

# ZOOM OUT / ZOOM IN ÀS REDES SOCIAIS DIGITAIS DO PLANO NACIONAL DE CINEMA: Um visionamento em tempos pandémicos

## ZOOM OUT / ZOOM IN ON THE DIGITAL SOCIAL NETWORKS OF THE PORTUGUESE NATIONAL FILM PLAN: A view in pandemic times

João Pinto<sup>1</sup> , Teresa Cardoso<sup>1</sup> , Ana Isabel Soares<sup>1</sup> 

### RESUMO

O interesse pelas potencialidades do cinema como extensíveis ao âmbito da educação remonta ao início da sétima arte e tem acompanhado a evolução da sociedade. Neste sentido, em Portugal o Plano Nacional de Cinema (PNC) surge hoje como programa governamental de literacia para o cinema junto do público escolar, despertando neste o hábito de ver cinema e de o valorizar enquanto arte. Este ensaio tem por finalidade propor um visionamento da presença do PNC nas redes sociais digitais durante o encerramento das escolas, decretado no país como uma das repostas à pandemia provocada pela COVID-19. Com atividades marcadamente presenciais e coletivas, o Plano deparou-se com a impossibilidade de as desenvolver como até então, dado que o espaço escolar se transferiu para plataformas *online*. Os tempos pandémicos vieram demonstrar algumas virtudes dos novos meios e formas de viver cinema que, não excluindo os outros, mostram ser um contributo para o futuro da relação do cinema com a educação, dinâmicas desenvolvidas pelo PNC. Concluindo: algumas ferramentas da *web social*, como as redes sociais digitais, podem ser instrumentos de trabalho válidos para as iniciativas do Plano, numa virtualização complementar da sua presença física nas escolas.

**Palavras-chave:** Plano Nacional de Cinema. Educação. Redes sociais digitais. *Web 2.0* e Virtualização. Pandemia COVID-19.

### ABSTRACT

The interest in the potential of cinema as extensible to the scope of education dates back to the beginning of the seventh art and has followed the evolution of society. In line with this vision, the Portuguese National Film Plan (PNFP) emerges nowadays as a government program for film literacy among school audiences, awakening in young people the habit of watching cinema and valuing it as an art. This essay has the purpose of taking a look at the presence of the PNFP on digital social networks during the closure of schools decreed for Portugal as one of the responses to the COVID-19 pandemic. Characterized by in-presence and collective activities, the Plan faced the impossibility of developing them as before, since the school space was transferred to online settings. We observed that pandemic times have come to reveal some of the virtues of the new media and ways of living the cinema, which, not excluding others, are a contribution to the future of the relationship between cinema and

<sup>1</sup> Centro de Investigação em Artes e Comunicação (CIAC), Universidade do Algarve; LE@D, Universidade Aberta.

<sup>2</sup> Universidade Aberta, Departamento de Educação e Ensino a Distância (DEED); LE@D, Universidade Aberta.

<sup>3</sup> Centro de Investigação em Artes e Comunicação (CIAC), Universidade do Algarve, Portugal.

Autor Correspondente: João Pinto  
E-mail: joaopinto.ua@gmail.com

Recebido em 30 de Março de 2021 | Aceito em 07 de Julho de 2021.

education, a dynamic that the PNFP has been developing. We conclude that social web tools such as the digital social networks can be a valid asset for the Plan, in a virtualization that is complementary to its physical presence in schools.

**Keywords:** Portuguese National Film Plan. Education. Digital Social Networks. Web 2.0 and Virtualization. COVID-19 Pandemic.

## 1. Introdução

Vive-se hoje numa sociedade altamente mediática. A todo o momento e em qualquer lugar somos bombardeados com imagens em movimento. Contudo, é menos comum refletir-se criticamente sobre o que se vê. De acordo com Cláudia Moreira, “é cada vez mais relevante existir uma Educação do Olhar – ensinar o que é Cinema, como ele funciona, como um filme é construído, como pode ser visto e até lido, entre diversas outras temáticas” (2017, p. 7). Neste contexto, de uma sociedade que valoriza a imagem, mas não reflete sobre ela o suficiente, o Plano Nacional de Cinema (PNC) surge para formar novos públicos, novos espetadores para o Cinema, mais literacia fílmica nas escolas.

Somos cada vez mais seres digitais embrenhados num mundo *online*. As redes sociais digitais tornaram-se os novos meios de difusão, oferecem possibilidades inovadoras de interações e fazem surgir novos dispositivos de comunicação quotidiana, que têm revolucionado a forma como se vive o audiovisual (Reia-Baptista, 2006). Este, por seu lado, tem no cinema – “a arte do grande ecrã” (Lipovetsky & Serroy, 2010, p. 9) – um dos mais completos modos de expressão cultural da sociedade industrial e tecnológica, que moldam o nosso modo de ver e de vivenciar, nomeadamente, as imagens em movimento, apresentadas através de ecrãs mais e mais diluídos no quotidiano.

É todo este cenário, de tecnologia e cinema na sociedade contemporânea, que evoca a expressão *Zoom out / Zoom in*. A opção de *Zoom*, comum nos dispositivos digitais do quotidiano (câmaras digitais, *smartphones*, entre outros tipos de *hardware* e *software*), permite examinar a realidade de pontos de vista e distâncias diferentes. Mas fornece também uma metáfora apropriada à reflexão sobre determinado assunto. Com o *Zoom out*, pode-se contemplar uma paisagem em toda a sua dimensão, “sob um

olhar mais afastado” (Junges, 2018, p. 9), um distanciamento que permite traçar uma panorâmica em relação ao seu contexto, muito propícia a uma análise macro. O *Zoom in*, por seu lado, permite observar uma paisagem mais de perto, “sob um olhar mais apurado” (*idem*), numa aproximação à realidade que possibilita descobrir pormenores de outro modo invisíveis - benéfica, pois, para uma análise micro. Davide Nicolini (2009, p. 3) esclarece que a metodologia *Zoom out / Zoom in* “requer uma prática de duplo movimento de *Zoom (out/in)*, obtida pela troca de lentes teóricas e seguindo ligações entre as práticas”<sup>1</sup> em análise, possibilitando uma visão externa e interna do objeto em estudo. Se através do *Zoom out* é possível identificar relações entre temáticas e práticas, sob um olhar coletivo, o *Zoom in* possibilita observar como ocorre a prática, os significados, e como os envolvidos interagem. Embora Nicolini (2009) saliente que esta metodologia se destina a ser aplicada em estudos acerca de organizações, para compreender os fenómenos relacionados com as suas estruturas e relações, neste texto usamo-la como inspiração para a abordagem da problemática em causa, pois o nosso objetivo é ensaiar a compreensão de um fenómeno (a utilização do cinema em contextos educacionais) no quadro de uma organização representada pelo PNC, e a sua presença nas redes sociais digitais.

