

## PRESENÇA DO PNC NAS REDES SOCIAIS: QUE BOAS PRÁTICAS?

João Pinto<sup>1</sup>; Teresa Cardoso<sup>2</sup>; Ana Isabel Soares<sup>3</sup>

**Resumo:** Neste artigo pretendemos apresentar boas práticas na utilização das Redes Sociais pelo Plano Nacional de Cinema, um estudo norteado pelo quadro teórico assente na tríade Educação/Cinema/Redes Sociais, que se afigura como inevitável. Atualmente, as tecnologias integram o nosso quotidiano, promovendo novos estilos de vida digitais, próprios de uma sociedade em rede, que influenciam a educação e, especificamente, as práticas curriculares. O cinema, enquanto arte audiovisual, sempre assumiu um papel educacional na sociedade, e encontra agora novas possibilidades, que influenciam as atividades desenvolvidas pelo Plano Nacional de Cinema, reforçando os seus objetivos educacionais. É neste cenário que temos vindo a estudar a presença desta iniciativa governamental nas redes sociais, no âmbito de um projeto de investigação mais amplo denominado “Educação, Cinema e Redes Sociais: Uma Investigação Sobre o Plano Nacional de Cinema”. Neste sentido, exporemos um mapeamento de boas práticas, destacando casos relacionados com as interações, publicações e conteúdos partilhados. Os resultados do estudo exemplificam boas utilizações, que traduzem o potencial das redes sociais para funcionarem como um espaço complementar à presença do PNC nas escolas, contribuindo, ainda, para a implementação de novas dinâmicas pedagógicas.

**Palavras-chave:** Educação; Cinema; Redes Sociais; Plano Nacional de Cinema (PNC); Sociedade em rede; Boas práticas.

**Contacto:** joao.pinto@uab.pt

### Introdução

A revolução tecnológica digital ocorrida no final do século XX, e cujos efeitos estamos agora a viver, traçou um caminho profícuo para o conceito de sociedade em rede (Castells, 2011), na qual as pessoas se veem como cidadãos ativos, construtores da inteligência coletiva, e não apenas enquanto consumidores passivos de uma cultura criada por outros. Nesta estrutura de sociedade, cada vez mais digital, as redes sociais

---

<sup>1</sup> Licenciado em Educação e mestre em Pedagogia do *eLearning* (UAberta). Doutorando em Média-Arte Digital (UAberta/UAlgarve). Investigador colaborador no CIAC, Centro de Investigação em Artes e Comunicação e LE@D, Laboratório de Educação a Distância e eLearning.

<sup>2</sup> Licenciada em Línguas e Literaturas Modernas (UCoimbra) e Doutorada em Didática e Tecnologia Educativa (Universidade de Aveiro). Desde 2007, docente da Universidade Aberta e investigadora integrada no LE@D. Autora e editora de publicações, integra comissões científicas/editoriais e tem participado na organização de eventos científicos.

<sup>3</sup> Doutora em Teoria da Literatura (FLUL). Docente da Universidade do Algarve desde 1996, publica em livros e periódicos; integra comissões científicas nas áreas em que investiga e leciona. Membro do Conselho Científico do CIAC, Centro de Investigação em Artes e Comunicação. Foi um dos membros fundadores e primeira Presidente da AIM, Associação de Investigadores da Imagem em Movimento.

Pinto, J., Cardoso, T., Soares, A. I. 2024. “Presença do PNC nas redes sociais: que boas práticas?”. In *Atas XI Encontro Anual da AIM*, editado por Catarina Maia, Caterina Cucinotta, Francisco Merino e Sérgio Bordalo e Sá, 16-25. Coimbra: AIM. ISBN 978-989-54365-6-9

*online* tornaram-se os novos meios de difusão e oferecem possibilidades inovadoras de interações (Pinto 2017). De igual modo, o surgimento de novos dispositivos de comunicação no quotidiano tem vindo a revolucionar a forma como se vivencia o audiovisual (Reia-Baptista 2014). Este, por seu lado, tem tido no cinema, desde o aparecimento desta arte na última década do século XIX, um dos mais completos modos de expressão cultural da sociedade contemporânea, moldando de forma definitiva o mundo que nos rodeia.

