



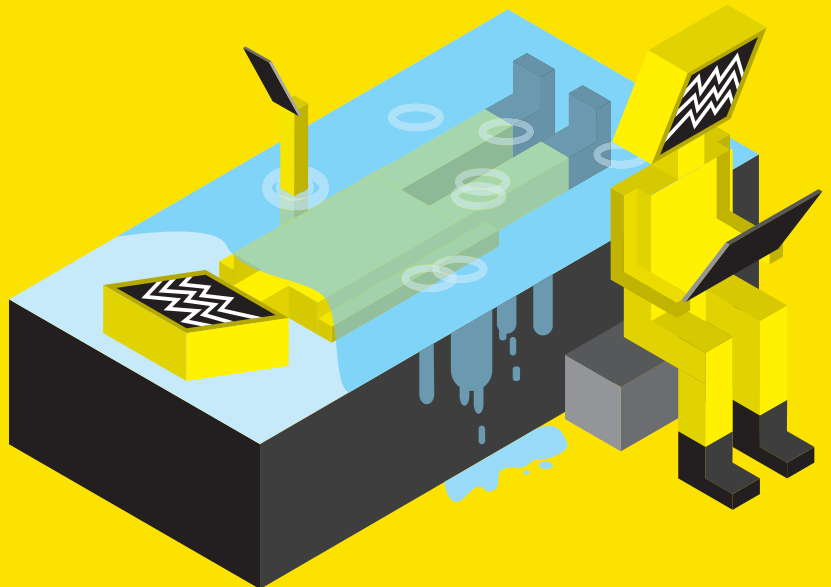
**3<sup>RD</sup> INTERNATIONAL CONFERENCE  
ON DESIGN & DIGITAL COMMUNICATION**

---

# **PROCEEDINGS**

---

**15–16 NOVEMBER 2019 // BARCELOS, PORTUGAL**







**3<sup>RD</sup> INTERNATIONAL CONFERENCE  
ON DESIGN & DIGITAL COMMUNICATION**

---

# **PROCEEDINGS**

---

**15–16 NOVEMBER 2019 // BARCELOS, PORTUGAL**



**Title**

Digicom 2019 – 3<sup>rd</sup> International Conference  
on Design and Digital Communication

**Subtitle**

Proceedings

**Editing coordination**

Nuno Martins  
Daniel Brandão

**Editorial Design**

Daniel Brandão  
Isabel Aroua

**Cover Design**

Nuno Martins

**Publisher**

IPCA - Instituto Politécnico do Cávado e do Ave

**Address**

Vila Frescaíña, S. Martinho,  
4750-810 Barcelos, Portugal

**November 2019****ISBN**

978-989-54489-5-1

**Print run Online**

© 2019 text: the authors

© 2019 images: the authors

**All rights reserved.**

Except as provided by law, it is not allowed total or partial reproduction of this book that exceeds what is permitted by the Copyright Code, both recompilation in a computer system or its transformation by electronic, mechanical, by photocopying, recording or by by other methods present or future, by any means for profitable or private purposes, without permission of the owners of copyright and author who holds the intellectual property of the work.



# **DIGICOM** **3<sup>RD</sup> INTERNATIONAL CONFERENCE** **ON DESIGN AND DIGITAL COMMUNICATION**

**15–16 NOV 2019**

Teatro Gil Vicente  
Barcelos, Portugal

## **ORGANIZATION COMMITTEE**

### **General Chair**

Nuno Martins

### **Co-Chairs**

Daniel Brandão  
Pedro Mota Teixeira

### **Organization**

Nuno Martins, Daniel Brandão, Pedro Mota Teixeira,  
Cristiana Serejo, Jéssica Campos, Jorge Pereira, Isabel  
Arouca, Isabel Xavier, Paulo Fernandes, Sérgio Dominique.

### **Volunteers**

Students of the Master in Digital Design.

### **Credits**

Nuno Martins (Design & Art Direction)  
Luís Eustáquio (Web Design)  
Paulo Fernandes (Web Development)  
Pedro Mota Teixeira (Video & Motion Graphics)  
António Ferreira (Video & Motion Graphics)