Assim, propomos um visionamento em torno do PNC em tempos pandémicos, nomeadamente da sua presença nas redes sociais digitais, perspetivando uma virtualização do plano em consonância com as novas dinâmicas da sociedade em geral, e da educação em particular. Para tal, faremos *Zoom out* à temática que une o cinema e a educação, numa panorâmica do contexto português, seguido de um *Zoom in* ao próprio PNC, observando o que, no Plano, é

1 Tradução dos autores. Original “Theorising practice thus requires a double movement of zooming in on, and zooming out of, practice obtained by switching theoretical lenses and trailing the connections between practices” (Nicolini, 2009, p. 3).

essencial. Para visionar a sua presença nas redes sociais digitais, analisamos parâmetros, à luz do ano de 2020, tendo em conta aquele que foi designado como primeiro confinamento, no qual ocorreu inicialmente se encerraram as escolas. Por último, faremos outro *Zoom out / Zoom in* de um ponto de vista tecnológico – tanto ao cinema como ao PNC –, refletindo o modo como os avanços tecnológicos têm provocado implicações na forma de experienciar o cinema e, como tal, obrigado projetos como o Plano a assumir esforços de adaptação. Concluindo, observa-se que a pandemia revelou virtudes dos novos meios e formas de viver cinema, que, não excluindo outros, mostram contribuir para o futuro da relação do cinema com a educação, dinâmica que o PNC desenha e promove. Em suma, as redes sociais digitais podem ser espaços de trabalho profícuos para o PNC, numa virtualização complementar da sua presença física nas escolas.

## 2. Zoom out: uma panorâmica até ao PNC

O PNC surge como programa de literacia para o cinema junto do público escolar e de divulgação de obras cinematográficas nacionais: uma iniciativa do governo português, implementada a partir de 2013, para garantir instrumentos essenciais à leitura e interpretação de obras cinematográficas junto dos alunos das escolas. O Relatório de Execução de 2014-2015 (Equipa do PNC, 2015, p. 5), expõe a sua principal missão:

Formar públicos escolares para o cinema, garantindo-lhes os instrumentos básicos de “leitura” e compreensão de obras cinematográficas e audiovisuais, despertando-lhes o prazer para o hábito de ver cinema longo da vida, bem como o hábito de valorizar o cinema enquanto arte junto das escolas e da restante comunidade educativa.

Porém, o reconhecimento das potencialidades do cinema como extensíveis ao âmbito da educação “é praticamente contemporâneo ao surgimento do cinematógrafo” (Duarte, 2019, p. 125). Desde o seu início, os produtores e os diretores de cinema consideraram o cinema como uma poderosa ferramenta para a formação, educação e reflexão do indivíduo na sociedade humana. Alves e Saló (2021) recuaram aos anos 20 do século XX – portanto, há 100 anos – para encontrar evidências da importância que o “cinema

educativo” despertava na sociedade portuguesa de então. Os autores relatam uma rubrica de opinião publicada em fevereiro de 1921, no extinto jornal *O Século*, na qual se concordava com a influência que o cinema pode ter na educação pública, pois a ação exercida pelo ecrã é muitíssimo mais profunda, considerando ainda que a sua “função era proveitíssima” (3m50s). No entanto, alertava também para perigos do acesso a determinados conteúdos fílmicos que podiam “deseducar/perverter” os jovens. No fundo, a rubrica espelha o interesse já sentido na altura pelas potencialidades do cinema para o campo da educação, mas também as preocupações advindas desta relação, algo que atravessou a evolução dos tempos.

Nos anos seguintes, durante o período do Estado Novo, “o interesse pelo ‘cinema educativo’ levou à consagração de princípios legais num quadro ideológico e político concreto” (Mendes, 2018, p. 33), funcionando “como agente primordial de educação e informação” (Ribeiro, 2010, p. 7) do povo. Neste sentido, operacionalizaram-se várias políticas, destacando-se o Cinema Ambulante, com camiões, munidos de todas as condições técnicas para a projeção de filmes, a percorrem as vilas e aldeias de Portugal, com sessões nos espaços públicos. Na revista *Cinéfilo*, publicada em julho de 1933, constatava-se que tal iniciativa estava já amplamente implantada na maior parte dos países europeus, e era classificada como uma “formidável propaganda política de moral religiosa” (Fragoso, 1933, p. 3), mas também de cultura geral e educação cívica. Entretanto, no campo da educação escolar, Mário de Vasconcelos e Sá (mais tarde considerado um proeminente professor, geógrafo e pedagogo do século XX) advogava “a necessidade de se difundir o cinema nas escolas” (Fragoso, 1930, p. 8), apresentando propostas detalhadas para uma comissão de técnicos de pedagogia e de cinematografia.

Nos anos 50 do século XX, o avanço da história revela exemplos de visionamento de filmes no ensino básico e liceal, mas também a “incorporação do cinema no meio universitário” (Duarte, 2019, p. 131), com os cineclubes a desempenharem “um papel fundamental no campo da educação audiovisual” (Pacheco, 2018, p. 18). Aliás, nas décadas seguintes, associações como os cineclubes, centros de estudos

cinematográficos, cinematecas, entre outros, continuaram a impulsionar uma educação pelo cinema, nomeadamente através de sessões filmicas, organização de cursos dedicados à arte cinematográfica, festivais e outros tipos de iniciativas, algumas delas perdurando até aos nossos dias com reconhecidos resultados. Exemplificando, Pacheco (2018, p. 20) aponta as atividades desenvolvidas pelos “cineclubes de Avança, Viseu, Faro e Viana do Castelo”.

Com a revolução e a democratização da sociedade portuguesa surge, depois de 1974, “uma nova visão e objetivos para o sistema educativo português” (Moreira, 2017, p. 14). A utilização do cinema em contexto educativo perde a carga propagandística, começam a criar-se condições de acesso generalizado aos meios de gravação e reprodução nas escolas, possibilitando “algumas iniciativas de professores (...) que utilizavam o audiovisual e o cinema com objetivos pedagógicos e didáticos na sala de aula” (Neves, 2011, p. 53). As atividades promovidas por outros agentes, como os cineclubes, continuaram a ser relevantes, não apenas pela exibição, mas, sobretudo, enquanto espaços de discussão e aprendizagem através do cinema: estes outros agentes são “parceiros privilegiados em atividades de promoção da literacia filmica nas escolas” (p. 56).