Exemplificando, desde o início da história do cinema que existe a consciência da relação entre este e a educação, sendo percebido, de maneira mais ou menos explícita, como meio de propagação educativa. Na sociedade contemporânea, continua a assumir um papel educacional, encontrando agora novos caminhos para intervir e públicos participativos, que, além de consumidores, também podem ser produtores de conteúdos audiovisuais.

Foi neste cenário que o Plano Nacional de Cinema (PNC) começou a ser implementado no ano letivo de 2012/2013, numa iniciativa conjunta do então Ministério da Educação e Ciência e do Secretário de Estado da Cultura<sup>4</sup>. Atualmente é operacionalizado pelo Instituto do Cinema e do Audiovisual (ICA), pela Cinemateca Portuguesa – Museu do Cinema e pela Direção-Geral da Educação (DGE), e articula-se com o Plano Nacional das Artes. Está presente em 455 Agrupamentos de Escolas e Escolas não Agrupadas, de todos os distritos do continente, Regiões Autónomas e Escolas Portuguesas no Estrangeiro dos países da CPLP<sup>5</sup>. Ao pretender “educar para a linguagem da sétima arte, formar novos públicos e novos espetadores” (Moreira 2017, 7), o PNC pretende promover a literacia na leitura e na 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.

No atual contexto tecnológico da sociedade em rede, importa, assim, considerar igualmente a relação do cinema e da educação perante as dinâmicas criadas pelo fenómeno das redes sociais, da cibercultura e da *web* social (O’Reilly 2011, 1). É neste cenário que emerge a pertinência de um estudo sobre como o PNC está a recorrer às redes sociais para cumprir parte relevante do seu papel pedagógico. Este estudo

---

<sup>4</sup> Conforme Despacho n.º 15377/2013, publicado no Diário da República, 2.ª série, n.º 229, de 26 de novembro de 2013.

<sup>5</sup> Fonte: [www.pnc.gov.pt](http://www.pnc.gov.pt) (consultado em 01-07-2022).

consubstancia-se num projeto de investigação mais vasto<sup>6</sup>, com o qual se procura “explorar o potencial que as redes sociais digitais proporcionam ao PNC, um campo ainda por explorar” (Pinto, Cardoso & Soares 2020, 48). Embora este seja um trabalho multifacetado de investigação, com uma abrangência difícil de circunscrever a um único artigo científico, entendemos que o presente texto constitui uma primeira abordagem ao mapeamento de boas práticas, destacando casos relacionados com as interações, publicações e conteúdos partilhados.

### **Apresentação do estudo**

Considerando as exigências específicas deste estudo, recorte da investigação antes indicada, fomos instigados a desenvolver uma metodologia própria, o Meta-modelo para Análise de Publicações nas Redes Sociais® (MAPRS®), um método de recolha, exploração, sistematização, interpretação e análise de publicações nas redes sociais, desenhado no decurso do referido projeto de investigação. Com a aplicação do MAPRS®, enquanto metodologia de mapeamento centrada nas publicações realizadas nas redes sociais, aliamos aos métodos quantitativos as vantagens das abordagens qualitativas, numa aproximação aos paradigmas híbridos, o que permite meta-sistematizar e analisar dados provenientes das redes sociais utilizadas pelo PNC. De forma a operacionalizar este modelo, selecionamos o ano de 2020 como amostra para recolha de dados; dessa forma, esperamos fazer representar um universo que abranja os vários anos de presença do PNC nas redes sociais.

Começamos por observar as publicações realizadas pelo PNC nas redes sociais no período em análise. Em termos globais foram realizadas 1.232 publicações em 2020 (Tabela 1), numa média mensal de 103. Colocar *online* esta quantidade de conteúdos por mês é um esforço que identificamos como uma boa prática, pois denota uma forte intenção de fornecer informações ao público dos espaços do PNC nas redes sociais, e que ganha mais relevo se considerarmos que as publicações realizadas até 2020 eram, em média, de 54 publicações por mês.