## SCIENTIFIC COMMITTEE

**Albert Inyoung Choi** College of Design - Hanyang University (Korea)

**Álvaro Sousa** Universidade de Aveiro (PT)

**António Lacerda** Universidade do Algarve (PT)

**Ana Correia de Barros** Fraunhofer (PT)

**Arafat Al-Naim** Dean of College of Design - American University in the Emirates (EAU)

**Catarina Moura** Universidade da Beira Interior (PT)

**Cátia Rijo** Escola Superior de Educação IPL (PT)

**Daniel Brandão** Universidade do Minho (PT)

**Daniel Raposo** Politécnico Castelo Branco (PT)

**Derek Lackaff** School of Communications Elon University (US)

**Eliana Penedos** Universidade do Porto (PT)

**Elizete de Azevedo Kreutz** Universidade Univates (BR)

**Fernando Moreira da Silva** Faculdade de Arquitetura da Universidade de Lisboa (PT)

**Fernando Galindo Rubio** Universidad Pontificia de Salamanca (SP)

**Fernando Suarez Carballo** Universidad Pontificia de Salamanca (SP)

**Francisco Paiva** Universidade da Beira Interior (PT)

**Frederico Braidá** Universidade Federal de Juiz de Fora (BRA)

**Gerry Leonidas** University of Reading (UK)

**Heitor Alvelos** Universidade do Porto (PT)

**João Abreu** Politécnico de Lisboa (PT)

**João Brandão** Faculdade de Arquitectura da Universidade de Lisboa (PT)

**Jorge Pereira** Escola Superior de Design IPCA (PT)

**Juan Ra Martin** Universidad Pontificia de Salamanca (SP)

**Krasimira Borisova Drumeva** St. Cyril and St. Methodius, University of Veliko Tarnovo, Faculty of Fine Arts (BG)

**Leonardo Pereira** Universidade de Aveiro (PT)

**Lev Manovich City** University of New York (US)

**Manuel Montes Vozmediano** Universidad Rey Juan Carlos (SP)

**Mário Vairinhos** Universidade de Aveiro (PT)

**Miguel Carvalhais** INESC TEC & FBAUP (PT)

**Nelson Zagalo** Universidade de Aveiro (PT)

**Nuno Martins** Escola Superior de Design IPCA (PT)

**Pau Garcia** Domestic Data Streamers / Elisava (SP)

**Pedro Amado** Universidade do Porto (PT)

**Pedro M. Teixeira** Escola Superior de Design IPCA (PT)

**Rita Espanha** ISCTE (PT)

**Sara Pereira** Universidade do Minho (PT)

**Sérgio Dominique** Escola Superior de Hotelaria e Turismo IPCA (PT)

**Susana Barreto** Universidade do Porto (PT)

**Teresa Ruão** Universidade do Minho (PT)

**Tiago Assis** Universidade do Porto (PT)

**Tiago Navarro Marques** Universidade de Évora (PT)

**Vanda Sousa** Politécnico de Lisboa (PT)

**Vera Barradas Martins** Politécnico Portalegre (PT)

**Vitor Quelhas** Escola Superior de Media Artes e Design IPP (PT)



# CONTENTS

- 15 **PREFACE**
- 23 **GRAFFITI AND MURALIZATION: GOVERNMENTAL AND COMMERCIAL CONTROL OF VISUAL COMMUNICATION IN MONTEVIDEO CITY**  
Washington Morales
- 31 **THE PUSSY RIOT: FROM PUNK TO MAINSTREAM POP**  
Nuno Martins; Ana Correia
- 43 **HANDS VERSUS FINGERS: DIGITAL MEDIA AS UNEXPECTED MEDIATOR OF TRADITIONAL CRAFT AND INDUSTRY**  
Abhishek Chatterjee; Heitor Alvelos
- 51 **BENCHMARKING FOR THE REBRANDING OF A HANDCRAFTED BRAND**  
Andreia Roque; Sérgio Dominique
- 63 **CONNECTING GRAPHIC DESIGN WITH ITS PURPOSE: A PRIVATE LEGACY OF ARMANDO ALVES**  
Claudia Lima; Heitor Alvelos;  
Susana Barreto; Eliana Penedos-Santiago
- 73 **SELF-REPRESENTATION ON INSTAGRAM – “SHOULD I POST THIS?”**  
Joana Barroca
- 85 **COLLECTIVE INTELLIGENCE ON THE WEB: A MULTIDISCIPLINARY VIEW ON GROUP BEHAVIOR IN THE DIGITAL WORLD**  
Filipa Sousa; Nuno Martins
- 95 **FILA B: A FASHION NEWS WEBSITE IN THE SCENARIO OF THE DEMOCRATIZATION OF DIGITAL CONTENT**  
Rachel Marcelino; Suzana Cardoso
- 109 **COLLABORATED: COLLABORATIVE LEARNING IN A SHARED STUDIO ENVIRONMENT FOR DIGITAL MEDIA DESIGN STUDENTS**  
Denitsa Petrova; Sabina Savadova; Eli Appleby-Donald
- 117 **ARTIFICIAL INTELLIGENCE AND INTERFACE DESIGN FOR EVERYDAY PRODUCTS**  
Andrew O’Dowd; Miguel Carvalhais
- 125 **SELFS2: A BMI CALCULATOR TO PROMOTE A POSITIVE SELF-IMAGE**  
Miguel Filho; Simone Germano;  
Ana Lisboa; Pedro Amado
- 137 **THE FIRST STEP OF SPOT TOYOTA RESEARCH WORK: AN ANALYSIS OF CUSTOMER LOYALTY MOBILE APPLICATIONS**  
Joel Torre; Nuno Martins
- 147 **MOON APP: SLEEP IMPROVEMENT THROUGH DREAM LOG ANALYSIS**  
Mafalda Monteiro; Marina Moreira;  
Telma Arzileiro; Pedro Amado
- 159 **INTEGRATING THE USER EXPERIENCE AND USER INTERFACE INTO AN EDUCATION MOBILE APP: A CASE STUDY IN PRODUCT DESIGN**  
Cristiano Loureiro; Sérgio Dominique-Ferreira
- 169 **IN THE EYES OF LI YANG’S BLIND SHAFT, GAZING DISPOSABLE PEOPLE OR DEPICTING BLURRED REALITY**  
Tomé Quadros
- 179 **ILLUSTRATION AND ANIMATION PROCESS FOR A HISTORICAL NARRATIVE IN A VIDEO MAPPING PROJECTION**  
Pedro Faria; Pedro Moreira;  
Sandra Cardoso; Roberto Morais

