



DOI 10.30612/realizacao.v11i21.17989
ISSN: 2358-3401

Submetido em 04 de abril de 2024

Aceito em 06 de agosto de 2024

Publicado em 27 de setembro de 2024

EXTENSÃO UNIVERSITÁRIA E DISTRIBUIÇÃO CINEMATOGRÁFICA - UMA REFLEXÃO SOBRE O PROJETO “TRAMA”

UNIVERSITY EXTENSION AND CINEMATOGRAPHIC
DISTRIBUTION - A REFLECTION ON THE PROJECT “TRAMA”

EXTENSIÓN UNIVERSITARIA Y DISTRIBUCIÓN
CINEMATOGRÁFICA - UNA REFLEXIÓN SOBRE EL PROYECTO
“TRAMA”

Sabrina Tenório Luna da Silva*
Universidade Federal de Mato Grosso

Resumo: Este artigo tem o objetivo de relatar o processo de criação e desenvolvimento do projeto de extensão “Distribuição cinematográfica: Curadoria, festivais, produção e design de audiência”. O projeto é ligado ao Departamento de Comunicação e à graduação em Cinema e Audiovisual da Universidade Federal de Mato Grosso e tem como objetivo formar profissionais habilitados a trabalhar na área de distribuição, um dos maiores gargalos da produção cinematográfica nacional.

Palavras-chave: Cinema, design de audiência, distribuição cinematográfica, extensão universitária.

Abstract: This article aims to report the process of creation and development of the extension project “Cinematic distribution: Curatorship, festivals, production and audience design”. The project is linked to the Department of Communication and the graduation in Cinema and Audiovisual of the Federal University of Mato Grosso and aims

*Autor para Correspondência: sabrina.silva4@ufmt.br

to form professionals qualified to work in the distribution area, one of the biggest challenges in Brazilian cinematographic production.

Keywords: Audience design, cinema, film distribution, university extension.

Resumen: Este artículo tiene como objetivo informar el proceso de creación y desarrollo del proyecto de extensión “Distribución cinematográfica: Curaduría, festivales, producción y diseño de audiencia”. El proyecto está vinculado al Departamento de Comunicación y a la carrera de Cine y Audiovisual de la Universidad Federal de Mato Grosso y tiene como objetivo formar profesionales capacitados para actuar en el área de distribución, uno de los mayores desafíos de la producción cinematográfica brasileña.

Palabras clave: Cine, diseño de audiencia, distribución cinematográfica, extensión universitaria.

INTRODUÇÃO

A universidade é um espaço de criação e troca de saberes, onde habilidades diversas são desenvolvidas. Além do ensino e da pesquisa, a extensão se apresenta como um desses locais de compartilhamento, tendo como objetivo o estabelecimento de um relacionamento entre a universidade e a sociedade. Através da extensão universitária, os estudantes têm a possibilidade de intervir nos processos sociais e a partir disso, ampliar as suas possibilidades de aprendizagem e atuação social.

A obrigatoriedade da extensão na graduação e na pós-graduação foi determinada no Plano Nacional de Educação de 2014 e reforçada pelo Ministério da Educação (MEC) na resolução nº 7 de 18 de dezembro de 2018. A resolução tem o intuito de valorizar a extensão universitária e cumprir com o objetivo de que no mínimo 10% dos créditos dos cursos sejam cumpridos através de atividades extensionistas^{1†}.

Com base nisso, resolvemos propor um projeto de extensão que atendesse a uma das maiores demandas locais e nacionais dentro do campo cinematográfico: a distribuição. Ao produzir um filme, algumas variáveis são levadas em conta, porém as etapas de realização seguem, em geral, uma mesma dinâmica, caracterizada pelas etapas de pré-produção, produção e pós-produção (RODRIGUES, 2007). Tais etapas, que se

¹ Disponível em: https://normativasconselhos.mec.gov.br/normativa/pdf/CNE_RES_CNECESN72018.pdf

iniciam com o surgimento da ideia e escrita do roteiro e terminam com o material editado e finalizado, são contempladas no currículo dos cursos de cinema e audiovisual. Um filme ou produto audiovisual, porém, não termina quando a sua produção é finalizada. A exibição e todo o sistema de distribuição do produto são necessários para que a sua função se complete, para que o filme exista de fato como produto audiovisual voltado à exibição pública.

Apesar de fundamental, a etapa da distribuição tem pouco ou nenhum espaço nos currículos dos cursos de cinema. A distribuição, a exibição e a formação de público, além disso, são os principais gargalos da produção cinematográfica nacional e estratégias que visam encontrar soluções para estes problemas vêm sendo desenvolvidas de forma crescente. Para Machado e Almeida:

Já no processo de criação de um filme, há pelo menos três importantes pilares básicos de sustentação: o estético, o da organização da produção e o do planejamento de comercialização. Para quem pretende fazer um filme que tenha chance de atingir seu público-alvo, é fundamental trabalhar com este terceiro objetivo – muitas vezes negligenciado (MACHADO, ALMEIDA, 2010, p. 13).