---

<sup>6</sup> Com o título “Educação, Cinema e Redes Sociais: Uma Investigação Sobre o Plano Nacional de Cinema” e acolhido pelo CIAC, Centro de Investigação em Artes e Comunicação da Universidade do Algarve, conta com o apoio da Fundação para a Ciência e a Tecnologia (SFRH/BD/137359/2018) e está integrado no doutoramento em Média-Arte Digital do primeiro autor, sob supervisão científica das coautoras.

<b>Rede Social</b>	<b>Publicações em 2020</b>
Facebook – Grupo	656
Facebook – Página	304
Twitter	215
Instagram	55
YouTube	2
Total	1.232

Tabela 1 - Total de publicações nas diferentes redes sociais do PNC em 2020.

Fonte: Os autores (dados recolhidos para o estudo).

Conforme mostra a Tabela 1, as publicações realizadas pelo PNC nas redes sociais concentram-se no ambiente do Facebook, denotando existir uma aposta nesta plataforma. Consideramos esta opção uma boa prática porque permite utilizar vários tipos de conteúdos na mesma publicação, possibilidade que enriquece a mensagem. Além disso, o Facebook é a única rede social que permite a existência de grupos com características ideais para o público poder realizar publicações, potenciando, assim, a interação e o seu envolvimento.

Centrando-nos, agora, no texto verbal utilizado pelo PNC nas suas publicações, reconhecemos uma escrita informal, mobilizadora de afetos e promotora de emoção e empatia, incentivando à interação. Em nosso entender, esta é uma boa prática, que evidencia a intenção de evitar textos apenas de carácter informativo. Observámos que, de uma forma geral, o texto das publicações com conteúdos relacionados com o PNC começa com o título «PLANO NACIONAL DE CINEMA», uma boa prática que facilita a identificação do PNC – personalizando os conteúdos –, ou que o assunto em causa está relacionado com o próprio plano. Por outro lado, nos casos em que o conteúdo é externo, revela que o mesmo é aconselhado pelo PNC. De notar ainda que, geralmente, o texto destas publicações termina com uma menção às entidades que dinamizam o PNC. Para além de razões relacionadas com o protocolo, consideramos ser uma boa prática, na medida em que divulga os vínculos institucionais, contribui para a credibilidade dos conteúdos e informa sobre a estrutura organizacional do PNC.

Prosseguindo para a análise dos conteúdos, a divulgação de recursos *online* relacionados com o cinema assume, como é expectável, um espaço relevante,

traduzindo uma prática fundamental para o PNC disseminar conteúdos junto do seu público. De uma forma geral, são conteúdos já publicados nas redes sociais, identificados pela coordenação do PNC e, seguidamente, partilhados nos seus espaços. Em certos casos, é adicionado à partilha algum texto, como reforço da mensagem em causa, um procedimento que relacionamos com as boas práticas da curadoria de conteúdos *online*.

A sugestão de visionamento de filmes, acompanhada da disponibilização de informação de apoio, reporta à essência do PNC. Notámos que esta preocupação também se encontra na atividade do PNC nas redes sociais. Este tipo de partilha inclui informação com a contextualização e interpretação do filme, disponibilizando ainda *links* para acesso a documentação científica. Identificámos várias boas práticas nesta atuação: a seleção de filmes com algum interesse/relação com a atualidade; a abrangência de canais de televisão de acesso aberto<sup>7</sup>; a inclusão de conteúdos científicos; a utilização das redes sociais como espaço para disseminação de alertas e/ou desafios para ver filmes; o incentivo à visualização de um filme, não apenas como fator de entretenimento, mas incutindo nos espetadores uma reflexão cognitiva.

Ainda sobre os conteúdos partilhados, destacamos os que classificamos como “Científicos”. Embora em número diminuto, comparado com os outros temas partilhados, parece-nos uma boa prática de divulgação do conhecimento científico. Conteúdos deste tipo são um contributo para o fortalecimento teórico das temáticas subjacentes ao campo de trabalho do PNC e um *input* de novas informações, suscetíveis de enriquecer os saberes do público dos seus espaços nas redes sociais, uma vez que grande parte dele pode estar afastado deste tipo de conteúdos e/ou não lhes ter acesso.

