

MOSTRA DE CINEMA DA UNIPAMPA

Júlia Martins. ¹juliamartins.aluno@unipampa.edu.br
Elisa Lubek. ¹elisaterra@unipampa.edu.br
Maria Luiza Graciano. marialuizagraciano@19gmail.com

Resumo

A Mostra de cinema foi criada para prestigiar e divulgar a produção audiovisual realizada pelos acadêmicos da Universidade e produtores audiovisuais independentes, contribuindo no fomento e na difusão da cultura na região da Fronteira Oeste do Rio Grande do Sul. A primeira edição foi realizada em 2017. Diante dos resultados alcançados, a partir da segunda edição, em 2018, o projeto passou a ser de extensão. Através do projeto, os discentes, além do conhecimento teórico e prático, têm a possibilidade de exercitar, dentre outros, a cidadania e o compromisso social, destacando a relevância social da universidade. Além disso, o projeto oportuniza o acesso à cultura, a troca de experiências e a valorização do campo audiovisual na comunidade e região, aproximando e integrando a Unipampa com a comunidade local e regional. A partir de 2018, o projeto começou a realizar também oficinas sobre audiovisual em escolas públicas do município, com o objetivo ensinar técnicas de filmagem com smartphone. Em 2019, a fim de ampliar a interação com a comunidade, a equipe da Mostra de Cinema da Unipampa realizou três oficinas audiovisuais, com crianças das escolas públicas do 4o ao 6o ano do Colégio Estadual São Borja e colégio Municipal Ubaldo Sorrilha da Costa. As oficinas tiveram o objetivo de mostrar o audiovisual como uma forma de ampliar as perspectivas sobre os acontecimentos nacionais e internacionais. Para isso, foi exibido um vídeo

¹ Universidade Federal dos Pampas- Curso de Políticas Públicas

documentário sobre as queimadas da Amazônia e realizado um bate-papo com a participação dos alunos. Com o início da pandemia da COVID-19 no

Brasil, o projeto buscou alternativas para interagir com os públicos e continuar estimulando a produção audiovisual, trabalhando através de dicas de filmes e documentários, desafios no instagram da Mostra de Cinema, sempre na perspectiva do slogan “o que você não vê, o cinema mostra”. Assim, os recursos audiovisuais podem ser utilizados para a aprendizagem, um potencial a ser explorado. Dessa forma, a Mostra de Cinema da Unipampa utilizou de suas mídias digitais, produzindo conteúdo original e relevante para interagir com os seus públicos, utilizando dos recursos audiovisuais para estimular o debate sobre temas relevantes da atualidade.

Palavras-chave: audiovisual, comunicação, cultura, mídias sociais digitais, extensão, relações públicas.

CINEMA EXHIBITION OF UNIPAMPA

Abstract

The Film Festival was created to honor and promote the audiovisual production carried out by the University's academics and independent audiovisual producers, contributing to the promotion and dissemination of culture in the West Frontier region of Rio Grande do Sul. The first edition was held in 2017. In view of the results achieved, from the second edition, in 2018, the project became an extension project. Through the project, students, in addition to theoretical and practical knowledge, are able to exercise, among others, citizenship and social commitment, highlighting the social relevance of the university. In addition, the project provides access to culture, the exchange of experiences and the appreciation of the audiovisual field in the community and region, bringing Unipampa closer and integrating with the local and regional community. As of 2018, the project also began to hold audiovisual workshops in public schools in the city, with the aim of teaching smartphone shooting techniques. In 2019, in order to expand interaction with the community, the

Revista Ciências Gerenciais em Foco, volume 12, nº10, janeiro/junho - 2021

ISSN 2317-5265, Belo Horizonte

Unipampa Film Festival team held three audiovisual workshops with children from public schools from 4th to 6th grade at Colégio Estadual São Borja and Municipal College Ubaldo Sorrilha da Costa. The workshops aimed to show the audiovisual as a way to broaden perspectives on national and international events. For this, a documentary video about the burnings in the Amazon was shown and a chat was held with the participation of students. With the beginning of the COVID-19 pandemic in Brazil, the project sought alternatives to interact with audiences and continue to stimulate audiovisual production, working through film and documentaries tips, challenges in the instagram of Mostra de Cinema, always from the perspective of the slogan “what you don't see, the cinema shows”. Thus, audiovisual resources can be used for learning, a potential to be explored. In this way, Unipampa's Cinema Exhibit used its digital media, producing original and relevant content to interact with its audiences, using audiovisual resources to stimulate debate on relevant current topics.

Keywords: audiovisual, communication, culture, digital social media, extension, public relations.

