



**PROGRAMA DE PÓS-GRADUAÇÃO EM ENSINO DE CIÊNCIAS HUMANAS,
SOCIAIS E DA NATUREZA**

PROJETO DE ESTUDO DO GÊNERO PROPAGANDA SOCIAL DIGITAL

**Londrina
2022**

TIAGO HENRIQUE SALOMÃO

PROJETO DE ESTUDO DO GÊNERO PROPAGANDA SOCIAL DIGITAL

STUDY PROJECT OF THE DIGITAL SOCIAL ADVERTISEMENT GENRE

Produto Educacional apresentado como requisito para obtenção do grau de Mestre em Ensino do Programa de Mestrado em Ensino de Ciências Humanas, Sociais e da Natureza da Universidade Tecnológica Federal do Paraná.

Área de Concentração: Ensino, Ciências e Novas Tecnologias

Orientador: Profº Dr. Givan José Ferreira dos Santos

**Londrina
2022**



[4.0 Internacional](https://creativecommons.org/licenses/by-nc/4.0/)

Esta licença permite remixe, adaptação e criação a partir do trabalho, para fins não comerciais, desde que sejam atribuídos créditos ao (s) autor (es). Conteúdos elaborados por terceiros, citados e referenciados nesta obra não são cobertos pela licença.



Ministério da Educação
Universidade Tecnológica Federal do Paraná
Campus Londrina



TIAGO HENRIQUE SALOMAO

LETRAMENTO DIGITAL EM ESCOLARES PELA MEDIAÇÃO DO GÊNERO PROPAGANDA SOCIAL

Trabalho de pesquisa de mestrado apresentado como requisito para obtenção do título de Mestre Em Ensino De Ciências Humanas, Sociais E Da Natureza da Universidade Tecnológica Federal do Paraná (UTFPR). Área de concentração: Ensino, Ciências E Novas Tecnologias.

Data de aprovação: 30 de Março de 2022

Prof Givan Jose Ferreira Dos Santos, Doutorado - Universidade Tecnológica Federal do Paraná

Prof.a Alessandra Dutra Silva, Doutorado - Universidade Tecnológica Federal do Paraná

Prof.a Isabel Cristina Cordeiro, Doutorado - Universidade Estadual de Londrina (Uel)

Documento gerado pelo Sistema Acadêmico da UTFPR a partir dos dados da Ata de Defesa em 01/04/2022.

SUMÁRIO

APRESENTAÇÃO	05
1º ENCONTRO	06
2º ENCONTRO	11
3º ENCONTRO	14
4º ENCONTRO	18
5º ENCONTRO	23
REFERÊNCIAS	26

Apresentação

Na contemporaneidade, têm ocorrido grandes mudanças na educação, os avanços digitais, por exemplo, possibilitam múltiplos letramentos. Neste projeto, procuramos desenvolver o letramento digital de estudantes, pela mediação do gênero propaganda social, explorado na perspectiva da proposta PEGUE/Projeto de Ensino de Gêneros no Universo Educacional, de Santos (2001), e ainda tendo como suporte a plataforma tecnológica Canva. Acreditamos que as atividades de compreensão e produção do gênero propaganda social possibilitará aos alunos formação crítica e oportunidade de participar efetivamente de um processo de discussão sobre temas sociais atuais e significativos para o exercício da cidadania.

A proposta PEGUE mostra-se produtiva, pois concebe a produção textual escolar numa abordagem sociointeracional, cognitiva e processual. Nela, o aluno aprende e elabora etapa por etapa, desde o estágio da compreensão do gênero ao estágio da circulação da produção textual, refletindo sobre suas ações em cada fase e tendo a oportunidade de aprimoramento, sempre com acompanhamento, incentivo e orientação do professor. São explorados os principais traços enunciativos do gênero propaganda social: contexto de produção e recepção, tema, função, organização e linguagem. A ferramenta Canva colabora no objetivo de letrar digitalmente os estudantes, uma vez que propicia recursos e funcionalidades de planejamento gráfico e edição das propagandas sociais a serem criadas cooperativamente por eles.

