.br/item/003053278>. Acesso em: 30 mar. 2023.

SIQUEIRA, A. C.; DELL'AGLIO, D. D. Crianças e Adolescentes Institucionalizados: Desempenho Escolar, Satisfação de Vida e Rede de Apoio Social. **Psicologia: Teoria e Pesquisa**. Jul-Set 2010, Vol. 26 n. 3, pp. 407-415. Disponível em: <https://periodicos.unb.br/index.php/revistapt/article/view/17462/16745>. Acesso em: 30 mar. 2023.

SOUZA, S. R.; MOREIRA, M. I. C. Pensando sistemicamente sobre as redes de proteção social destinadas às famílias de crianças e adolescentes em acolhimento institucional. **Pesquisas e Práticas Psicossociais**, 16 (4), São João del Rei, outubro-dezembro de 2021. e-3672. Disponível em: [http://www.seer.ufsj.edu.br/revista\\_ppp/article/view/e3672](http://www.seer.ufsj.edu.br/revista_ppp/article/view/e3672). Acesso em: 30 mar. 2023.



# AUTORES

## Daniela Polla

Jornalista (UFSM), mestra e doutora em Letras (UEM). Atualmente, é professora adjunta vinculada ao curso de Comunicação e Multimeios da UEM. Integra o GEF - Grupo de Estudos Foucaultianos da UEM e interessa-se por pesquisas que analisem o sujeito idoso, bem como formas diversas de objetivação e subjetivação que circulam nas mídias, empregando as teorias e métodos dos Estudos Discursivos Foucaultianos.

**E-mail:** [dpolla2@uem.br](mailto:dpolla2@uem.br)

**iD** <https://orcid.org/0009-0005-5223-2561>

## Tiago Lenartovicz

Publicitário (Unicesumar), mestre em Letras (UEM) e doutorando em Comunicação (USP). Atualmente, é professor adjunto vinculado ao curso de Comunicação e Multimeios da UEM. Integra o GELiDis - Grupo de Pesquisa Linguagens e Discursos nos Meios de Comunicação na ECA-USP. Desenvolve estudos relacionados a produções audiovisuais, narratologia e animação, tendo ainda histórico de pesquisas em educação associadas à comunicação.

**E-mail:** [tlenartovicz2@uem.br](mailto:tlenartovicz2@uem.br)

**iD** <https://orcid.org/0000-0002-8446-2936>

## Júlia Rovani Molena

Discente do terceiro ano de graduação em Comunicação e Multimeios da UEM. Atualmente, estagiária de Marketing na empresa RHGestor, em que desempenha projetos voltados para a produção de materiais ricos e interessa-se especialmente por áreas associadas a redação e artes plásticas.

**E-mail:** [juliaarovani@gmail.com](mailto:juliaarovani@gmail.com)

**iD** <https://orcid.org/0009-0008-4750-9556>

## Giovana Navakoski Storti

Discente do terceiro ano de graduação em Comunicação e Multimeios da UEM. Atualmente, estagiária de UX/UI Design na empresa Vivaweb, interessa-se por criações digitais no meio do Design e áreas relacionadas à produção audiovisual e fotográfica.

**E-mail:** [giovananstorti@gmail.com](mailto:giovananstorti@gmail.com)

**iD** <https://orcid.org/0009-0000-2899-6493>

## Giovanna Maria da Silva Cebulski

Discente do terceiro ano de graduação em Comunicação e Multimeios da UEM. Atualmente, estagiária de Assessoria e Social Media na Secretaria de Proteção e Bem-Estar Animal da Prefeitura de Maringá, interessa-se por áreas relacionadas a design, moda e fotografia.

**E-mail:** [giovannacebulski@gmail.com](mailto:giovannacebulski@gmail.com)

**iD** <https://orcid.org/0009-0004-9402-3250>

## Isadora Fernanda Rodrigues Quemelo

Discente do terceiro ano de graduação em Comunicação e Multimeios da UEM. Atualmente, atua de forma autônoma na área de Marketing e Social Media para empresas em Maringá, realizando trabalhos audiovisuais e artes gráficas para os clientes.

**E-mail:** [isadoracomunicacao@hotmail.com](mailto:isadoracomunicacao@hotmail.com)

**iD** <https://orcid.org/0009-0001-7269-6786>