A última década do século XX vê surgir duas experiências que antecederam o PNC e, cada uma à sua maneira, contribuíram para o seu desenho. Em 1991, é formado o Grupo de Trabalho de Cinema e Audiovisual (coordenado pelo crítico e cineasta português Lauro António), com o objetivo de iniciar “um projeto de iniciação à linguagem e história cinematográfica para escolas do 2º e 3º ciclos do ensino básico e do ensino secundário” (Lobo, 1999, p. 98). Mudanças governamentais impediram a iniciativa de ser colocada totalmente em prática, mas, mesmo assim, Camacho (2018, p. 21) sublinha que se conseguiu “formar verdadeiras videotecas em algumas escolas com o intuito de exhibir filmes partindo de uma conceção destes como obras de arte (e não, exclusivamente, como meros recursos das respetivas disciplinas)”.

Na sequência do quadro teórico criado pelo grupo de trabalho anterior, surgia em 1997 a outra iniciativa marcante para o PNC: o projeto Juventude-Cinema-Escola (JCE). Geograficamente enquadrado na re-

gião do Algarve, desenvolvido pela Direção Regional de Educação do Algarve (DREALG) em parceria com o Cineclube de Faro, adotou o lema “Ver, aprender, amar cinema”, visando “promover a interligação entre a juventude (num sentido etário alargado), o cinema e a escola” (Lobo, 1999, p. 139). Como estratégia de trabalho, propôs-se intervir tanto ao nível dos professores e dos alunos, como ao nível do mercado de distribuição. Assim, começou por investir na formação de professores, sistemática e contínua, sobre as linguagens cinematográficas, permitindo o desenvolvimento de um papel autónomo dos docentes na condução das atividades de exploração do cinema nas escolas, constituindo-os promotores de novas e enriquecedoras experiências. Junto dos alunos, a intervenção foi delineada segundo os respetivos níveis de ensino, de forma a que o programa acompanhasse o seu percurso escolar. Quanto à estratégia de incluir no programa o mercado de distribuição, o JCE previu a sensibilização dos parceiros económicos, por exemplo, para a disponibilização de cópias de filmes e locais de exibição a preços reduzidos. Mas ensaiou igualmente acordos com os exibidores locais para a existência de entradas a preços reduzidos em determinados filmes, como estratégia para criar público para o cinema na região e, conseqüentemente, um previsível aumento das entradas e proveitos financeiros das respetivas entidades.

Para Graça Lobo (1999), criadora e ex-coordenadora do JCE, o grande objetivo era “formar um novo público para o cinema” (p. 142), consciente das mudanças de consumo de cinema que então já se faziam notar. Para tal, era necessário facultar meios que estimulassem “a intervenção autónoma dos jovens enquanto utilizadores das linguagens cinematográficas” (p. 143), tornando-os “espectadores com outros critérios de exigência” (p. 145). Identificámos ainda, na génese do JCE, “objetivos de carácter sócio-affectivo, isto é, de uma aprendizagem do espectador enquanto cidadão com hábitos de civilidade, livre, consciente e crítico nos seus hábitos culturais” (p. 144). Por outras palavras, o propósito de incutir nestes *espectadores a aprender* saberes que os tornarão cidadãos melhores e mais conscientes num mundo altamente mediatizado.

É perante este cenário, em desenvolvimento ao longo dos últimos 100 anos, em torno da relação do

Cinema com a Educação, que o PNC começa a ser desenhado no ano letivo de 2012/2013, procurando replicar a nível nacional “a já conhecida metodologia desenvolvida pelo JCE” (Pacheco, 2016, p. 32), “numa conjuntura de dinamização de várias experiências e projetos que o antecederam, coexistem com ele” (Mendes, 2018, p. 33).

O PNC começou por abranger 23 escolas (Moreira, 2017, p. 24) do Porto, Braga, Lisboa e Faro (Correia, 2014, p. 66) com uma lista de 37 filmes (Moreira, 2017, p. 24) a programar nas várias escolas e ciclos escolares. Atualmente, está presente em 257 escolas, espalhadas por todos os distritos de Portugal, assim como nas regiões autónomas dos Açores e Madeira e na maior parte dos Países Africanos de Língua Oficial Portuguesa (PALOP), através de Escolas Portuguesas no Estrangeiro (Plano Nacional de Cinema, 2020, p. 16). Disponibiliza uma lista de filmes de referência com 218 obras (Lista Geral de Filmes de referência 2019-2020, 2019, pp. 4-27). Segundo o 1.º boletim de notícias do ano letivo de 2020-2021 (Plano Nacional de Cinema, 2020), as atividades do PNC neste período envolveram “mais de 1.000 professores e cerca de 60.000 alunos” (p. 15). O mesmo boletim de notícias faz referência à necessidade de investimento nos meios digitais para reforçar a identidade do PNC junto das escolas: é o caso do desenvolvimento de um *website* próprio, da disponibilização de uma plataforma própria de filmes *streaming* e do reforço da presença nas redes sociais digitais.

Olhando agora para as políticas públicas, o PNC começa por encontrar elementos enquadradores nas propostas da “Comissão Europeia (...) no âmbito das políticas europeias para o audiovisual e da Estratégia de Lisboa” (Pacheco, 2018, p. 27) e no plano de desenvolvimento estratégico da União Europeia para a primeira década do milénio. Neste último documento já se enunciavam preocupações resultantes da sociedade da informação, perspetivando-se políticas audiovisuais na União Europeia, no sentido de uma “efetivação de uma sociedade europeia da informação e dos media Inclusiva” (Carvalho, 2012, p. 18). Neste contexto, Elsa Mendes (2018) refere que “têm vindo a ser concebidos em vários países europeus protótipos diversos para a educação fílmica/cinematográfica” (p. 35), concluindo que, embora se diferenciem entre si pela ligação mais direta com

os respetivos sistemas educativos nacionais e por apresentarem inúmeras variações e diferentes opções de método, apresentam alguns denominadores comuns: a aprendizagem do filme enquanto forma de arte, a capacidade de desenvolver apreciações críticas sobre os filmes através da aplicação de diversos modelos de análise fílmica, o conhecimento de patrimónios fílmicos nacionais e a aquisição de competências várias ao nível de saber ver/fazer um filme. A autora destaca ainda documentos que, de certa forma, espelham o que tem sido concebido na nível europeu: *Screening Literacy: Reflecting on Models of Film Education in Europe* (Burn & Reid, 2012); *Pour une politique européenne d'éducation au cinema* (Lardoux, 2014); *Showing films and other audiovisual content in European Schools – Obstacles and best practices* (European Union, 2015); *A Framework for Film Education* (British Film Institute, 2015). Em suma, tais publicações encontram eco nas preocupações fundadoras do PNC e nos seus objetivos, nomeadamente, uma forte convicção na democratização e importância do acesso ao cinema pelas crianças e jovens “em diálogo permanente com o currículo” (*idem*, p. 47).