Outro dos conteúdos com menos expressão nas publicações são os que classificamos como “Lúdicos”, cuja publicação entendemos importante, não só para cativar determinados tipos de público, mas também para conferir informalidade aos espaços do PNC nas redes sociais. Aliás, este tipo de publicação recupera a ideia de “entretenimento”, tão associada ao cinema, uma boa prática interessante por aproveitar todas as potencialidades dos filmes, com possibilidades de ser incrementada.

Abordamos agora a origem dos conteúdos publicados pelo PNC nos seus espaços nas redes sociais. O Gráfico 1 mostra as publicações Próprias (conteúdos criados pelo

---

<sup>7</sup> RTP1, RTP2, RTP Memória, SIC, TVI.

PNC), as publicações Partilhadas (conteúdos existentes noutros espaços das redes sociais) e as Outras publicações (conteúdos partilhados por outras pessoas).



Gráfico 1 - Origem dos conteúdos publicados pelo PNC nos espaços das suas redes sociais em 2020.

Fonte: Os autores (dados recolhidos para o estudo).

Lembrando que, em 2020, o PNC realizou um total de 1.232 publicações em todos os seus espaços nas redes sociais (Tabela 1), destas, observámos que 45% se reportava a publicações com conteúdos próprios, criados pelo PNC, representando 554 no total e uma média de 46 por mês. Portanto, cerca de metade das publicações do PNC corresponde a conteúdos produzidos especificamente para os seus espaços, num esforço de disponibilizar informação ainda não presente noutros espaços das redes sociais.

Finalmente, registámos ainda a boa prática mais evidente quanto a conteúdos publicados, a partilha de atividades realizadas nas escolas envolvidas com o PNC, que, sendo igualmente expectável, não deixa de ser uma prática motivadora das equipas que o dinamizam localmente. Mas, também é uma forma de destacar as boas práticas desenvolvidas nas escolas, incentivando à sua continuidade e à possível aplicação noutras escolas. Note-se que a existência de publicações deste tipo de conteúdos só é possível porque os/as professores/as dinamizadores/as das atividades do PNC nas escolas as partilharam no grupo do Facebook (espaço onde o podem fazer), ou fizeram chegar tal informação à coordenação para divulgação. Esta dinâmica de partilhas é uma evidência de um espírito comunitário em torno das redes sociais, fruto de um bom ambiente cooperativo que o PNC consegue fomentar nos seus espaços.

Avançando para as boas práticas no âmbito das interações nas publicações do PNC nas redes sociais, começamos por recuperar a caracterização e o tipo de interações, representada no Gráfico 2.

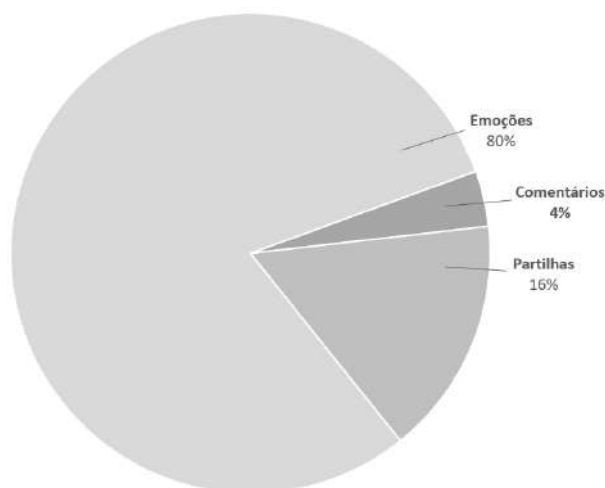


Gráfico 2 - Tipo de interações nas publicações do PNC nas redes sociais em 2020.

Fonte: Os autores (dados recolhidos para o estudo).