- 189 **STORYWORLDS IN VIRTUAL REALITY**  
Rafael Silva; Daniel Brandão
- 203 **TRANSMEDIA DESIGN: SPECIFICS AND POTENTIALS**  
André Luiz Sens
- 213 **DESIGNING A RESPONSIVE 'IMMERSIVE' STORY EXPERIENCE: RACISM AND THE SONIC REPRESENTATION OF THE STEPHEN LAWRENCE MURDER**  
Tahera Aziz
- 223 **CITIZEN SCIENCE AND DESIGN: A CASE STUDY IN PRODUCT DESIGN, INSECTIVORES**  
Francisco Torrecilla
- 235 **WEB QUALITY STUDIES FOR THE EDUCATION SECTOR**  
Alejandro Morales
- 245 **ADLM, SPACE DESIGN |FOR CO-WORKING AND LEARNING**  
Ivette Chacón
- 257 **TRANSMEDIA STORYTELLING IN EDUCATIONAL CONTEXT**  
Patrícia Ferreira
- 265 **CINEMA AND EDUCATION: WHAT RELATIONSHIP IN THE INTERNET AGE?**  
João Pinto; Teresa Cardoso; Ana Isabel Soares
- 275 **DESIGN AS A NON-FORMAL EDUCATIONAL TOOL**  
Rita Brandão; Bernardo Providência; Lúgia Lopes
- 285 **THE DESIGN PROJECT PATH AND THE CONTRIBUTION OF INFOCOMMUNICATION SKILLS IN DIGITAL ENVIRONMENTS: LITERACY AND EDUCATION**  
Naiara Oliveira; Lídia Silva
- 295 **DESIGN AS A PROJECT TOOL FOR THE INCLUSIVE EDUCATION BENEFIT**  
Mirella Brenner Hennemann;  
Regina de Oliveira Heidrich; Célia Sousa
- 305 **DUA APPROACH FOR LITERATURE ACCESSIBLE TO ALL: INTERDISCIPLINARY DIALOGUES**  
Alessandra Castellini; Célia Sousa;  
Denise Silva; Regina Heidrich
- 315 **DISEÑAS: THE WEB APP FOR LEARNING DESIGN TERMS FOR DEAF STUDENTS.**  
José Bernal; Gabriela Flores; Roberto Vargas
- 325 **'TONY WASTE': A SERIOUS GAME TO FIGHT FOOD WASTE**  
António Ferreira; Paulo Korpys;  
Pedro Mota Teixeira; Daniel Brandão
- 337 **CARDS GO: A CARD-BASED GAME FOR GAME DESIGN AND CREATIVITY**  
Fabrício Fava; Pedro Cardoso; Ricardo Melo;  
José Raimundo; Camila Mangueira
- 347 **BULLY WHO? THEATRICAL PLAY AND VICARIOUS EXPERIENCES OF DOING AND ACTING WITH EMOTIONS**  
José Raimundo; Pedro Cardoso;  
Miguel Carvalhais; António Coelho

- 359 **THE MEANING AND THE VALUE AS TRIGGERS FOR DESIGNING SIGNIFICANT EXPERIENCES**  
Suzana Dias; Ana Baptista
- 367 **DESIGN AFTER THE RISE OF AI-DRIVEN SERVICES: LEARNING FROM LITERATURE REVIEW**  
Joana Cerejo; Miguel Carvalhais
- 379 **PERIPHERAL INTERACTION: A NEW DIRECTION FOR THE OMNIPRESENCE OF TECHNOLOGY**  
Sílvia Fernandes; Daniel Brandão; Nelson Zagalo
- 389 **SENSOR VARIABLE FONT: A MODEL BASED ON IOT TO GIVE SEMANTIC USE TO VARIABLE TYPOGRAPHY IN GRAPHIC INTERFACES**  
Iván Huelves; Lourdes Marco
- 399 **DIGITAL PLATFORMS AND KNOWLEDGE FLOW: A SYSTEMATIC LITERATURE REVIEW**  
Liliana Gonçalves; Lúdia Oliveira
- 409 **FLEXIBILITY IN DYNAMIC VISUAL IDENTITIES: EXPLORING VARIATION MECHANISMS TO ACHIEVE FLEXIBILITY**  
Pedro Matos Chaves; João Miguel Cunha; Tiago Martins; João Bicker
- 419 **EMOTIONS AND BRANDING: THE EMOTIONAL DIMENSION OF BRANDS IN THE DIGITAL CONTEXT**  
Afonso Veríssimo; Bruno Giesteira
- 431 **DESIGN AND INSTITUTIONAL COMMUNICATION: SOME RELATIONSHIPS**  
Marina Arakaki; Olímpio Pinheiro; Mariano Neto
- 441 **THE REOPENING OF CINEMA TRINDADE: DESIGN'S CONTRIBUTE FOR A NEIGHBOURHOOD CINEMA**  
Igor Ramos; Helena Barbosa
- 455 **INFORMATION AS AN INPUT FOR INNOVATION AND VALUE IN THE DESIGN PROCESS**  
Karina Weber; Leandro Pereira; Ricardo Triska; Luiz Figueiredo; Giselle Merino
- 467 **E-COMMERCE ANALYSIS IN PORTUGAL FOR THE DEVELOPMENT OF THE GRAPHIC INTERFACE OF ONLINE STORE ALU13**  
Francisco Pires; Nuno Martins
- 479 **DESIGN AS A TRANSFORMING AGENT AND A MEDIATING SUBJECT**  
Carla Cadete
- 489 **GRAPHICAL INTERFACE PROTOTYPE FOR VISUALIZING DATA FROM ACADEMIC REPOSITORIES**  
Ildo Golfetto; Maria Baldessar
- 503 **VISUAL SCIENCE COMMUNICATION: A CASE STUDY ON PUBLISHED GRAPHICAL ABSTRACTS**  
Ana Costa; Bruno Giesteira; Emília Costa
- 511 **PRINCIPLES AND STRUCTURE OF INTERACTIVE EDITORIAL DESIGN: DEVELOPMENT OF THE KHEPRY BRAND MAG PROTOTYPE.**  
Ana Sousa; Pedro Amado

# CINEMA AND EDUCATION: WHAT RELATIONSHIP IN THE INTERNET AGE?

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

## Keywords

Cinema; Education;  
Internet; Transmedia;  
Convergence Culture

## Abstract

In this text we reflect on the relationship between cinema and education, namely by looking at the contribution of the cinema to the learning processes in the present society. Moreover, we analyze how the cinema has been relating to the educational pedagogy, and how its integration in the educational contexts has evolved according to the new paradigms of teaching and lifelong learning. By considering the relationship between cinema and education in the context of today's digital lifestyles, taking into account the phenomenon of transmedia and media convergence, we can conclude that in contemporary society the cinema continues to have a great pedagogical potential, since it is easy to access to information through audiovisual stimuli, but also because this type of content assumes an increasing and transversal importance in the different digital media and platforms.