Além das razões elencadas para a escolha deste tema para a ação extensionista, percebemos também que a área de distribuição se apresenta como um espaço potencial para a prática interdisciplinar, pois congrega habilidades desenvolvidas tanto no curso de Cinema e Audiovisual, quanto nos cursos de Publicidade e Jornalismo, também integrantes do Departamento de Comunicação da Universidade Federal de Mato Grosso. Dessa forma, acreditamos ser possível oferecer aos estudantes a possibilidade de aprender na prática e ao mesmo tempo estabelecer contato com a comunidade cinematográfica independente, ampliando assim o seu repertório e a sua rede de atuação. Por fim, o tema foi escolhido por atender a uma necessidade local, necessidade essa percebida através de uma investigação prévia e confirmada no início da atuação do projeto através de uma pesquisa com o público-alvo, a qual nos ateremos mais adiante.

A ideia de desenvolver um projeto de extensão que tenha como foco a distribuição de filmes universitários e independentes e o circuito envolvido nisso, vem também da atuação da proponente como curadora e produtora de mostras e festivais de cinema e como produtora de distribuição em circuitos independentes. Nesta atuação, foram percebidos dois problemas principais: o acesso às janelas formais de exibição e, após alcançado esse acesso, uma formação de público que viabilize a circulação sustentável do filme. Estes problemas se acentuam quando temos como foco filmes experimentais,

documentários, curtas e média-metragens, que são os formatos predominantes na produção universitária e independente. Através de ações realizadas em conjunto com a equipe executora do projeto, pretendemos ampliar os espaços de exibição para filmes independentes e universitários e através de debates e mostras trabalhar em prol da formação de público.

Dessa forma, enviamos a proposta do projeto de extensão intitulado "Distribuição cinematográfica: Curadoria, festivais, produção e design de audiência", para o colegiado do Departamento de Comunicação da Universidade Federal de Mato Grosso em dezembro de 2022. O projeto foi aprovado e enviado para as instâncias superiores, tendo início em fevereiro de 2023, com previsão de duração de um ano. Nas páginas seguintes descreveremos as ações principais desenvolvidas pelo projeto e algumas reflexões em torno da sua aplicação.

OBJETIVOS

A seguir, delineamos os objetivos do projeto:

Formar agentes focados na distribuição cinematográfica, habilitados a atuar profissionalmente como curadores, programadores, produtores e distribuidores, tendo como foco principal a distribuição local e regional de filmes produzidos em Mato Grosso e no Centro-Oeste.

Ampliar o debate em torno da distribuição de filmes independentes e universitários.

Aumentar a profissionalização no meio e as oportunidades de atuação profissional remunerada dentro da cadeia produtiva cinematográfica.

MATERIAIS E MÉTODOS

O principal método utilizado será a pesquisa-ação, que pode ser definida como:

Um tipo de pesquisa social com base empírica que é concebida e realizada em estreita associação com uma ação ou com a resolução de um problema coletivo e na qual os pesquisadores e os participantes representativos da situação ou do problema estão envolvidos de modo cooperativo ou participativo (THIOLLENT, 1997 apud KRAFTA, FREITAS, MARTENS, 2007, p. 1).

Junto a este método, utilizamos também algumas premissas do design de audiência, metodologia que busca repensar as relações entre distribuição cinematográfica e formação de público, tendo o último como foco principal das ações já nas etapas iniciais de desenvolvimento das obras audiovisuais, a metodologia começou a ser aplicada em 2011 no programa de “Design de Audiência” do Torino Film Lab² [‡](RICHTER & THIELE, 2018).

O Design de Audiência tem como base metodológica o Design de Experiência do Usuário, metodologia que busca tornar as interações das pessoas com sistemas complexos mais agradável (RICHTER & THIELE, 2018, p. 29)³[§]. O ponto principal que nos levou a adotar essa metodologia foi por esta ser definida como “uma disciplina e processo de trabalho que só podem funcionar como um esforço de grupo, um compartilhamento de habilidades, insights, conhecimento e experiência” (RICHTER & THIELE, 2018, p. 43).

Dessa forma, acreditamos que seria possível desenvolver ações de formação de público, curadoria, distribuição e debates sobre tais processos com uma equipe interdisciplinar guiada pelos menos objetivos e apta a realizar experimentos em torno do tema central do projeto.

A partir destes métodos, nos propusemos a realizar mostras e eventos, que tem como foco principal a formação de público, traçar estratégias de distribuição para alguns filmes independentes e universitários selecionados e acompanhar a forma como são colocadas em prática pela equipe responsável, mensurar os resultados e desenvolver artigos acadêmicos para compartilhar a experiência.