### 3. Zoom in: foco no PNC

Institucionalmente, o PNC continua a ser uma iniciativa interministerial, que envolve o Ministério da Educação e o Ministério da Cultura, em colaboração protocolada com a Direção-Geral da Educação (DGE), o Instituto do Cinema e do Audiovisual (ICA) e a Cinemateca Portuguesa – Museu do Cinema (CP-MC). Articula-se ainda com o recente Plano Nacional das Artes<sup>2</sup> (PNA), cuja Comissão Científica integra, com vista a potenciar “o acesso dos cidadãos à fruição artística e produção cultural, corrigindo as desigualdades nesse acesso” (Plano Nacional das Artes, 2019, p. 23), em particular às crianças e aos jovens, através da comunidade educativa. No quadro das parcerias com outros programas e planos, continua a desenvolver sinergias com o Plano Nacional de Leitura, o Programa de Educação Estética e Artística, a Rede de Bibliotecas Escolares e a Rede Portuguesa de Museus (Plano Nacional de Cinema, 2020, p. 1).

2 “O Plano Nacional das Artes foi instituído pelo Ministério da Cultura e pelo Ministério da Educação, para o horizonte temporal 2019-29, através da Resolução de Conselho de Ministros nº 42/2019, de 21 de fevereiro” (Plano Nacional das Artes, 2019, p. 12).

O PNC propõe promover a literacia na leitura e interpretação de imagens em movimento, aprofundar a capacidade de interpretação dos filmes e refletir sobre a sua contribuição para o desenvolvimento cultural, social e pessoal. A visão do PNC enquadra-se, portanto, numa visão de que o cinema no contexto da educação pode ser compreendido nas dimensões estética, cognitiva, social e psicológicas e que, logo, é possível abordá-lo “como instrumento, objeto de conhecimento, meio de comunicação e meio de expressão de pensamentos e sentimentos” (Fantin, 2007, p. 1).

Para Elsa Mendes, coordenadora do PNC, o seu aparecimento lançou um conjunto de novos desafios, sendo essencial traçar “diretrizes que se jogam entre a tradicional instrumentalização disciplinar (...) do cinema e a mais recente apropriação do entendimento do cinema como arte integral nos meios educativos” (Mendes, 2018, p. 33). Se, por um lado, o PNC assume a finalidade de preparar os alunos para melhor interpretarem o cinema e, conseqüentemente, serem melhores consumidores de filmes, por outro, estará também a formá-los para compreenderem o cinema pela experimentação prática das suas técnicas, um saber que podem transpor para as suas vivências quotidianas. Numa primeira abordagem, já verificamos que os objetivos do PNC estão mais associados a uma perspetiva tradicional do cinema, mas, também, conforme referimos acima, “visa formar novos públicos, novos espectadores para o Cinema” (Moreira, 2017, p. vii), o que abre espaço à evolução para melhor se adaptar às características e necessidades desses públicos. De facto, quando Moreira (2017) recorda que o PNC pretende criar um “novo tipo de espectador que não frequente unicamente as salas comerciais” (p. 4), remete para a realidade de, atualmente, estarmos afastados de um modo mais tradicional de ver filmes. Os novos estilos de vida digital transformam-nos em consumidores de cinema noutros espaços e com outros recursos (*Internet, smartphones, etc.*), nos quais e com os quais interagimos de formas até há pouco tempo impensáveis. Se no passado ir ao cinema era um acontecimento de alguma importância e formalidade – com lugar marcado numa sala de espetáculos com lotação para centenas de espectadores, hoje ver um filme é uma atividade quotidiana e informal que pode ter lugar

em qualquer hora e lugar. Gumbrecht (2014, p. 87) observa, a este propósito, que muitos consumidores o experienciam sozinhos, numa espécie de “redução” do seu corpo à posição de sentado frente a um ecrã mínimo. De facto, o público atual inclui gerações que se habituaram a ver conteúdos audiovisuais a partir de meios, media e formatos muito diversificados e diferentes dos até recentemente mais utilizados. Torna-se, pois, necessário trazer estas novas gerações para o cinema, na sua polissemia plural de espaço e tempo, e ainda, de acordo com Fantin (2007, p. 1), de “instrumento, objeto de conhecimento, meio de comunicação e meio de expressão de pensamentos e sentimentos”. Ao promover o encontro de novas gerações com o cinema, como preconiza também o PNC, será possível fazer (res)surgir o cinema como forma de melhor interpretarem a essência da imagem em movimento e, simultaneamente, enquanto estratégia de capacitação para o domínio das literacias para os media. O PNC encontra, então, um outro campo de trabalho/investigação e crescimento.

#### 4. Um visionamento das redes sociais digitais do PNC em tempos de pandemia

A revolução tecnológica digital fez emergir um novo paradigma social, descrito por Castells (2011) como “sociedade em rede”. Trata-se de uma sociedade tecnológica, altamente mediatizada, em que a imagem, nas suas várias formas, é percebida como a rainha dos conteúdos. O vídeo tem conquistado particular destaque nas redes sociais digitais, demonstrando um crescente interesse em “contar histórias com imagens, sons e movimentos” (Fantin, 2007, p. 1), dinâmica que remete para a natureza do cinema enquanto arte que alia a narrativa de histórias através de uma articulação criativa de sons e imagens em movimento (ou na ilusão do movimento).

As ferramentas tecnológicas baseadas na *web 2.0*, ou *web social*<sup>3</sup>, na qual se incluem as redes sociais digitais, transformaram de forma radical a “produção, difusão e consumo de obras audiovisuais, até mesmo

3 O’Reilly (2005) propôs a expressão “Web Social” para definir as novas possibilidades da Internet (web 2.0), dando ao utilizador o poder de participação como consumidor, produtor e distribuidor de conteúdos, promovendo interações e vínculos sociais.

a obra cinematográfica” (Barone, 2009, p. 45). Esta realidade justificou o presente estudo,<sup>4</sup>sobre o modo como o PNC recorre às redes sociais digitais para cumprir parte relevante do seu papel pedagógico, e discutir criticamente novas abordagens e campos de trabalho, face às constantes evoluções das artes do audiovisual e ao potencial das redes sociais digitais para o cumprimento dos seus objetivos. Hoje, com as implicações provocadas pelos tempos pandémicos, nomeadamente pelo aumento da utilização da *Internet* e das redes sociais digitais em concreto, o referido estudo ganha em relevância e perspetiva. Desse trabalho, cujos resultados preliminares foram apresentados na XXI Conferência Internacional de Cinema de AVANCA (Pinto, Cardoso & Soares, 2020), observámos que o PNC recorre a várias redes sociais digitais: o Facebook (com uma página pública e um grupo aberto); o Instagram; o Twitter; e o YouTube. Verificamos que o grupo no Facebook é o espaço mais antigo (foi criado há seis anos), seguido da página pública no Facebook (com cinco anos). Em relação ao YouTube e ao Twitter, os perfis foram criados pouco depois, mas não registam uma utilização significativa até 2020. Quanto ao perfil no Instagram, encontramos evidências de que foi criado em outubro de 2019, sendo a rede social utilizada há menos tempo.