## Resumo

O presente artigo aborda a relação entre o cinema e a educação, perspetivando nomeadamente contributos do cinema para as aprendizagens na atual sociedade. Analisamos como o cinema se tem cruzado com a pedagogia educacional e os novos caminhos para a sua integração nos contextos educativos de acordo com os mais recentes paradigmas do ensino e das aprendizagens ao longo da vida. Ao expormos a relação do cinema com a educação no contexto dos estilos de vida digitais da atual sociedade, tendo em conta os fenómenos da transmedia e da convergência mediática, concluímos que na sociedade contemporânea o cinema continua a ter um grande potencial pedagógico, uma vez que é fácil compreender informações através dos estímulos audiovisuais, mas também porque este tipo de conteúdos assume uma importância crescente e transversal aos vários media e plataformas digitais.

1 Centro de Investigação em Artes e Comunicação, Universidade do Algarve, LE@D – Laboratório de Educação a Distância e Elearning, Universidade Aberta, jppinto@lead.uab.pt;

2 Dept. de Educação e Ensino a Distância, LE@D – Laboratório de Educação a Distância e Elearning, Universidade Aberta, teresa.cardoso@uab.pt;

3 Centro de Investigação em Artes e Comunicação, Universidade do Algarve, asoares@ualg.pt.

## 1. Introdução

O cinema constitui-se como um dos mais completos modos de expressão cultural da sociedade industrial e tecnológica contemporânea. Para Castells (2011), a revolução tecnológica fez emergir uma sociedade em rede, na qual as pessoas se veem como cidadãos ativos, construtores da inteligência coletiva, e não apenas enquanto consumidores passivos de uma cultura criada pelos outros. As redes sociais tornaram-se os novos meios de difusão, com inovadoras possibilidades de interações (cf. Pinto, 2017), e o surgimento de novos dispositivos de comunicação no nosso quotidiano tem vindo a revolucionar a forma como vivenciamos o audiovisual (cf. Reia-Baptista, 2006).

A relação entre cinema e educação, no contexto da educação formal, informal ou não formal, é parte da própria história do cinema. Porém, segundo Duarte (2002), apesar de ser uma fonte rica de conhecimentos, nem sempre é entendido deste modo. Face às dinâmicas que emergem em torno dos novos média, como as narrativas transmediáticas e a convergência mediática, e ainda que tenha sempre assumido um papel educacional na sociedade, o cinema encontra agora novas possibilidades e caminhos para intervir e conta com públicos participativos, que podem ser produtores de conteúdos audiovisuais no seu quotidiano (cf. Oliveira & Caetano, 2017, p. 55).

Assim, começaremos por abordar o cinema, não apenas como “sé-tima arte” (cf. Canudo 1924, p. 3) ou “produto de entretenimento” (cf. Toldo & Lopes, 2017, p. 172), mas sobretudo como “agente de apoio à aprendizagem” (cf. Linhares & Ávila (2017, p. 99). No contexto tecnológico da “sociedade em rede” (cf. Castells, 2011), também abordaremos o posicionamento do cinema e da educação face às dinâmicas criadas pela *Internet*, como é o caso das redes sociais, da “cibercultura” (cf. Lévy, 199, p.17), da “transmidia” (cf. Jenkins, 2006) e da convergência mediática (cf. Navarro, 2010, p14).

Com esta reflexão, pretende-se também consolidar o enquadramento teórico do projeto de investigação “Educação, Cinema e Redes Sociais: uma investigação sobre o Plano Nacional de Cinema”<sup>1</sup>, cujo desenvolvimento permitirá compreender como esta iniciativa<sup>2</sup> gover-

---

1 Acolhido pelo CIAC, Centro de Investigação em Artes e Comunicação, Universidade do Algarve, com bolsa da FCT, e integrado na tese de doutoramento em média-arte digital do primeiro autor (sob supervisão científica das restantes autoras).

2 O Plano Nacional de Cinema visa promover a literacia para o cinema e divulgar obras cinematográficas nacionais junto do público escolar, garantindo instrumentos

namental tem utilizado as redes sociais digitais online, sistematizando as boas práticas e definindo um conjunto de recomendações para melhorar o aproveitamento destas ferramentas. No âmbito dos novos paradigmas da ciência aberta, estaremos, assim, a contribuir para o conhecimento científico sobre as áreas da Educação, do Cinema e das Redes Sociais.