Para colocar as premissas em prática, a aplicação do projeto foi dividida nas seguintes etapas:

Etapa 1: Seleção de participantes; Formação de equipes; Pesquisa de público-alvo; Criação de identidade visual; Mapeamento de festivais, cineclubes e distribuidoras de filmes independentes; Criação de redes sociais; Definição do foco do primeiro ciclo de curadoria e de eventos.

Etapa 2: Realização de eventos temáticos; Realização de mostras temáticas; Distribuição de mostras temáticas;

[‡] O Torino Film Lab é um laboratório sediado em Turim, na Itália, que apoia principalmente pessoas que trabalham em seu primeiro e segundo longas-metragens de ficção. Seus quatro principais campos de envolvimento são treinamento, desenvolvimento, financiamento e distribuição.

³Tradução do Autor.

Etapa 3: Mensuração dos resultados e escrita de artigos.

Etapa 4: Avaliação do primeiro ciclo do projeto.

A seguir, iremos resumir como esse processo foi desenvolvido no período de março a novembro de 2023, período este que abrange dois semestres do curso e contempla os estudantes da equipe efetiva com uma carga horária de 64 horas por semestre.

SELEÇÃO DE PARTICIPANTES

Após a aprovação do projeto em todas as instâncias, foi criado um formulário para inscrição dos estudantes interessados em compor a equipe executora do projeto. O formulário foi divulgado entre estudantes e professores dos cursos de Cinema e Audiovisual, Jornalismo e Publicidade. No formulário, procuramos entender o interesse dos alunos na área e estimular a diversidade, buscando uma equipe o mais equilibrada possível em termos de habilidades, raça, gênero e classe social. Por se tratar de um esforço em grupo e uma busca por soluções fora das ações tradicionais, pensamos que a diversidade entre os participantes poderia resultar em uma troca de experiências e visões de mundo que viesse a enriquecer as ações.

No total, foram realizadas 43 inscrições. Inicialmente, o projeto contava com 15 vagas, porém devido ao grande número de interessados e também à possibilidade de desistências no decorrer do processo, resolvemos selecionar 26 estudantes.

No início do texto, apresentamos o projeto, os seus objetivos principais e informamos quais seriam os horários dos encontros semanais. Na primeira sessão do formulário, foram coletadas informações básicas sobre os interessados, partindo em seguida para informações sobre o perfil, que incluíam perguntas sobre gênero, raça, etnia, curso, semestre e no caso de membros da comunidade externa, quais seriam as motivações para fazer parte do projeto. Na sessão seguinte, as informações foram voltadas para o perfil socioeconômico e em seguida, os participantes assinalaram o nível de conhecimento em softwares de edição de imagem e vídeo. Por fim, pedimos para que os candidatos escrevessem um breve texto dissertativo falando sobre o interesse no projeto de extensão e na área cinematográfica em geral.

Abaixo listamos algumas das informações obtidas através do preenchimento do formulário de inscrições, de forma a oferecer uma ideia em torno do perfil dos participantes:

Figura 1. Distribuição dos gêneros.

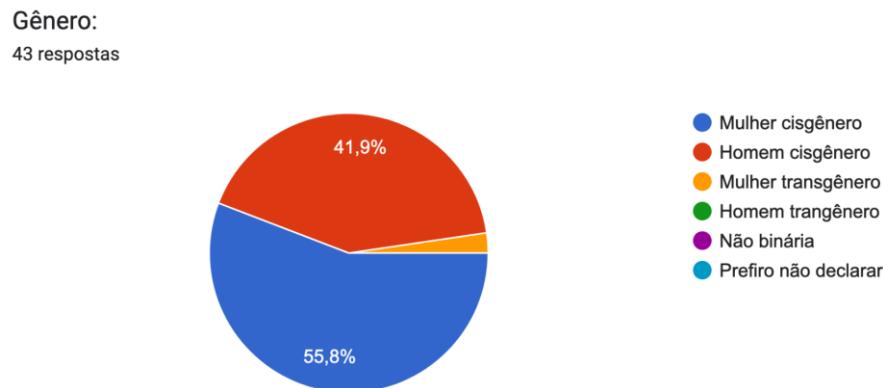


Figura 2. Distribuição das raças/etnias.