Para o visionamento pretendido, aplicámos o meta-modelo de análise de publicações nas redes sociais (MAPRS), metodologia de mapeamento desenvolvida durante o estudo referido, centrada nas publicações realizadas nas redes sociais: aliamos assim aos métodos quantitativos vantagens das abordagens qualitativas. O modelo permitiu meta-sistematizar e analisar dados provenientes das redes sociais utilizadas pelo PNC, a seguir apresentados.

Tomando o fim de 2020 como referência, registámos que os espaços no Facebook apresentavam um maior público: o grupo com 4493 membros e a página com 2554 seguidores. Os outros espaços apresentavam muito menos público: 642 seguidores no Instagram, 307 no Twitter e apenas 54 subscritores

no YouTube. Estes dados mostram que os espaços do PNC nas redes sociais digitais fortemente conotadas com a imagem e o vídeo (Instagram e YouTube) tinham um público muito reduzido, residual até. Numa primeira análise, notamos que ou foram criados recentemente (Instagram) ou têm poucos conteúdos publicados (YouTube): serão espaços em fase de experimentação, ainda sem visibilidade significativa. Por outro lado, pode considerar-se que o público formalmente implicado ou envolvido (registo), é diminuto, mesmo se um público mais amplo e alargado pode ter optado por não se registar – neste caso, pode dizer-se que estamos perante utilizadores (ou consumidores de conteúdos) passivos, que possamos comparar a *lurkers*. Embora a definição de *lurker* (alguém oculto que espreita) remonte aos primeiros *fóruns online* do fim do século XX, ganhou novas atualizações no contexto das atuais redes sociais digitais. Continua a identificar utilizadores que frequentam esses espaços de forma discreta, que adotam uma atitude silenciosa, sem se comprometerem com dinâmicas de comunicação, nem interagir com os demais, ou fazer publicações (Nonnecke & Preece, 1999, p. 1). Esta classificação não deve ser vista como pejorativa, uma vez que também se trata de consumidores de conteúdos. É de supor que este tipo de utilizador frequente os espaços do PNC nas redes sociais digitais com mais público, como é o caso da página e do grupo no Facebook, configurados como de acesso aberto: podem aceder aos conteúdos sem qualquer registo prévio. No caso do grupo no Facebook, cuja privacidade está configurada como sendo do tipo *Público*, tal significa que “qualquer pessoa pode ver quem faz parte do grupo e o que é publicado” (Coutinho, 2014, p. 70). Esta opção não é muito comum nesta rede social, uma vez que, de forma geral, os administradores optam por uma privacidade do tipo *Fechado*, “o que implica que as pessoas interessadas em visualizar os conteúdos do grupo têm que tornar-se membros dele” (Pinto, 2017, p. 71). Entendemos que a estratégia do PNC de abrir ao público os seus espaços configura uma implementação das políticas de livre acesso aos conteúdos, iniciativa muito própria dos movimentos da Educação Aberta e dos Recursos Educacionais Abertos, pelo que a consideramos uma boa prática.

4 Projeto de investigação com o título provisório “Educação, Cinema e Redes Sociais: uma investigação sobre o Plano Nacional de Cinema”, acolhido pelo Centro de Investigação em Artes e Comunicação (CIAC) da Universidade do Algarve, financiado pela Fundação para a Ciência e a Tecnologia (SFRH/BD/137359/2018) e integrado no doutoramento em Média-Arte Digital do primeiro autor, sob supervisão científica das coautoras do texto.

Regressando ao visionamento da presença do PNC nas redes sociais digitais, no decurso do ano 2020, vimo-nos perante a situação pandémica e as consequências que teve na sociedade e na atuação do próprio Plano: os espaços de trabalho foram encerrados, os alunos ficaram confinados, foram suspensos e projetos extracurriculares quase exclusivamente presenciais, nos espaços escolares (salas de aula, auditórios, etc.) e em espaços exteriores às escolas (cinemas, cineteatros, estúdios), em locais de aglomerações de indivíduos em relativa proximidade física. Em Portugal, tal como em muitos países, iniciou-se a 16 de março de 2020<sup>5</sup> a suspensão de atividades letivas conhecida como “o primeiro encerramento das escolas” porque, com o agravamento da pandemia, no início de 2021, voltaram a encerrar.

Neste cenário de afastamento físico social e de Estudo em Casa<sup>6</sup>, o PNC deixou de ter as escolas – e as salas de cinema – como local privilegiado de atuação. Assim, tendo em conta a já apresentada caracterização das redes sociais digitais utilizadas pelo PNC, resultado de um estudo sobre como este as utilizou durante o encerramento das escolas em 2020 (Pinto, Cardoso & Soares, submetido a publicação), avançamos para um visionamento analítico da sua presença naqueles espaços durante o mesmo período.

Começando por analisar a adesão do público apenas durante o encerramento das escolas, observámos que o espaço no Instagram foi o que ganhou mais seguidores, com 43.7% do novo público que aderiu aos espaços do PNC nas redes sociais no período em causa, seguido do Grupo no Facebook (29.9% de novos membros) e da Página no Facebook (18% de novos seguidores).

Quanto às publicações feitas pelo PNC nas diversas redes sociais digitais, em termos globais, durante o encerramento das escolas foram feitas em média 145 publicações por mês. Se comparadas com as publicações nos restantes meses do ano de 2020 (65 publicações por mês), verifica-se que, neste período, o PNC mais do que duplicou as publicações. A mesma

diferença se regista em relação a anos anteriores, ou seja, a quantidade de publicações mensais tem sido regular ao longo dos meses e anos e aumentou significativamente durante o período de encerramento das escolas.