## 2. Cinema e educação: algumas aproximações

Desde o início do século XX que o cinema é entendido como manifestação artística. Em 1911, Ricciotto Canudo realizou uma série de palestras, mais tarde publicadas sob o título “Manifeste des Sept Arts” (Canudo 1923, 3), nas quais defendia o cinema como “sétima arte (...) conferindo-lhe um caráter estético” e reconhecendo “o cinema enquanto linguagem, capaz de renovar, transformar e difundir as outras Artes, num projeto de Arte Total” (Brandão 2008, 7). Nas palavras daquele autor:

*Mais cet art de totale synthèse qu'est le Cinéma, ce nouveau-né fabuleux de la Machine et du Sentiment, commence à cesser ses vagissements, entrant dans son enfance. Son adolescence viendra, bientôt, happer son intelligence et multiplier ses rêves. Nous demandons à hâter son épanouissement, à précipiter l'avènement de sa jeunesse. Nous avons besoin du Cinéma pour créer l'art total vers lequel tous les autres, depuis toujours, ont tendu<sup>3</sup> (Canudo 1991).*

No início, a exibição dos filmes era a demonstração de uma novidade; a partir desta altura, o cinema evoluiu, quase naturalmente, para um sentido artístico que extravasava o propósito de entreter e se voltava, também, para si mesmo. As histórias contadas em cada filme passavam a ter construções narrativas com enredos, personagens e outros elementos, incipientes nalgumas das primeiras experiências,

.....  
essenciais de leitura e interpretação dessas obras junto dos alunos das escolas abrangidas pelo programa (cf. despacho n° 15377/2013 de 26 de setembro).

3 Tradução livre dos autores: “Mas esta arte de síntese total que é o Cinema, este recém-nascido fabuloso da Máquina e do Sentimento, começa a cessar os seus gemidos e a entrar na infância. A sua adolescência virá, em breve, captar-lhe a inteligência e multiplicar-lhe os sonhos; exigimos que se lhe acelere o florescimento, que se precipite a chegada da sua juventude. Precisamos do Cinema para criar a arte total, para a qual todas as outras desde sempre tenderam.”

além do sentido estético que uma atenção meta-artística, ou autotélica, necessariamente comporta.

A Primeira Guerra Mundial (1914-1918), cujos campos de batalha se situavam primordialmente na Europa, fez deslocar a produção de filmes do Velho Continente para os Estados Unidos: *Hollywood* transformou-se, então, no centro da indústria cinematográfica, e o cinema tornou-se num produto de puro entretenimento e alienação de massas, numa lógica comercial e de retorno financeiro. Para Toldo & Lopes (2017), esta ideologia industrial parecia não ter “preocupações com a inovação estética” (p. 172), nem com as opções dos autores, antes privilegiava preocupações comerciais dos produtores. A *Nouvelle Vague*, movimento artístico do cinema francês, que se desenrolou principalmente durante a década de 1960, por seu lado, defendeu “a autoria do diretor na obra cinematográfica e [trouxe] ao cinema, temáticas jovens, heróis antiéticos e rompimentos com a linguagem clássica” (Toldo & Lopes, 2017, p. 173). Tais ideias acabariam por influenciar o cinema industrial produzido por *Hollywood*, inspirando novos autores e diretores, entre outros, com “novas temáticas e novas proposições estéticas aos filmes” (idem, p. 190). No entanto, estes autores recordam que a ambivalência do cinema de arte ou de indústria-lazer/entretenimento é uma questão tão antiga quanto o próprio cinema, algo que se reflete na forma como é visto inclusivamente pelos agentes da educação.

A associação entre o cinema e a educação remonta ao início da história cinematográfica (cf. Pinto, Cardoso & Soares, 2019, p. 5). Já então os produtores e diretores de cinema o consideravam como uma poderosa ferramenta para a formação, educação e reflexão humanas. Ao analisarem a relação entre cinema e educação, Linhares & Ávila (2017, p. 99) sublinham que o primeiro foi “sempre considerado como um instrumento de lazer aliado ao mercado capitalista com o intuito de manipulação da sociedade” (p. 99), mas, por outro lado, também foi tido como “agente de apoio à aprendizagem” (idem). Os autores concluem ainda que esta dicotomia contribuiu para algum afastamento entre o cinema e a educação, e para a não valorização do potencial do cinema nas aprendizagens, uma vez que sempre foi mais associado a um produto de lazer e entretenimento, o que lhe retirava alguma credibilidade, nomeadamente para o senso comum.

Se considerarmos a diversidade de saberes integrados num filme, somos levados a concluir que a sua exibição é muito mais do que um estímulo audiovisual ou uma ilustração da realidade. A utilização do cinema na área da educação é, pois, “um meio de ensino-aprendizagem” (Pinto, Cardoso & Soares, 2019, p. 5), que permite lançar luz sobre

aspectos sociais, culturais, históricos, literários e políticos. Em contexto de sala de aula, a sua utilização é vista por Silva (2007) como elemento fundamental para romper barreiras entre o quotidiano da escola e o da vida fora dela, bem como para diminuir separações metodológicas entre o pensar, o sentir e o aprender, ampliando a possibilidade de escuta e de reflexão do aluno. Trevisan & Crepaldi (2009), citados por Alves da Silva (2014), mencionam que “a linguagem audiovisual é bastante atraente e pode produzir experiências diferenciadas e enriquecedoras na sala de aula” (p. 363). Portanto, conclui o autor, “os filmes podem ser utilizados como ‘porta de acesso’ a informações geradoras de conhecimento, que não se esgotam em si mesmas” (p. 369). Ou seja, através da análise fílmica, um amplo processo de percepção e reflexão sobre os saberes e as práticas inerentes à linguagem cinematográfica pode ser ativado, possibilitando a realização de aprendizagens que conduzam à construção de conhecimento. Em suma, concordamos com Linhares & Ávila (2017) quando afirmam que “as aproximações do cinema e da educação são múltiplas e complexas, extrapolando a simples associação do filme ao conteúdo” (p. 89), tal como a seguir exploramos à luz de convergências suscitadas pelo digital.