INTRODUÇÃO

O evento Mostra de Cinema da Unipampa é de suma importância para a difusão cultural e estreitamento do relacionamento entre o meio acadêmico e a população são-borjense. Tendo em vista que, mesmo contando com componentes curriculares, professores e pesquisadores na área de cinema e audiovisual, grande parte das ações realizadas pela comunidade acadêmica se limitavam à própria UNIPAMPA, fazendo com que a população local não tivesse acesso às produções culturais. Com isso, percebeu-se que era necessário criar formas de propagar o trabalho realizado, divulgando para a comunidade externa as produções audiovisuais.

A Mostra de Cinema da Unipampa surgiu em 2017, no componente curricular de Gestão de Eventos, Cerimonial e Protocolo do Curso de Relações Públicas da Universidade Federal do Pampa - UNIPAMPA. Em razão de seu sucesso e repercussão positiva para a sociedade, o evento está em sua 4ª edição e continua fortalecendo a relação com a comunidade local.

Revista Ciências Gerenciais em Foco, volume 12, nº10, janeiro/junho - 2021

ISSN 2317-5265, Belo Horizonte

O pré-evento iniciou com a criação do material gráfico pelos discentes do Curso de Publicidade e Propaganda da UNIPAMPA e após a criação desta nova identidade visual, iniciou-se o planejamento do conteúdo de divulgação do evento em suas redes sociais, *facebook* e *instagram*, o qual é o objeto do presente trabalho. Concordando com Recuero (2011), as mídias sociais são uma forma de estabelecer conexões e, tendo em vista seu contexto *online*, a relação entre organização e público é amplificada, através do aumento da quantidade de informação que este público pode receber. Logo, para atingir os objetivos, é imprescindível o uso de ferramentas digitais para apresentar o seu posicionamento.

Em vista do objetivo central do evento, uma das suas dificuldades para a sua execução é em elaborar estratégias para estreitar o relacionamento e atrair o público externo à Universidade. Mesmo já alcançando um número satisfatório de público, a Mostra de Cinema da Unipampa propõe-se em atrair um número ainda maior de participantes da cidade de São Borjás em sua terceira edição. Devido à isso, o planejamento de comunicação da 3ª Mostra pretende inovar em suas ações de divulgação para consolidar a missão da Mostra de Cinema da Unipampa, transmitindo a mensagem de que este é um evento voltado para a comunidade externa.

1 MATERIAIS E MÉTODOS

Desde o primeiro evento, a Mostra de Cinema já possuía conta nas plataformas digitais *facebook* e *instagram*, sendo que estas são atualizadas de acordo com as edições e suas respectivas temáticas. A atual campanha é intitulada “4ª Mostra de Cinema na Quarentena: A perspectiva que você não vê, o cinema Mostra!” e seu foco de comunicação é ressaltar o quanto as produções audiovisuais contribuem para ampliar o repertório cultural, uma vez que através de produções audiovisual, pode-se observar diferentes pontos de vista, conhecer novas culturas e ter experiências. O cinema, por reproduzir a realidade, é uma forma de manifestação cultural, dando visibilidade a minorias e trazendo importantes críticas e reflexões.

Gerenciamento das Mídias Digitais- Depois de traçar as ações a serem realizadas, a equipe organizou as postagens no *instagram* de forma que ficassem como fileiras, para separar os temas e também para ficar mais uniforme visualmente. Foi feito o “Mostra Indica”, post no *instagram* em que a Mostra de Cinema indicava um filme, série ou documentário, que tivesse relação com alguma

Revista Ciências Gerenciais em Foco, volume 12, nº10, janeiro/junho - 2021

ISSN 2317-5265, Belo Horizonte

data ou campanha próxima ao dia de postagem, como por exemplo o mês contra o câncer, que durante outubro e novembro a Mostra indicou filmes relacionados às campanhas de prevenção ao câncer do outubro Rosa e Novembro Azul. Também no mês de outubro foi realizado o mês da Consciência Negra, com indicações de filmes e séries que contam a história, empoderam e dão voz ao povo negro. Durante toda esta campanha foram indicados filmes de produção nacional, para a valorização e fomento da produção cinematográfica Brasileira. Sempre fazendo jus ao seu slogan “A perspectiva que você não vê, o Cinema Mostra!”, trazendo conteúdo relevante, original e que despertasse novas perspectivas no público.

Para aumentar o engajamento nas mídias sociais, a Mostra de Cinema lançou o game “Quem é você na quarentena” (Figura 4), como forma de interagir com o seu público e trazer mais visibilidade para a Mostra.