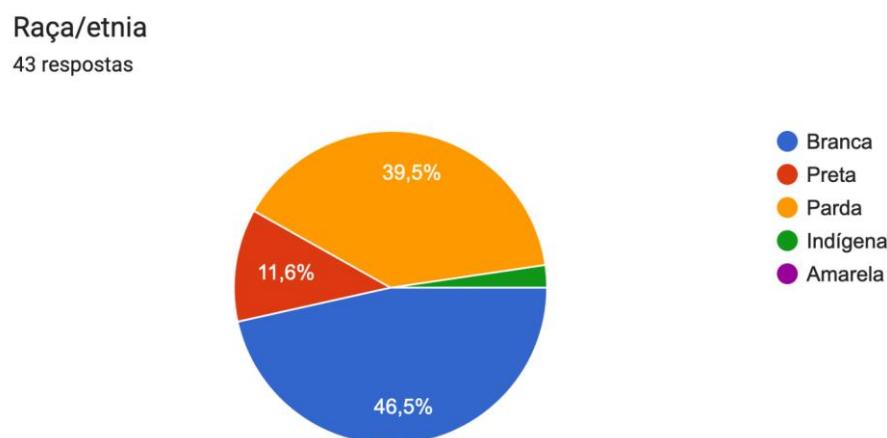
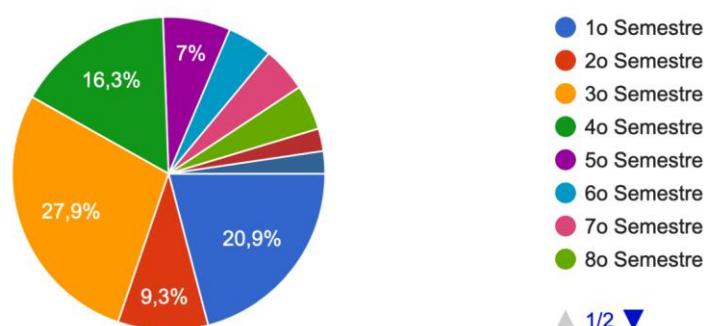


Figura 3. Semestre.

Caso seja estudante da UFMT, responda: Qual o semestre em que se encontra?
43 respostas



▲ 1/2 ▼

Figura 4. Distribuição da renda per capita.

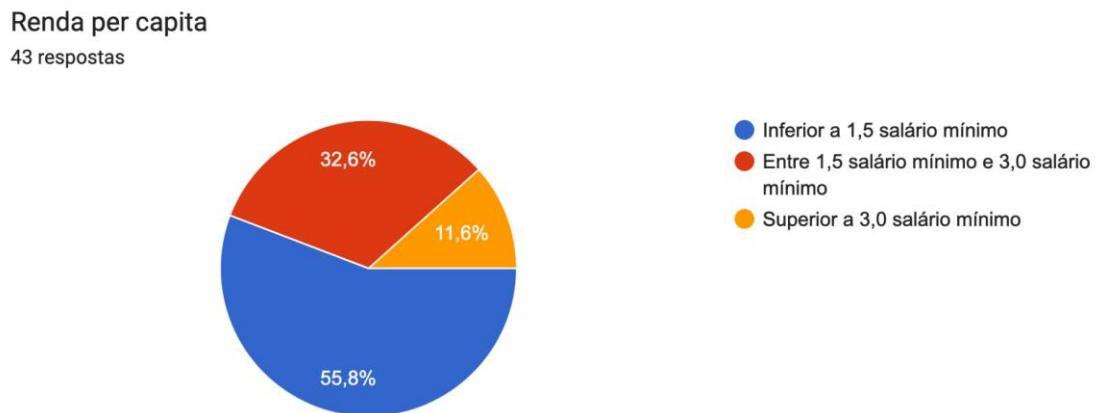
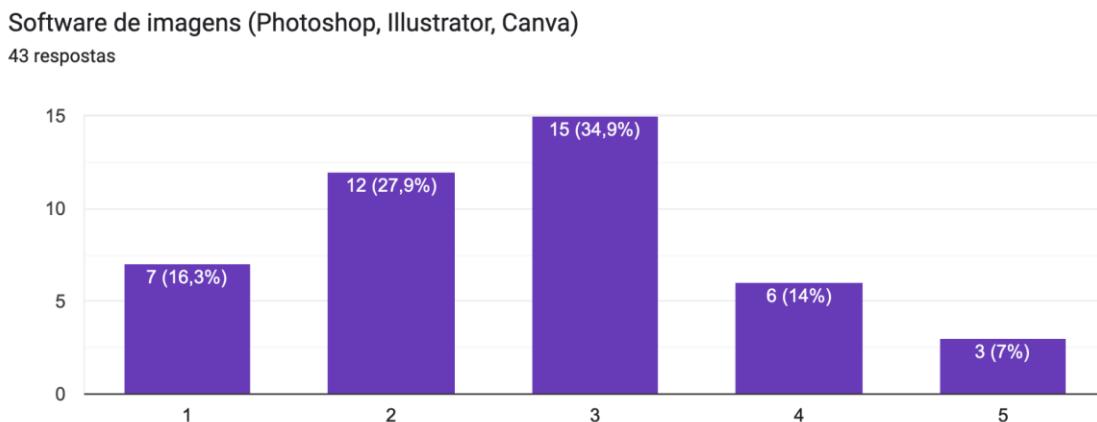


Figura 5. Proficiência em softwares.