### **3. Cinema e educação: algumas convergências em torno do digital**

Numa sociedade tecnológica como a atual, altamente mediatizada, os conteúdos audiovisuais têm conquistado particular destaque nas redes sociais, e demonstra-se nelas um crescente interesse em “contar histórias com imagens, sons e movimentos” (Fantin, 2007, p. 1), o que nos remete para uma das principais características do cinema, arte narrativa por excelência. Esta realidade também tem implicações na forma como as aprendizagens são realizadas, tanto em contextos formais e/ou escolarizados, como informais. A educação deverá, assim, “considerar novos rumos, estratégias e metodologias, para que possa responder às necessidades dos indivíduos e instituições” (Pinto, 2017, p. 8).

Reconhece-se que a revolução tecnológica digital fez emergir um novo paradigma social, descrito por Castells (2011) como “sociedade em rede”, com “impactos no estilo de vida e no comportamento dos indivíduos na sociedade, bem como na forma de aprenderem” (Pinto & Cardoso, 2017, p. 79). Tal confere novos significados aos conceitos de tempo e de espaço, transformando a forma de comunicar e de perceber a realidade, num “presente amplo” (cf. Gumbrecht, 2014, p. 87),

alargado pelas experiências de simultaneidade comunicativa. Estas transformações deram poder aos utilizadores, deixando estes de ser meros consumidores de conteúdos, antes passando a ser também produtores. Bruns (2006) definiu esta nova atitude como “*Producers*” (p. 3), um conceito que emerge de fenómenos como a cibercultura<sup>4</sup> e a cultura participatória<sup>5</sup>, com implicações transversais às várias dimensões da vida dos indivíduos. Este cenário traz à relação entre cinema e educação novos sentidos e desafios, dado o “enorme potencial de compartilhamento de conhecimento” (Santos, 2012, p. 83); ratifica-se, assim, a cultura da participação, pois estimula-se a conectividade, a interatividade e a cooperação através da *Internet*, com reflexos nas formas de aprender.

As evoluções tecnológicas, nomeadamente nos meios digitais baseados na *Internet*, transformaram de forma radical a “produção, difusão e consumo de obras audiovisuais, até mesmo a obra cinematográfica” (Barone, 2009, p. 45). Os espaços *web*, com especial destaque para as redes sociais *online*, são agora porventura os meios mais utilizados para a construção e disseminação de conteúdos artísticos e culturais, entre eles os audiovisuais. Assim se democratiza o acesso à participação dos indivíduos, que são tanto utilizadores como colaboradores, e cada vez mais se libertam de constrangimentos físicos, técnicos e geográficos.

Por outro lado, esta (r)evolução tecnológica fez emergir novos meios de comunicação: são também baseados na *Internet* e fazem surgir, com eles, novos modelos para criar histórias, num novo paradigma de distribuição, no qual os conteúdos se dispersam por vários meios, configurando novas formas de relacionamento entre produtor e consumidor. É neste cenário que surge o conceito de narrativas transmediáticas, *transmedia storytelling* (cf. Navarro 2010), para definir a construção de histórias em diferentes meios de comunicação, através dos quais “cada um [...] realiza sua própria contribuição à interpretação da história global” (cf. Jenkins, 2006). Isto é, “*at the most basic level, transmedia stories are stories told across multiple media. At the present time, the most significant stories tend to flow across multiple media*

---

4 Pierre Lévy (1999) definiu cibercultura como um “conjunto de práticas, de atitudes, de modos de pensamento e de valores que se desenvolvem juntamente com o crescimento do ciberespaço” (p. 17).

5 Rheingold (2012) defende a “emergência de uma cultura participativa. As pessoas que acham que são capazes de criar e também de consumir são cidadãos diferentes. E as suas participações tornam a sociedade diferente e melhor” (p. 249).

*platforms*” (Jenkins, Purushotma, Clinton, Weigel & Robison, 2006, p. 46). Porque, conforme constata Jenkins (2006), existem “narrativas tão extensas que não podem ser contidas num único meio” (p. 95). A título ilustrativo, Lacalle (2011) refere as “histórias em quadrinhos (*comics*)” como as narrativas transmediáticas do passado, porque uniam meios de comunicação como o papel, a televisão e o cinema, interligando o texto e o consumidor, aos quais se juntaram, nos tempos mais recentes, os *media* baseados na *Internet*.

De facto, a *Internet* permite aos produtores obter um retorno imediato das ações dos utilizadores, assim como conhecer de maneira pormenorizada as exigências dos consumidores. Permite-lhes, portanto, adaptarem as narrativas aos seus gostos, mas também criar entre os vários agentes que participam no processo um maior envolvimento. Se antes as narrativas tinham em atenção o grande público, de características gerais e anónimas, hoje, com o desenvolvimento da *Internet* enquanto meio de comunicação, passou-se a ter em conta públicos ou grupos de consumidores mais restritos e de características mais específicas, centralizando-se até no indivíduo. Pode, assim, afirmar-se que o cinema começou por ser consumido pelas massas, por exemplo, em grandes salas de cinema, para, nos dias de hoje, observarmos que muitos consumidores o experienciam sozinhos, numa espécie de “redução” do seu corpo à posição de sentado em frente a um ecrã mínimo (cf. Gumbrecht, 2014, p. 87).

Se a primeira fase do desenvolvimento da *Internet* (*web 1.0*) já permitia que os conteúdos chegassem ao consumidor de outra forma, ultrapassando o fator tempo e local, a *web 2.0* trouxe características interativas e tornou possível uma comunicação mais rica, que permite um maior *feedback* sobre o envolvimento do espetador com as histórias. Mais recentemente, com a *web 3.0*, também denominada como *web* semântica ou *data web*, começa a ser possível adequar as narrativas ao perfil do consumidor e conjugar com as potencialidades provenientes da inteligência artificial, o que permite realizar narrativas transmediáticas inovadoras e, cada vez mais, personalizadas.