Como apresentando, as mídias sociais da Mostra de Cinema são utilizadas para se manter um posicionamento transparente e conquistar o público externo. Antes de se traçar o planejamento de comunicação nas plataformas, foram considerados os valores e objetivos atuais do evento, o conteúdo a ser divulgado reforça a importância das produções audiovisuais para ampliar concepções. Além disso, todas as publicações são elaboradas buscando a aproximação do público, tendo em vista que o uso das mídias digitais é essencial nesse momento de pandemia.

O conteúdo divulgado não se difere nas redes sociais, ambas as páginas transmitem a mesma mensagem, apenas sofreram algumas adaptações para o melhor uso de cada ferramenta. As publicações tiveram suas artes adaptadas para se adequar aos formatos de cada rede social. Dessa forma, o marco de início para a divulgação da terceira edição foi a mudança de avatar e capa de ambas páginas.

2 RESULTADOS E DISCUSSÃO

2.1 Facebook

Uma das principais ações da Mostra de Cinema na Quarentena, foi a *live* realizada com a Cineasta Marcia Paraíso, contando um pouco sobre a sua carreira e também os impactos da pandemia no cinema nacional. A transmissão da live se deu através do facebook da Mostra, durante uma hora

de bate papo, contabilizaram 511 contas únicas alcançadas, 21 comentários e muito conhecimento compartilhado.

Ao fim da transmissão foi disponibilizado um formulário para os ouvintes, em que poderiam dar o seu feedback sobre a live e também para os discentes foi gerado um atestado de participação, o formulário contou com 19 respostas, com feedbacks positivos sobre o tema.

2.2 Indicações Temáticas

Pode-se destacar que ao realizar esta postagem, percebeu-se que o objetivo principal de mostrar a relevância do cinema ao mostrar novas perspectivas foi alcançado. Houveram *re-postagens* das indicações e um comentário, feito por um cidadão são-borjense, ressaltando a importância das indicações feitas.

Através da live da Mostra de Cinema sobre os impactos da pandemia no cinema nacional, alcançamos nosso público alvo, com números significativos de visualizações e comentários super positivos, dando mais visibilidade para a produção nacional e também aproximando o cinema da população e estudantes da fronteira oeste-gaúcha.

Divulgações e menções- O site Oficial da Unipampa divulgou em sua rede uma notícia sobre as ações da Mostra De Cinema durante a quarentena.

Revista Ciências Gerenciais em Foco, volume 12, nº10, janeiro/junho - 2021

ISSN 2317-5265, Belo Horizonte

Figura 1: Divulgação da Live com Cineasta

Revista Ciências Gerenciais em Foco, volume 12, nº10, janeiro/junho - 2021

ISSN 2317-5265, Belo Horizonte



Considerações Finais

A Mostra de Cinema da Unipampa encontrou uma forma de manter o relacionamento com a comunidade acadêmica e com a comunidade externa, fortalecendo os laços emocionais durante a quarentena. Com os dados da pesquisa realizada, concluiu-se que é de extrema importância e relevância, levar o acesso dos audiovisuais para a casa das pessoas, levar a cultura e a representatividade através dos filmes, documentários, séries e lives, nossa proposta era continuar com o projeto mesmo em meio a pandemia, sempre fazendo menção ao nosso Slogan “A perspectiva que você não vê, o cinema mostra!” e atingir nosso público alvo, discentes, docentes e comunidade são-borjense, objetivo este atingido com êxito. Ainda, a pesquisa mostrou satisfação do público com relação às ações da mostra que, mesmo online, foram solicitadas mais edições.

Conforme Carolina Terra (2011) através das mídias sociais o engajamento dos públicos forma um núcleo que atrai outros consumidores e formadores de opinião que contribuem na pulverização dos conteúdos.

Revista Ciências Gerenciais em Foco, volume 12, nº10, janeiro/junho - 2021

ISSN 2317-5265, Belo Horizonte

REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

RECUERO, Raquel. **Redes Sociais na Internet, Difusão de Informação e Jornalismo: Elementos para discussão.** 2009. Disponível: <<https://s3.amazonaws.com/academia.edu.documents>>. Acesso em: agosto de 2019.

TERRA, Carolina Frazon. **Mídias Sociais e agora?** 1. ed. São Caetano do Sul, SP: Difusão Editora; Rio de Janeiro: Editora Senac Rio, 2011.

Revista Ciências Gerenciais em Foco, volume 12, nº10, janeiro/ junho - 2021
ISSN 2317-5265, Belo Horizonte

Revista Ciências Gerenciais em Foco, volume 12, nº10, janeiro/ junho - 2021
ISSN 2317-5265, Belo Horizonte