INÍCIO DO PROJETO

A primeira reunião com os participantes selecionados foi realizada em março de 2023. Nela, foram apresentadas a ideia central do projeto, os objetivos principais e uma explicação sobre o processo de distribuição cinematográfica, as principais janelas de exibição formais e informais e sobre funções que podem ser exercidas nessa área. Além disso, falamos sobre o processo tradicional de distribuição cinematográfica, que se inicia após a produção do filme, geralmente na fase de pós-produção. Por fim, apresentamos o conceito de design de audiência, que se inicia já no roteiro da obra ser pode ser definido como o:

Processo de criar consciência e envolvimento do público em torno de filmes desde um estágio inicial de desenvolvimento, por meio de uma abordagem multiangular baseada em narrativas (RICHTER & THIELE, 2018, p. 24)**.

De forma a habilitar os estudantes a exercer funções na área da distribuição, que conta com diversas possibilidades, foi proposta a divisão dos participantes em equipes, pois assim o processo de formação poderia ser desenvolvido através da prática e da reflexão. A divisão em equipes funcionou como uma mescla e adaptação das abordagens metodológicas escolhidas para guiar as ações do projeto: a pesquisa-ação e o design de audiência. Além disso, os participantes do projeto estão, também, envolvidos na produção e realização de filmes universitários e independentes e são estimulados, através da divisão em equipes e da atividade extensionista, a pensar na etapa de distribuição desde o desenvolvimento do roteiro.

Os participantes foram divididos em cinco equipes: 1. Curadoria, 2. Festivais e cineclubes, 3. Eventos, 4. Identidade visual e 5. Redes sociais. A ideia era que cada equipe tivesse uma atuação específica que seria exercida com base nos objetivos dos projetos.

A equipe de curadoria ficou responsável por selecionar filmes independentes e realizados por estudantes e com isso promover debates e eventos construídos em conjunto com as demais equipes. A equipe de festivais e cineclubes ficou responsável por construir uma lista temática de eventos e festivais de cinema para ser distribuída entre a comunidade cinematográfica universitária e independente. A equipe de eventos ficou responsável pela logística e realização dos eventos. A equipe de identidade visual ficou responsável por construir a marca e toda a identidade visual do projeto, ficando também com a função de desenvolver textos pontuais. Por fim, a equipe de redes sociais ficou responsável por divulgar as ações no instagram.

Na primeira reunião foi proposto um nome para o projeto de extensão, que já tinha sido pensado pela coordenadora e foi aprovado pelos participantes. O nome escolhido foi Trama e a justificativa para a escolha teve como base as diversas possibilidades que o mesmo apresenta. No cinema, a trama é o fio narrativo da história, a forma como os elementos se encadeia em um roteiro, dando origem ao filme. A trama é o enredo, mas apresenta também outros sentidos. Trama também é um dos componentes da tecelagem, que junto à urdidura, transforma uma linha ou um fio em um tecido. Trama, por fim, é

** Tradução dos Autores.

também uma conspiração, um plano, uma estratégia. Uma trama é uma união de elementos que resulta em algo maior.

Ao escolher o nome Trama para um projeto de extensão com foco na distribuição, pretendemos transmitir a ideia de que nossa missão é conectar os filmes ao público através das narrativas únicas de cada obra. Tendo como base a ideia de que no ambiente universitário podemos experimentar, decidimos que iríamos desafiar o mercado formal de distribuição, que tem como foco principal longas-metragens de ficção. Através de ações formativas e experimentações, pretendemos ter como foco de distribuição formatos que são raramente contemplados pelo mercado, tais como os curtas-metragens, os filmes feitos por estudantes e por cineastas independentes.

A trama estava formada. A seguir iremos delinear o desenvolvimento do projeto e os resultados obtidos.

DESENVOLVIMENTO

O primeiro mês do projeto foi marcado por leituras, debates e *brainstormings*, concordâncias e discordâncias sobre as opções apresentadas. Com o intuito de guiar as ações de forma a atender os objetivos do projeto, a coordenadora formulou uma pesquisa quantitativa, que tinha como intuito principal entender o público-alvo, suas maiores dores, comprovar ou refutar as hipóteses iniciais e servir de base para as primeiras ações.