Lacalle (2011) defende que os produtores de cinema descobriram há muito as possibilidades inovadoras das narrativas transmediáticas, referindo que já nos anos 80 do século passado, começaram a usá-las com o intuito de rentabilizar os grandes investimentos a que os filmes de *Hollywood* obrigavam. Portanto, a construção das narrativas transmediáticas era vista como forma de captar mais público, e, conseqüentemente, uma estratégia para maximizar o lucro. De facto, a indústria fílmica de *Hollywood* “é conservadora e usa práticas

transmediáticas de formas relativamente triviais, mais voltadas para o marketing do que para a narrativa” (Navarro, 2010, p. 14). Mas, atualmente, como Jenkins defende numa entrevista a Navarro (2010), o ambiente mediático permite que os consumidores recebam conteúdos através de plataformas *web*, como é o caso do *YouTube*, e “as narrativas transmediáticas transformam a nossa maneira de pensar sobre o cinema” (id., p. 15).

Segundo o autor, o nosso cenário tecnológico é caracterizado pela reapropriação de conteúdos e produção mediática cooperativa e colaborativa: integra não só produtores, mas também consumidores. Perante esta realidade, ainda Jenkins, refletindo sobre a maneira como a informação viaja por diferentes plataformas mediáticas, propôs o termo “Cultura da Convergência” para definir a forma como os conteúdos são produzidos, disseminados e consumidos. Não se trata apenas de “um processo tecnológico; é antes de tudo um fenómeno cultural que envolve novas relações entre os produtores” e “os consumidores” (Navarro, 2010, p. 14). Estes últimos são vistos como agentes ativos e criativos que ajudam a definir de que modo o conteúdo mediático deve ser usado e, em alguns casos, dão forma ao próprio conteúdo. A convergência mediática tende, assim, a expandir a cultura participativa e a inteligência coletiva, uma vez que permite maior acesso à produção e à circulação de cultura.

A cultura da convergência é, portanto, uma aliada no processo de educação, e, em articulação com o cinema, nomeadamente através das narrativas transmediáticas, poderá contribuir para alterar a forma como aprendemos e nos envolvemos com os conteúdos de aprendizagem, sustentando novos ambientes de aprendizagem (cf. Silva, Lima & Versuti, 2012, p. 408), numa sociedade altamente competitiva, na qual a aquisição de novas competências é fator determinante para o desenvolvimento pessoal e profissional do cidadão.

#### **4. Conclusões**

Ao longo deste texto, abordámos alguns aspetos da relação entre o cinema e a educação, uma afinidade que remonta às origens do cinema, que tem acompanhado a evolução da educação e da tecnologia, e que encontra agora novos desafios. Vivemos numa sociedade tecnológica e audiovisual em que se incorporam novos estilos de vida, nomeadamente digital, numa época na qual a educação não é exclusiva do espaço fechado da sala de aula, mas ocorre em qualquer lugar e a

qualquer hora, conquistando outros meios e assumindo novas dinâmicas pedagógicas.

As possibilidades de partilha e de cooperação disponibilizadas pelas ferramentas associadas à multimídia e à *Internet* incentivam novas práticas de educação, porque “na sociedade em rede, as pessoas aprendem cada vez mais de modo informal nas suas atividades pessoais e profissionais [...] a aprendizagem informal é, cada vez mais, o verdadeiro motor do desenvolvimento do capital humano” (Viana, 2009, p. 21). Finalmente, podemos concluir que o cinema é uma ferramenta com um forte potencial para a educação e que as narrativas transmediáticas e a convergência mediática, em particular, contribuem para o fortalecimento desta relação, atendendo aos fenômenos da cultura participativa e da inteligência coletiva, tão característicos de uma sociedade mediática na qual se vive em rede.