Dessa forma, o presente projeto de estudo é apresentado como produto educacional vinculado ao Programa de Mestrado Profissional em Ensino de Ciências Humanas, Sociais e da Natureza da Universidade Tecnológica Federal do Paraná – *Campi* Londrina e Cornélio Procópio - Paraná. Este projeto pedagógico envolve os alunos do Ensino Fundamental II relacionado a disciplina Língua Portuguesa.

Esperamos que este suporte didático lhe seja bastante proveitoso!

Londrina, 2022.

Mestrando Tiago Henrique Salomão

Profº Dr. Givan José Ferreira dos Santos.

1º ENCONTRO

Nós já estudamos em aulas anteriores que usamos textos/gêneros textuais (por exemplo, conversa espontânea, pedido de informação, carta pessoal, requerimento, resumo, *e-mail*, mensagem escrita de WhatsApp, poema, receita culinária, comentário *online*) para nos relacionar com outras pessoas nos diferentes ambientes sociais/domínios discursivos (por exemplo, cotidiano familiar, escola, empresa, religião, mídia digital, publicidade, jornalismo) em que nos encontramos. Vamos ver o que você sabe sobre alguns gêneros da mídia digital.

- 1) A seguir, você encontrará alguns gêneros digitais. Escreva o nome e o objetivo de produção de cada gênero.

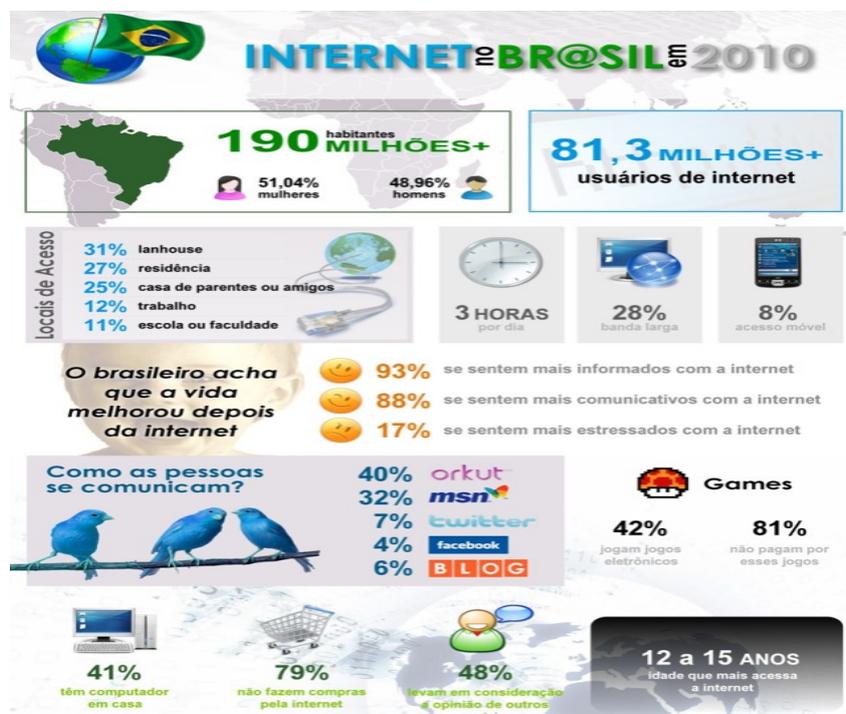
Texto I

Fonte: KD Imagens (2016).

a) nome: _____

b) objetivo: _____

Texto II



Fonte: Cardoso (2010).

a) nome _____

b) objetivo _____

Texto III



Fonte: Ozório (2017)

a) nome: _____

b) objetivo: _____

Texto IV

9 Comentários

Escreva seu comentário*

O autor da mensagem, e não o UOL, é o responsável pelo comentário. [Leia os termos de uso](#)

Joaquim1983

🕒 ontem

Já li várias resenhas do Arsenio Meira no Skoob, e realmente era um cara diferenciado, que transparecia o amor pela Literatura em cada palavra que escrevia. Um dia serei um leitor tão excepcional como ele foi...