Considerando apenas as publicações durante o período em análise, verificou-se um grande aumento em todas as redes sociais digitais do PNC. Os espaços no Facebook continuaram a ser os mais utilizados, tendo aumentado a dinamização do Twitter (que passou para terceiro lugar) e o Instagram registou também um incremento de publicações; no Youtube não detetámos nenhuma publicação durante aquele período. Estes dados sugerem uma aposta no trabalho no Facebook, que se explica, por exemplo, por ser esta a rede social mais utilizada em Portugal, mais transversal a todos os tipos de públicos (Os Portugueses e as Redes Sociais, 2020), e por permitir a utilização de vários tipos de conteúdos (texto, imagem, vídeo). Ainda assim, o trabalho detetado noutras redes sociais, embora com menos público, pode indicar interesse por descobrir novas oportunidades, ou por procurar seguir as tendências de utilização dos públicos abrangidos pelo PNC; é o caso do Twitter e do Instagram. Os dados apresentados mostram um aumento substancial na utilização do Twitter durante o encerramento das escolas, através da quantidade de publicações. Quanto ao Instagram, a rede social utilizada há menos tempo pelo PNC, o aumento de publicações foi menos acentuado do que noutros espaços *online* do PNC; porém, mantém-se um crescimento constante nos meses seguintes. Por contraponto, foi no Instagram que o PNC cresceu mais quanto ao número de público durante o período em análise. Saliente-se que o Youtube foi a rede social menos utilizada, uma evidência em linha com o constatado ao longo de 2020 e dos anos anteriores.

Continuando o visionamento das publicações do PNC nas redes sociais em análise, mas centrando-nos agora no tipo de conteúdos publicados, verificámos que os conteúdos de texto são os mais utilizados (40%), seguidos das imagens (25%) e dos *links*, ligações para outros conteúdos externos (26%). Os conteúdos mais usados juntam o texto à imagem/vídeo e *links*, utilização de vários tipos de conteúdos que enriquece a mensagem e justifica, em parte, o predomínio de publicações no Facebook, dado que

5 Regulamentado pelo art.º 9.º do Decreto-Lei n.º 10-A/2020, de 13 de março (<https://data.dre.pt/eli/dec-lei/10-A/2020/03/13/p/dre>).

6 Iniciativa do Ministério da Educação com emissão de aulas através da televisão e apoio de meios digitais (<https://estudoemcasa.dge.mec.pt/2019-2020>).



esta rede social se caracteriza por permitir este tipo de publicações, ao contrário de outras, como o Instagram e o Youtube.

Caracterizamos agora as temáticas abordadas nas publicações. Os projetos portugueses relacionados com o cinema são o assunto com o maior número de publicações (21,2%), destacando-se em seguida temas generalistas sobre a área do cinema e, depois, assuntos relacionados com filmes portugueses. Tendo em conta apenas os conteúdos diretamente relacionados com o PNC, verifica-se que os mais destacados são sobre o próprio Plano (4,8%), seguindo-se as atividades desenvolvidas pelas escolas (2%), e, por último, atividades dinamizadas pela coordenação nacional do PNC (1,7%). O facto de as atividades serem as menos representadas deve-se, cremos, ao encerramento das escolas e à suspensão das atividades extracurriculares, e traduz-se numa redução das partilhas sobre este assunto. Note-se ainda a existência de 4,8% de publicações com conteúdos que classificamos como *Científicos*, que sublinhamos por revelar um interesse na divulgação do conhecimento científico ou na comunicação de ciência.

Por fim, observa-se que, em 11,3% das publicações, o PNC publicou conteúdos relacionando a situação pandémica com o cinema, nomeadamente sobre como a temática da pandemia tem sido abordada pela sétima arte e como alguns organismos ou eventos cinematográficos tentaram adaptar-se e responder às limitações impostas. Isto revela a preocupação em articular o cinema com a atualidade, disponibilizando conteúdos devidamente contextualizados com as preocupações dominantes na sociedade.

## 5. Zoom out / Zoom in: um ponto de encontro do PNC para novos desafios

Apesar de contar ainda com poucos anos de implementação, o PNC tem já uma trajetória idêntica à do próprio Cinema. Isto é, tal como na experiência de ver cinema, passou-se de um evento em ambiente presencial e coletivo para uma experiência em ambiente digital (sobretudo em tempos pandémicos), sem tempo nem espaço, cada vez mais individual. Ao longo deste texto viajámos até às origens do cinema para testemunhar que “a associação entre o cinema e a educação remonta ao início da história cinema-

tográfica” (Pinto, Cardoso & Soares, 2019, p. 5), e mostrámos como, já nessa altura, o cinema era tido como agente de apoio à aprendizagem, consoante as políticas públicas vigentes e conjunturas governamentais. Falar sobre cinema e de educação ao longo dos tempos é também viajar pela evolução da tecnologia associada quer à educação quer ao cinema. Na origem deste estão inovações técnicas, de que Alovio (2009) destaca a “invenção do animatógrafo” (p. 17), que possibilitou a captação de imagens em movimento para, *a posteriori*, serem projetadas para serem vistas em grupo. O autor conclui que “o cinema deixou de ser uma mera curiosidade científica” e evoluiu como espetáculo, mas, sobretudo, como uma forma cultural, fazendo nascer uma nova atividade, fundadora da sétima arte, assim definida por Ricciotto Canudo (1924, p. 3).

Vê-se assim que a constante evolução da tecnologia transformou o cinema a vários níveis, desde a produção à distribuição até ao consumo. A invenção do sonoro, a aplicação da cor, o aparecimento da televisão, o vídeo e a massificação do CD/DVD, são alguns dos exemplos reveladores de que a história do cinema “é constantemente reescrita através de uma série de transformações e questionamentos” (Lipovetsky & Serroy, 2010, p. 15), mas são também evidências de avanços técnicos que o enriquecem e lhe têm oferecido, ao longo do tempo, novas possibilidades. A mudança do milénio trouxe a digitalização à indústria cinematográfica, revolucionando-a uma vez mais; a *Internet*, por sua vez, revolucionou as formas de distribuição e de consumo. Aliás, alterou mesmo de forma fundamental a lógica tradicional subjacente ao cinema. Se, tradicionalmente, os ecrãs de cinema eram enormes telas brancas instaladas em grandes salas de espetáculo, com o decorrer dos tempos multiplicaram-se por outros ecrãs, como os das televisões, dos computadores, *tablets*, *smartphones*, entre outros. Lipovetsky e Serroy recordam que, durante muito tempo, o ecrã-cinema das grandes salas foi “único e incomparável (...) mas hoje perde-se numa galáxia [de ecrãs, omnipresentes, multimidiáticos e multiformes, portáteis, disponíveis] em qualquer lugar e em qualquer momento” (2010, p. 10).

Perante as mutações ocorridas no cinema – transversais a outras áreas, como a educação –, o PNC encontra-se consciente e bem posicionado para as

novas realidades, atendendo a que sempre teve em conta a existência de novos públicos e formas de fruir o cinema, além de há muito ter olhado para as potencialidades das novas redes sociais digitais. Quando as primeiras consequências da pandemia se começaram a sentir em Portugal (com o confinamento e consequente encerramento das escolas), o PNC tinha nas redes sociais digitais um ponto de encontro funcional e reforçou a dinamização dos seus espaços como forma de responder às condicionantes perspectivadas. Assim mobilizou o seu público para os novos desafios.