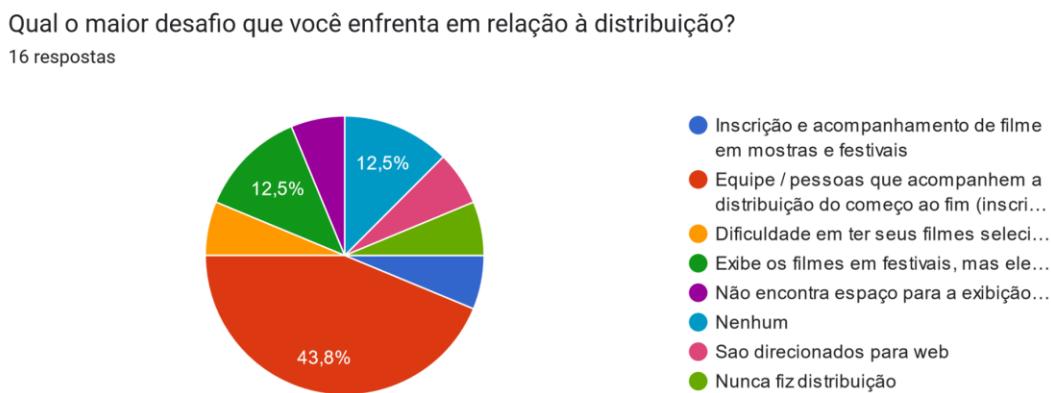
Os métodos de pesquisa quantitativa, de modo geral, são utilizados quando se quer medir opiniões, reações, sensações, hábitos e atitudes etc. de um universo (público-alvo) através de uma amostra que o represente de forma estatisticamente comprovada. Isto não quer dizer que ela não possa ter indicadores qualitativos (MANZATO, SANTOS, 2012, p.7).

O método quantitativo escolhido foi a aplicação de um questionário semiestruturado com perguntas abertas (MANZATO, SANTOS, 2012). O questionário foi elaborado pela coordenadora do projeto e enviado para os participantes, que revisaram, ofereceram sugestões pontuais e aprovaram a ideia. A pesquisa foi então compartilhada em grupos de WhatsApp e perfis do Instagram pré-selecionados, que contavam com a presença e participação de grande parte da comunidade audiovisual

independente e universitária local. A quantidade de respostas foi menor do que a esperada, apenas 16 pessoas, entre estudantes e profissionais independentes, responderam o questionário. Porém, mesmo com poucas respostas, foi possível encontrar um padrão que comprovou as hipóteses iniciais.

A distribuição para filmes independentes foi apontada com um problema em diversos níveis, como pode ser visto na imagem abaixo. Porém, o principal problema apontado foi a falta de profissionais qualificados para trabalhar no processo de distribuição do início ao fim no estado.

Figura 6. Pesquisa sobre distribuição no estado de Mato Grosso.



Com base nesse resultado e em outras constatações, iniciamos o processo de criação da identidade visual e a concepção de um evento que contemplasse as funções exercidas no projeto e tivesse como tema principal os problemas e soluções encontrados por realizadores de curtas-metragens locais no processo de distribuição das obras.

IDENTIDADE VISUAL

A criação da identidade visual teve como objetivo principal oferecer uma referência estética que refletisse os valores do Trama. Além disso, uma identidade visual seria necessária para a criação das redes sociais, fundamentais no processo de comunicação das ações. Dessa forma, o processo de criação teve também como objetivo preparar os estudantes para a etapa de desenvolvimento de estratégias de distribuição.

O processo de construção da identidade visual teve previsão de duração de aproximadamente dois meses e dessa forma, decidimos realizar o evento apenas após a conclusão desse processo e da criação das redes sociais.

O primeiro passo foi a criação de um *briefing*^{5††} com informações sobre o projeto, a sua missão, valores, análise de concorrentes, objetivos, problemas e perfil do público alvo. A primeira etapa foi a criação de um *slogan*. Algumas opções foram colocadas e em reunião com a equipe de Identidade Visual e dois *slogans* foram selecionadas e compartilhadas com as demais equipes. Após a votação, foi escolhido o *slogan* “Trama - da câmera ao público”.

Os passos seguintes foram a escolha dos elementos da marca e das cores, seguindo para a escolha das fontes. Com isso, duas opções de marca foram criadas, que viriam a ser utilizadas com objetivos distintos. No momento não iremos nos deter detalhadamente no processo, que foi longo, coletivo e será apresentado em detalhes em um trabalho posterior, a ser escrito com os estudantes responsáveis pela criação da identidade visual do Trama. Abaixo, as duas opções criadas:

Figura 7. Logo 1 - Trama.



Figura 8. Logo 2 - Trama.



AS AÇÕES

AÇÃO 1: EXIBIÇÃO DE FILMES E DEBATE

^{††}*Briefing* é um conjunto de informações ou uma coleta de dados passados em uma reunião para o desenvolvimento de um trabalho ou documento.