## Referências

- Alves da Silva, J. (2014). Cinema e educação: o uso de filmes na escola / Movies and education: the use of films in school. *Revista Intersaberes*, 361-373. Obtido de [www.uninter.com/intersaberes/index.php/revista/article/viewFile/642/421](http://www.uninter.com/intersaberes/index.php/revista/article/viewFile/642/421)
- Barone, J. G. (2009). Cenários tecnológicos e institucionais do cinema brasileiro na década de 90. Porto Alegre, Brasil: Sulina.
- Brandão, H. S. M. (2008). A fábrica de imagens: o cinema como arte plástica e rítmica. Universidade de Lisboa. Obtido de [http://repositorio.ul.pt/bitstream/10451/341/1/19611\\_ulfp068913\\_tm.pdf](http://repositorio.ul.pt/bitstream/10451/341/1/19611_ulfp068913_tm.pdf)
- Bruns, A. (2006) Towards Produsage: Futures for User-Led Content Production. Australasia: Queensland University of Technology, 2006. Obtido de [http://eprints.qut.edu.au/4863/1/4863\\_1.pdf](http://eprints.qut.edu.au/4863/1/4863_1.pdf). Acesso em 01 out.2016
- Canudo, R. (1923). La Gazette des Sept Arts. N° 2, 25 de janeiro de 1923. Paris. Transcrito em <http://www.filosofia.org/hem/192/9230125.htm>. Republicado em La Gazette des Sept Arts. N° 10, março de 1924. Paris. Obtido de <http://www.cineressources.net/consultationPdf/web/0002/2687.pdf>
- Canudo, R. 1911. "La naissance d'un sixième art. Essai sur le cinématographe" in: ders., Les entretiens idéalistes, X, 6, Nr. LXI, pp. 169-179
- Castells, M. (2011). A Sociedade em Rede. A Era da Informação: Economia, Sociedade e Cultura (4.a ed.). Lisboa: Fundação Calouste Gulbenkian.
- Despacho n° 15377/2013 de 26 de novembro de 2013. Diário da República, 2.ª série, n.º 229. Presidência do Conselho de Ministros e Ministérios das Finanças e da Educação e Ciência. Obtido de <https://dre.pt/application/dir/pdf2sdip/2013/11/229000000/34539345040.pdf>
- Duarte, R. (2002). Cinema & educação: refletindo sobre cinema e educação. *Revista Brasileira de Educação*, (23), 126. DOI: <https://doi.org/10.1590/S1413-24782003000200014>
- Fantin, M. (2007). Média-Educação e Cinema na Escola. Teias, 14-15. Obtido 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)
- Gumbrecht, H. U. (2014). Nosso Amplo Presente: O tempo e a cultura contemporânea. Trad.: Soares, A. S. São Paulo: UNESP, 2015. ISBN 978-85-393-0600-8.
- Jenkins, H., Purushotma, R., Clinton, K., Weigel, M., & Robison, A. (2006). Confronting the challenges of participatory culture: Media education for the 21st century. Chicago. Obtido de [www.digitalllearning.macfound.org](http://www.digitalllearning.macfound.org)
- Jenkins, Henry. Convergence culture: where old and new media collide. New York: New York University Press, 2006.
- Lacalle, C. (2011). As novas narrativas da ficção televisiva e a Internet. *MATRIZES*, 3(2), 79-102. Obtido de <https://doi.org/10.11606/issn.1982-8160.v3i2p79-102>
- Lévy, P. (1999). *Cibercultura*. São Paulo — Brasil: Editora 34.
- Linhares, N., & Ávila, É. (2017, Março 15). Cinema e educação para além do conteúdo. *Revista Tempos e Espaços em Educação*, 10(21), 89. Obtido de <https://doi.org/10.20952/revtee.v10i21.6335>
- Marcos, A. F. (2013). Artefacto computacional: elemento central na prática artística em arte e cultura digital. *Revista Lusófona de Estudos Culturais*, 3(2), 129-147. Obtido de <http://www.rlec.pt/index.php/rlec/article/view/182/145>
- Navarro, V. (2010) Os sentidos da convergência: entrevista com Henry Jenkins. *Revista Contracampo – Brazilian Journal of Communication*, n° 21, Universidade Federal Fluminense. Niterói. DOI: <https://doi.org/10.22409/contracampo.v0i21.77>
- Oliveira, S., & Caetano, R. (2017). Literacia para os média e cidadania global: caixa de ferramentas. Lisboa.
- Pinto J., Cardoso, T. & Soares A. I. (2019) Educação, Cinema e Redes Sociais: um olhar a partir do Plano Nacional de Cinema. *Translocal — Culturas Contemporâneas Locais e Urbanas*, n° 4, ISSN 2184-1519. Universidade da Madeira. Obtido de [http://translocal.cm-funchal.pt/wp-content/uploads/2019/01/EducacaoCinemaERedes-Sociais\\_PNC.pdf](http://translocal.cm-funchal.pt/wp-content/uploads/2019/01/EducacaoCinemaERedes-Sociais_PNC.pdf)
- Pinto, J. (2017). Formação aberta e online, redes sociais e inclusão digital: o projeto Reviver na Rede. Universidade Aberta. Obtido de <http://hdl.handle.net/10400.2/6930>
- Pinto, J., & Cardoso, T. (2017). *Redes Sociais e Educação Aberta: Que relação? Em Redes e Mídias Sociais* (2a edição, pp. 75-92). Curitiba, Brasil: Appris Editora.
- Reia-Baptista, V. (2006). Regulation, awareness, empowerment: young people and harmful media content in the digital age. *NORDICOM*, Göteborg University. Obtido de <https://sapiencia.ualg.pt/handle/10400.1/9125>
- Rheingold, H. (2012). *Net Smart – How to Thrive Online*. The MIT Press.
- Santos, A. I. (2012). Educação Aberta: histórico, práticas e o contexto dos Recursos Educacionais Abertos. Obtido de <http://aberta.org.br/livrorea/artigos/wp-content/uploads/2012/05/REA-santos.pdf>
- Screening Literacy: Film Education in Europe. (2015). Obtido de <http://www.europacreativa-media.it/documenti/allegati/2015/filmliteracy-report.pdf>
- Silva, R. P. (2007). Cinema e Educação. São Paulo — Brasil: editora Cortez.
- Silva, S. Lima, D. Versuti & A. (2012) Cultura da Convergência e Educação a Distância: Mapeando as Contribuições das Narrativas Transmídias. 3º Simposio Educação e Comunicação. Universidade Tiradentes. Aracaju. <http://geces.com.br/simposio/anais/anais-2012/Anais-398-410.pdf>
- Toldo, G. S., & Lopes, F. D. (2017, agosto). Cinema como arte ou entretenimento: uma visão de seus realizadores e a estrutura organizacional de suas produtoras. *REAd. Revista Eletrônica de Administração*, 23(2), 167-190. Obtido de <https://doi.org/10.1590/1413.2311.17.6.60848>
- Viana, J. (2009) O papel dos ambientes on-line no desenvolvimento da aprendizagem informal. Obtido de [http://repositorio.ul.pt/bitstream/10451/2086/1/21849\\_ulfp034652\\_tm.pdf](http://repositorio.ul.pt/bitstream/10451/2086/1/21849_ulfp034652_tm.pdf)