A crise pandémica trouxe implicações globais à sociedade; a área do cinema foi inevitavelmente muito afetada. Se, por um lado, se assistiu à paragem da produção de filmes e a transformações radicais nas formas tradicionais de serem consumidos, por outro, verifica-se um aumento do consumo de cinema através de múltiplos e inovadores *media*.. Os ecrãs das salas de cinema tradicionais foram substituídos pelos ecrãs domésticos (televisão, computadores, *smartphones*,...). Seria inevitável que o PNC também fosse afetado. Porém, face à interrupção das atividades nas escolas, as redes sociais digitais, que já faziam parte da implementação do plano e da aproximação entre escolas, atividades e agentes, permitiram manter a presença, a proximidade em relação ao público escolar, e a adaptação às exigências dos novos tempos, em que o cinema e as aprendizagens também transitaram para os ecrãs.

O visionamento aqui descrito sobre a presença PNC nas redes sociais evidenciou que as ferramentas associadas à *web* social são um campo de trabalho válido e profícuo para o PNC, e mais ainda no contexto atual. Os tempos pandémicos, ainda que imprevisíveis e disruptivos, comprovam a relevância da virtualização do PNC. Dito de outro modo, as ferramentas e potencialidades disponibilizadas pela *Internet*, que começaram a ser utilizadas, de modo reforçado, como apoio às atividades de caráter presencial, ganharam caráter de resposta necessária aos constrangimentos e desafios em tempos de pandemia, gerando práticas inovadoras e permitindo a continuidade do trabalho do PNC.

## 6. Conclusão

Recorde-se que esta visão panorâmica não pretendeu ser um estudo detalhado e profundo: assumiu-se como ensaio sobre o posicionamento do PNC no contexto das redes sociais digitais em tempos de pandemia. Começamos por fazer um *Zoom out* à ligação do cinema à educação, desde o início da cinematografia até à implementação do PNC, para compreender que o cinema se enraíza num conjunto de teorias, projetos e experiências que o antecederam. O *Zoom in* ao próprio PNC permitiu observar a natureza do Plano, para melhor perspetivar como este se moveu nas redes sociais digitais durante o encerramento das escolas.

Estudos anteriores (Pinto, Cardoso & Soares, 2020) demonstraram que as redes sociais digitais eram utilizadas pelo PNC para divulgar as suas atividades e gerir uma rede de pessoas com interesse pelo Cinema na Escola. Agora, observa-se que, durante o confinamento, as redes sociais foram sobretudo utilizadas como espaços de criação de laços de partilha entre escolas do PNC e para o fortalecimento do sentimento de grupo. Internamente, a partilha de atividades foi uma forma de destacar boas práticas e de motivar equipas; no caso da partilha de conteúdos vindos do exterior ao próprio PNC, parece ter-se pretendido fornecer novos *inputs*, o que sugere ser uma boa prática em tempos de *estudo em casa*.

Conclui-se, portanto, que as redes sociais digitais se constituem como espaços de ação e trabalho para o PNC, perspetivando uma virtualização do Plano em consonância com as novas dinâmicas da sociedade em geral, e a educação em particular.

## 7. Referências

- Alovisio, S. (2009). O cinema das origens e o nascimento da narrativa cinematográfica. In F. Mascarello (Org.), *História do Cinema Mundial*. Papyrus Editora.
- Alves, S. & Saló, C. (2021) Há 100 anos. [Áudio *podcast*] Recuperado De:
- Barone, J. G. (2009). *Cenários tecnológicos e institucionais do cinema brasileiro na década de 90*. Brasil: Sulina.
- British Film Institute (2015). *Framework for Film Education*. European Union – Creative Europe – Media. Recuperado