Concomitantemente ao processo de criação da identidade visual, estava ocorrendo o planejamento do evento de lançamento do Trama. O evento teve como tema a “Distribuição audiovisual de curtas-metragens no Mato Grosso” e contou com a exibição dos filmes **A Velhice Ilumina o Vento** (Dir. Juliana Segóvia, 2022, 20’), **Filhos da Lua na Terra do Sol** (Dir. Danielle Bertolini, 2016, 16’) e **Aquele Disco da Gal** (Dir. Diego Baraldi e Juliana Curvo, 2017, 25’), contando com debate após a sessão. O evento ocorreu no dia 30 de maio de 2023, no Cine Teatro Cuiabá, tendo contato com ampla cobertura da imprensa local, como pode ser conferido a seguir:

Figura 9. Matéria publicada na primeira página do caderno “Vida”, no jornal A Gazeta, no dia 30 de maio de 2023.



O evento foi idealizado e organizado pelos estudantes, com coordenação da professora, que também ficou responsável pela mediação do debate. Os estudantes ficaram responsáveis pela seleção dos filmes, do local de exibição, contato com os realizadores, apresentação do evento, conferência dos arquivos dos filmes e da marca na cabine de projeção, cobertura fotográfica e cobertura para as redes sociais, entre outras funções. Dessa forma, e contando com a supervisão e intervenção próxima da coordenadora quando necessário, os participantes puderam aprender na prática e ao mesmo tempo, devolver para a comunidade local os saberes produzidos na universidade.

Após a realização do evento a equipe se reuniu para debater os aprendizados e delinear as próximas ações, a serem realizadas no semestre seguinte. Entre as propostas, surgiram ideias de curadoria focadas em filmes dirigidos por realizadoras mato-grossenses, oficinas sobre inscrição de filmes em festivais e debates entre festivais

universitários realizados no centro-oeste. Após análise das opções apresentadas, resolvemos realizar um debate entre a MAUAL - Mostra de Audiovisual Universitário e Independente da América, realizada pelo Cineclube Coxiponés, da UFMT e que já se encontra em sua 23a edição e o Desver - Festival de Cinema Universitário de Mato Grosso do Sul.

AÇÃO 2: ENCONTRO DE FESTIVAIS UNIVERSITÁRIOS DO CENTRO-OESTE

A segunda ação teve como objetivo principal estabelecer contato com o curso de Cinema e Audiovisual da UFMS, iniciado em 2019, um ano depois do início da graduação na UFMT. O evento foi realizado no formato online e contou com a participação da Professora Letícia Capanema, coordenadora do Cineclube Coxiponés e da MAUAL e do Professor Júlio Bezerra, coordenador do curso de Cinema e Audiovisual da UFMS e coordenador do Desver. A apresentação foi realizada pela coordenadora do projeto e a mediação pelos estudantes do curso de Cinema e Audiovisual e integrante do Trama Guilherme Pereira. O debate foi realizado no dia 09 de agosto de 2023 no canal do YouTube do Trama e contou com a participação de aproximadamente 40 pessoas e conta, no momento, com 55 visualizações.

Figura 10. Festivais universitários no Centro Oeste do Brasil - Encontro entre MAUAL e Desver^{‡‡}



Fonte: Canal do YouTube do Trama

Através do debate, pudemos conhecer a divulgar a trajetória das duas mostras, ligadas diretamente a universidades federais e a cursos de cinema. Além disso, as ações têm como objetivo a formação de público e objetivam despertar o interesse pelas produções universitárias e independentes exibidas em ambas as mostras, dialogando também sobre as dificuldades e oportunidades de exibição de filmes independentes e universitários em mostras, festivais e cineclubs. Destacamos também a participação ativa dos integrantes do Trama e o seu protagonismo na realização das ações.

Após a realização do debate foi mantido o contato com o Desver e uma proposta de exibição surgiu de forma espontânea, abrindo espaço para uma nova ação, que foi realizada no final de setembro de 2023.

AÇÃO PARALELA: MOSTRA MÁRIO PEIXOTO

A Mostra Mário Peixoto é uma mostra para estudantes feita pelos estudantes e conta com a presença da coordenadora do Trama em sua concepção. Os estudantes têm total liberdade para organizar a mostra e contam com apoio da coordenação do curso e do Cineclube Coxiponés, criado em 1977, na UFMT. Na semana de calouros, ao início de

^{‡‡} Disponível em: <https://www.youtube.com/watch?v=kmSligC9zrM&feature=em-lbrm>

cada semestre, é realizada uma mostra de filmes realizados por estudantes do curso de Cinema e dos demais cursos de comunicação da instituição. Toda a curadoria, seleção, organização, divulgação e identidade visual são realizadas pelos integrantes da mostra. Iniciada em fevereiro de 2023, já se encontra em sua terceira edição.