As emoções de reação (nas quais se inclui o Gosto/*Like*) são as mais utilizadas, seguidas das partilhas e dos comentários. Apesar de os comentários não serem das interações mais presentes, consideramo-los importantes, porque significam uma interação com uma mais-valia muito acrescida face a outras, por implicar que o utilizador realize uma série de procedimentos, desde a necessária reflexão cognitiva, a qual possibilita a expressão de um pensamento, até à escrita. Embora esta boa prática não seja resultado da ação direta do PNC, será sim uma prática a reportar aos seguidores dos espaços do PNC nas redes sociais; inferimos que resulta do ambiente de partilha e cooperação que o PNC conseguiu criar e moderar, porventura devido ao conjunto de outras boas práticas implementadas, o que, por si, também constitui uma prática a salientar.

Os comentários, concluímos que, de forma geral, recebem sempre um *feedback* por parte do PNC, quer do tipo Emoções, quer (na maioria) através de um texto com reação ao comentário em causa – muitas vezes sob a forma de um simples agradecimento. Interpretamos esta ocorrência como mais uma boa prática, exemplo de como o PNC gere os seus espaços nas redes sociais, através da promoção da participação e da troca de ideias, com cordialidade, abertura e bom acolhimento. Criase, assim, um espaço de diálogo e de vínculos colaborativos, além de ser um incentivo

ao envolvimento *online* com o Plano, que acreditamos ser suscetível de influenciar o ambiente presencial.

Ainda no que concerne às interações, registamos como boa prática a existência de um grupo no Facebook, por ser um espaço que permite que o público faça as suas próprias publicações e partilhas, isto é, promotor de interações. As páginas do Facebook apenas permitem publicações dos administradores (o mesmo acontece com os espaços/perfis nas outras redes sociais), não permitindo que os seguidores publiquem ou partilhem, ou seja, ali o público não pode adicionar conteúdos nem envolver-se mais ativamente. Os grupos funcionam segundo o conceito de fórum de discussão, possibilitando a construção de um lugar colaborativo. A opção por um grupo constitui, assim, uma boa prática, pois permite que outros membros também partilhem conteúdos, promovendo um sentimento de pertença e de inclusão numa comunidade em torno do PNC.

Perspetivando as configurações dos espaços geridos pelo PNC nas redes sociais, algumas também se apresentam como casos de boas práticas. Uma das mais evidentes é a opção por todos os espaços serem abertos, ou seja, a sua privacidade está configurada como de acesso público, o que significa que podemos aceder aos seus conteúdos sem registo prévio nas respetivas redes sociais, nem qualquer autorização prévia. Entendemos que esta estratégia do PNC, de abrir ao público os seus espaços nas redes sociais, configura uma implementação das políticas de livre acesso aos conteúdos, uma iniciativa própria dos movimentos da Educação Aberta (Santos 2012, 72), e dos Recursos Educacionais Abertos (Paris OER Declaration 2012, 1), pelo que a consideramos uma boa prática.

Ainda no que concerne ao grupo no Facebook, salientamos também a configuração da necessidade de aprovação das publicações efetuadas pelos membros. A principal característica dos grupos é a possibilidade de os membros publicarem conteúdos. Se por um lado esta vantagem incentiva a colaboração e interação entre os membros, também pode tornar-se um enorme risco, pois possibilita a publicação de conteúdos fora da temática em causa e/ou atitudes maliciosas. Para evitar este tipo de utilizações, o Facebook permite que as publicações dos membros sejam primeiro aprovadas pelos administradores dos grupos. Assim, detetámos que o PNC utiliza esta funcionalidade para controlar as publicações dos membros, uma boa prática que evita a existência de conteúdos indesejados no grupo.

Finalmente, sobre a seleção das redes sociais utilizadas, a aposta no trabalho com o Facebook (página e grupo), conforme já referimos, entendemos ser uma boa prática. De facto, esta rede social, além de ser a mais utilizada em Portugal, é ainda a mais transversal a todos os tipos de públicos (Os Portugueses e as Redes Sociais 2020), possibilitando, assim, que o PNC atinja vários tipos de público. Por outro lado, permite a utilização de diversos tipos de conteúdos (texto, imagem, vídeo), uma vantagem que enriquece os conteúdos produzidos. A utilização de outras redes sociais (como é o caso do Instagram e Twitter), embora com menos público, também se revela uma boa prática, por evidenciar o interesse em descobrir novas oportunidades e seguir as tendências de utilização, bem como de chegar a outros públicos.