- de: <https://www2.bfi.org.uk/sites/bfi.org.uk/files/downloads/%20bfi-a-framework-for-film-education-brochure-2015-06-12.pdf>
- Burn, A. & Reid, M. (2012). Screening Literacy: Reflecting on Models of Film Education in Europe. *Nordic Journal of Digital Literacy*. V. 7, n. 4, (pp. 314-324). Recuperado de: [https://www.idunn.no/dk/2012/04/screening\\_literacy\\_reflecting\\_on\\_models\\_of\\_film\\_education\\_](https://www.idunn.no/dk/2012/04/screening_literacy_reflecting_on_models_of_film_education_)
- Camacho, J. (2018). Os Alunos de Lumière – Experiência de inclusão do Cinema na Didática da História da Cultura e das Artes. [Dissertação. Lisboa: Universidade Nova]. Recuperado de: <https://run.unl.pt/handle/10362/59485>
- Canudo, R. (1924). La Gazette des Sept Arts. 2. Paris. In La Gazette des Sept Arts. 10. Paris. Recuperado de: <http://www.cineressources.net/consultationPdf/web/o002/2687.pdf>
- Carvalho, A. (2012). Sociedade da informação e do conhecimento na União Europeia: prioridades da estratégia de Lisboa. *Conhecimento & Diversidade*, 3(5), (pp. 10-21). Recuperado de: [https://revistas.unilasalle.edu.br/index.php/conhecimento\\_diversidade/article/view/524](https://revistas.unilasalle.edu.br/index.php/conhecimento_diversidade/article/view/524)
- Castells, M. (2011). A Sociedade em Rede. A Era da Informação: Economia, Sociedade e Cultura. Lisboa: Fundação Calouste Gulbenkian.
- Coutinho, V. (2014). The Social Book: Tudo o que precisa de saber sobre o Facebook. *Conjuntura Actual*.
- Duarte, J. I. (2019). A cinapedagogia enquanto «grande função do cinema». *Discursos, modelos e experiências do cinema educativo em Portugal (1920-1950): o caso do Porto*. CEM Cultura, Espaço & Memória. Recuperado de: <https://ojs.letras.up.pt/index.php/CITCEM/article/view/7033>
- Equipa do PNC (2015). Plano Nacional de Cinema – Relatório de Execução 2014-2015. Recuperado de: [https://ubibliorum.ubi.pt/bitstream/10400.6/6706/1/5913\\_12230.pdf](https://ubibliorum.ubi.pt/bitstream/10400.6/6706/1/5913_12230.pdf)
- European Union (2015). Showing films and other audiovisual content in European Schools – Obstacles and best practices – Final Report. EU publications. Recuperado de: <https://op.europa.eu/en/publication-detail/-/publication/43f74b70-f099-484a-83d7-95369fd56f26>
- Fantin, M. (2007). Média-Educação e Cinema na Escola. Teias (pp. 14-15). Recuperado de: [www.e-publicacoes.uerj.br/index.php/revistateias/article/view/24008/16978](http://www.e-publicacoes.uerj.br/index.php/revistateias/article/view/24008/16978)
- Fragoso, F. (1933). Os cinemas ambulantes. *Cinéfilo*, nº 254. Lisboa
- Fragoso, F. (1930). A cinematografia e o nosso ensino. *Cinéfilo*, nº 90. Lisboa. Recuperado de: <http://www.cinemateca.pt/Cinemateca-Digital/Ficha.aspx?obraid=797878&type=Texto>
- Junges, V. C. (2018) Conhecer, Aprender, Transformar: projeto de desenvolvimento social como espaço de práticas coletivas. [Dissertação. Universidade Federal de Santa Maria]. Recuperado de: <https://repositorio.ufsm.br/handle/1/17420>
- Lardoux, X. (2014). Pour une politique européenne d'éducation au cinéma – Rapport de Xavier LARDOUX. Recuperado de: [https://medias.unifrance.org/medias/127/253/130431/piece\\_jointe/un-rapport-pour-l-education-au-cinema-des-jeunes-europeens.pdf](https://medias.unifrance.org/medias/127/253/130431/piece_jointe/un-rapport-pour-l-education-au-cinema-des-jeunes-europeens.pdf)
- Lipovetsky, G. & Serroy, J. (2010). O ecrã global: cultura mediática e cinema na era hipermoderna. Lisboa: Edições 70
- Lista Geral de Filmes de Referência 2019-2020 (2019). Plano Nacional de Cinema. Recuperado de: [https://www.dge.mec.pt/sites/default/files/PNC/pnc\\_2019\\_20\\_lista\\_geral\\_filmes\\_recomendados.pdf](https://www.dge.mec.pt/sites/default/files/PNC/pnc_2019_20_lista_geral_filmes_recomendados.pdf)
- Lobo, M. da G. (1999). Formação de público para o cinema. [Dissertação, Universidade do Algarve]. Recuperado de: <https://sapientia.ualg.pt/handle/10400.1/8612>
- Mendes, E. (2018). O Plano Nacional de Cinema e a criação de redes entre instituições culturais e educativas. In J.A. Moreira; P. Alves & F. G. Garcia (Orgs.) *Fusões do Cinema: Educação, Didática e Tecnologia* (pp. 33-50). Whitebooks.
- Moreira, C. F. F. (2017). O Cinema chega às Escolas: a importância do Plano Nacional de Cinema. [Dissertação. Universidade da Beira Interior]. Recuperado de: <https://ubibliorum.ubi.pt/handle/10400.6/6706>
- Neves, P. (2011). O cinema na escola: estudo de caso – a disciplina de opção de cinema no 3º ciclo, no Algarve – percurso e efeitos no tempo. [Dissertação, Universidade do Algarve]. Recuperado de: <https://sapientia.ualg.pt/handle/10400.1/2761>
- Nicolini, D. (2009). Zooming in and out: studying practices by switching theoretical lenses and trailing connections. *Organization Studies*. V. 30, n. 12. (pp. 1391-1418). Recuperado de: <http://wrap.warwick.ac.uk/4153/>
- Nonnecke, B. & Preece, J. (1999). Shedding light on Lurkers in Online Communities. In K. Buckner (Org.) *Ethnographic Studies in Real and Virtual Environments: Inhabited Information Spaces and Connected Communities*. (pp.123-128). Edinburgh. Recuperado de: <https://docplayer.net/5979476-Shedding-light-on-lurkers-in-online-communities.html>
- O'Reilly, T. (2005). “Web 2.0: Compact Definition?” in O'Reilly' Radar – Insight, Analysis, and Research About Emerging Technologies. Recuperado de: <http://radar.oreilly.com/2005/10/web-20-comp-act-definition.html>
- Pacheco, R. (2016). Panorama do cinema e educação em Portugal: perspectivas históricas e desafios atuais. *Revista de Linguagem do Cinema e do Audiovisual*. V. 5, nº1. Recuperado de: <https://sapientia.ualg.pt/handle/10400.1/13911>
- Pacheco, R. (2018). Panorama do cinema e educação em Portugal: perspectivas históricas e desafios atuais. In J.A. Moreira; P. Alves & F. G. Garcia (Orgs.) *Fusões do Cinema: Educação, Didática e Tecnologia* (pp. 17-32). Whitebooks.

Pinto J., Cardoso, T. & Soares, A. I. (2020). PNC e Redes Sociais: um estudo em torno de desafios e oportunidades na web social. In A. C. Valente (Coord.), AVANCA CINEMA 2020, (pp. 591-599). Edições Cine-Clube de Avanca.

Pinto, J. & Cardoso, T. (2017). "Redes Sociais e Educação Aberta: Que Relação?" in P. Torres (Org.) Redes e Mídias Sociais (2ª edição). Brasil: Editora Appris. Recuperado de: <http://hdl.handle.net/10400.2/7212>

Pinto, J., Cardoso, T. & Soares, A. (2019). Cinema and Education: what relationship in the internet age? In N. Martins & D. Brandão (Eds.) *Proceedings of the Digicom 2019*. Barcelos: IPCA. Recuperado de: <https://digicom.ipca.pt/docs/DIGICOM2019-Proceedings.pdf>

Pinto, J., Cardoso, T. & Soares, A.I. (submetido para publicação). Da tela gigante ao pequeno ecrã das redes sociais: o Plano Nacional de Cinema em tempos de COVID-19. In P. Silveira, R. Morais, J. Dias (Eds.) (2021). *As Gerações dos Ecrãs: Práticas e Experiências Relacionadas com o Online*. Lisboa: IADE Press.

Plano Nacional das Artes (2019). Uma estratégia, Um Manifesto 2019-2024. Recuperado de: <https://drive.google.com/file/d/1KKxtr3GnyJcKd8M0G1G4Usr0h9-EDBW/view>

Plano Nacional de Cinema (2020). Informação n.º 1 para as escolas – Ano Letivo 2020-21. Recuperado de: [http://ageantonio.gedeao.pt/wp-content/uploads/2020/10/PNC\\_informacao-1-para-escolas\\_2020\\_21.pdf](http://ageantonio.gedeao.pt/wp-content/uploads/2020/10/PNC_informacao-1-para-escolas_2020_21.pdf)

Reia-Baptista, V. (2006). New environments of media exposure. In *Internet and narrative structures: From media education to media pedagogy and media literacy. Regulation, Awareness, Empowerment*. Göteborg University, Gothenburg: Nordicom. Recuperado de: <http://hdl.handle.net/10400.1/9125>

Ribeiro, C. P. S. (2010). O cinema do SPN/SNI – O ideal de Ferro, a realidade de chumbo. *O Olho da História*, n. 15, Salvador, Universidade Federal da Bahia, Brasil. Recuperado de: <http://oohodahistoria.ufba.br/wp-content/uploads/2016/03/carla.pdf>