Nós destacamos a atuação da Mostra Mário Peixoto como ação de extensão que apresenta resultados efetivos tanto de formação de público quanto de divulgação dos trabalhos que estão sendo realizados na universidade e por isso, convidamos os integrantes da mesma para realizar uma curadoria proposta pelo Desver: selecionar filmes realizados na universidade para uma mostra dedicada ao curso de cinema da UFMT.

REFLEXÕES E CONCLUSÃO

O evento ocorreu algumas semanas antes do final do semestre letivo e foi seguido pela MAUAL, evento que envolveu estudantes e professores do curso de cinema. Devido ao curto tempo, não conseguimos realizar algumas das ações que estavam planejadas, porém tivemos a possibilidade de refletir sobre o processo e definir tarefas para os meses finais do projeto. As ações, porém, passaram por obstáculos para serem colocadas em prática, pois a volta do semestre ocorreu no final de novembro de 2023, seguiu até 22 de dezembro e as aulas voltaram apenas no dia 22 de janeiro, duas semanas antes do final do primeiro ano do projeto. Dessa forma, utilizamos o tempo final para a avaliação das ações, publicação de textos, publicação de notícias sobre o tema abordado nas redes sociais e diálogos sobre a possibilidade ou não de realização de uma segunda edição do Trama.

As equipes de curadoria e festivais haviam sido divididas em duplas e formularam propostas de mostras temáticas com base em filmes disponíveis no Cineclube Coxiponés para serem enviadas para cineclubes, universidades, institutos federais e para exibição local. Até o momento, as ações se encontram em fase de planejamento e a sua execução vai depender da renovação do projeto.

A equipe de eventos ficou responsável por preencher, de forma individual e coletiva, uma planilha com propostas de eventos, que tem como modelo os principais itens pedidos em projetos de incentivo à cultura. Entre as propostas apresentadas, o debate entre os festivais de cinema foi contemplado. Percebemos, porém, uma baixa adesão na inscrição detalhada das propostas.

As equipes de identidade visual e redes sociais criaram templates, produziram vídeos e desenvolveram estratégias que tiveram como base o conteúdo gerado pelas demais equipes. Além disso, foram criados o canal do YouTube do Trama e uma página no medium que contém um texto de apresentação do projeto.

O processo de coordenar um projeto de extensão que conta com alunos de formação, períodos e realidades diversas se mostrou fascinante, principalmente por exigir uma atuação proativa dos participantes e coordenadores. Todas as ações formuladas tiveram como objetivo a realização pública e atendimento à comunidade, o que exige um comprometimento em relação aos prazos e ao mesmo tempo o entendimento de que a extensão universitária, assim como o ensino e a pesquisa, tem como base um processo constante de reflexão e reformulação.

Ao ter como base o Design de Experiência do Usuário e as premissas do Design Thinking, que: “agrega o pensamento criativo ao analítico, valorizando a busca da construção coletiva de soluções múltiplas (cocriação) e propõe a geração de aprendizado a partir da materialização de ideias e teste (experimentação).” (CAVALCANTE, MENDONÇA, BRANDALISE, 2019, p. 30), acreditamos que o Trama funcionou como uma forma de investigar problemas focais na cadeia cinematográfica - a distribuição e a formação de público - através de ações que visam ampliar esse campo ao mesmo tempo em que contribuem para a formação dos estudantes e a atuação para além da sala de aula.

REFERÊNCIAS

CAVALCANTE, MENDONÇA, BRANDALISE. **Inovação e Políticas Públicas: Superando o mito da ideia.** Brasília: Instituto de Pesquisa Econômica e Aplicada, 2019.

CNE.

KRAFTA, L.; FREITAS, H.; MARTENS, C. D. P.; ANDRES, R. (2007) **O método da pesquisa-ação: um estudo em uma empresa de coleta e análise de dados.** Revista Quanti & Quali. Disponível em: http://www.faccat.br/download/pdf/posgraduacao/profaberenice/09pesquisa_acao_2009_3.pdf. Acesso em: 25 de junho de 2023.

MACHADO, M.; ALMEIDA, A. A. de. **Tudo que Você Queria Saber Sobre Comercialização de Filmes Nacionais, mas não Tinha a quem Perguntar.** Porto Alegre: e-book, 2010. v. 01.

MANZATO, A. J.; SANTOS, A. B. **A elaboração de questionários na pesquisa quantitativa.** São Paulo: IBILCE – UNESP, 2012. Disponível em: http://www.inf.ufsc.br/~vera.carmo/Ensino_2012_1/ELABORACAO_QUESTIONARIOS_PESQUISA_QUANTITATIVA.pdf. Acesso em 25 de junho de 2023.

RICHTER, V.; THIELE, L. T. F. L. **Audience Design: An Introduction.** Torino Film Lab, 2018

RODRIGUES, C. **O Cinema e a Produção.** Rio de Janeiro: Lamparina, 2007.