### **Considerações finais**

Concluindo, lembramos que não pretendíamos elencar uma lista exaustiva de boas práticas mas destacar alguns casos em virtude dos limites que um artigo científico impõe. Identificámos, assim, algumas práticas, que fundamentámos como bons exemplos, com a intenção de os evidenciar, para que sejam objeto de uma maior atenção, reflexão e visibilidade, nomeadamente por outros gestores de conteúdos e de espaços nas redes sociais com interesse por estes temas.

De acordo com os casos e os resultados evidenciados, podemos afirmar que, de forma global, o PNC recorre às redes sociais para distribuir conteúdos e ampliar a sua missão. As boas práticas aqui referenciadas demonstram, também, que utiliza as redes sociais como um complemento à sua implementação física nas escolas, o que revela uma intenção de explorar as novas possibilidades e oportunidades que advêm desses espaços *online*.

### **BIBLIOGRAFIA**

- Castells, M. 2011. *A Sociedade em Rede. A Era da Informação: Economia, Sociedade e Cultura* (4 ed., Vol. 1). Lisboa: Fundação Calouste Gulbenkian.
- Pinto, J. 2017. *Formação Aberta e Online, Redes Sociais e Inclusão Digital: O Projeto Reviver na Rede*. Lisboa: Universidade Aberta. Obtido em 04 de 04 de 2018, de <https://repositorioaberto.uab.pt/handle/10400.2/6930>
- Reia-Baptista, V., Burn, A., Reid, M., & Cannon, M. 2014. "Screening Literacy: Reflecting on Models of Film Education in Europe". *Revista Latina de Comunicación Social* (69), 354 to 365. Obtido em 12 de 11 de 2019, de [http://www.revistalatinacs.org/069/paper/1015\\_UK/18ven.html](http://www.revistalatinacs.org/069/paper/1015_UK/18ven.html)
- Moreira, C. 2017. *O Cinema Chega às Escolas: A Importância do Plano Nacional de Cinema* (Dissertação de Mestrado). Universidade da Beira Interior. <https://ubibliorum.ubi.pt/handle/10400.6/6706>

- O'Reilly, T. 2005. “Web 2.0: Compact Definition?” in O’Reilly’ Radar – Insight, Analysis, and Research About Emerging Technologies. <http://radar.oreilly.com/2005/10/web-20-compact-definition.html>
- Pinto, J., Cardoso, T., & Soares, A. I. 2020. *PNC e Redes Sociais: Um Estudo em Torno de Desafios e Oportunidades na Web Social*. Em A. C. Valente (Ed.), AVANCA CINEMA 2020. Portugal: Edições Cine-Clube de Avanca. Obtido em 01 de 02 de 2022, de <http://hdl.handle.net/10400.2/10953>
- Paris OER Declaration. 2012. *World Open Educational Resources (OER), Congress Unesco*. Paris. Obtido em 21 de 04 de 2021, de [http://www.unesco.org/new/fileadmin/MULTIMEDIA/HQ/CI/WPFD2009/English\\_Declaration.html](http://www.unesco.org/new/fileadmin/MULTIMEDIA/HQ/CI/WPFD2009/English_Declaration.html)
- Santos, A. 2012. “Educação Aberta: Histórico, Práticas e o Contexto dos Recursos Educacionais Abertos”. Em B. Santana, C. Rossini, & N. Preto (Edits.), *Recursos Educacionais Abertos, Práticas Colaborativas e Políticas Públicas* (1.<sup>a</sup> ed.). São Paulo, Brasil: UFBA. Obtido em 01 de 05 de 2019, de <http://aberta.org.br/livrorea/artigos/wp-content/uploads/2012/05/REA-santos.pdf>
- Os *Portugueses e as Redes Sociais*. 2019. Marktest. [https://www.marktest.com/wap/private/images/Logos/Folheto\\_Portugueses\\_Red\\_Sociais\\_2019.pdf](https://www.marktest.com/wap/private/images/Logos/Folheto_Portugueses_Red_Sociais_2019.pdf)