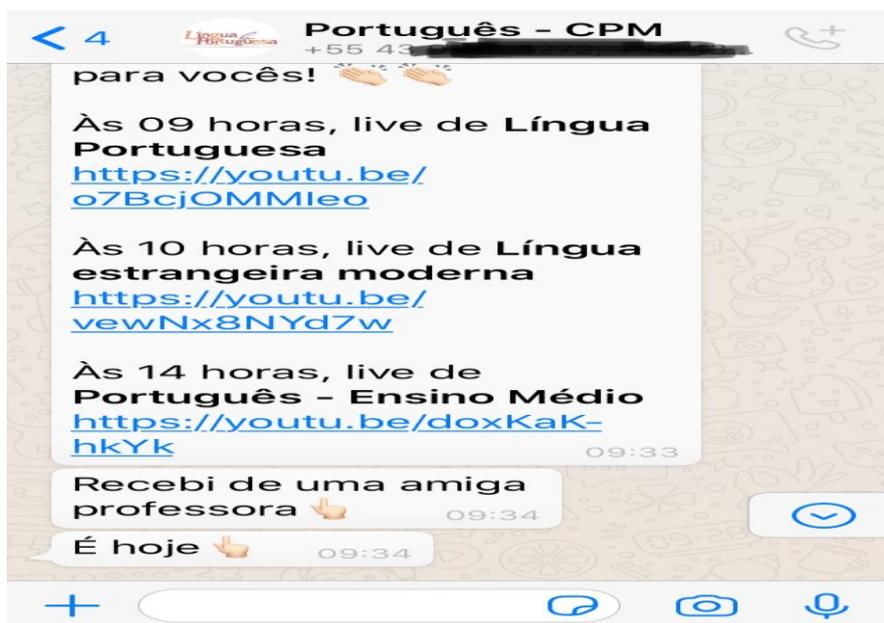
👍 0 | 🗨️ Responder | 🚩

Fonte: Casarin (2020)

a) nome: _____

b) objetivo: _____

Texto V

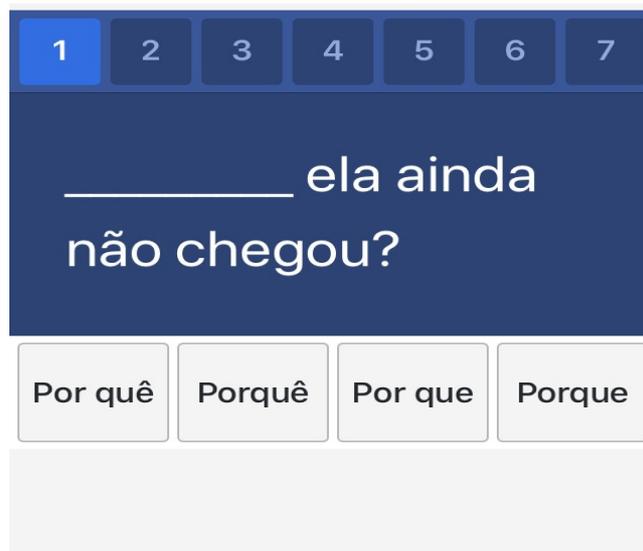


Fonte: Print screen do diálogo no grupo do WhatsApp Língua Portuguesa.

a) nome: _____

b) objetivo: _____

Texto VI



Fonte: Quizur (2020) ¹

a) nome: _____

b) objetivo: _____

2) Agora vamos discutir um pouco mais sobre um dos gêneros digitais que você identificou na atividade 1: a propaganda social, também chamada de anúncio de campanha comunitária.

a) Você já havia lido ou produzido esse gênero? Em caso afirmativo, explique em qual situação.

b) Reflita e comente como esse gênero influencia a vida das pessoas.

¹ Retirado em 5 de junho de 2020 do site: pt.quizur.com.

2º ENCONTRO

Você passará a estudar com mais profundidade o gênero propaganda social. Leia com atenção a propaganda social abaixo.



Fonte: Cartão ... (2016).

1) Agora, responda às questões:

a) Compartilhe oralmente com a turma algo que chamou sua atenção na propaganda.

b) Qual o assunto principal em discussão?

c) Quem assume a autoria do texto?

d) Quem é o destinatário?

e) Qual é o objetivo do autor do texto em relação ao destinatário?

f) Em qual suporte (material físico: jornal, revista, internet e outros) a propaganda foi divulgada?

2) Em um texto/gênero textual o assunto principal pode ser abordado de diferentes modos de valoração, por exemplo, jurídico, econômico, sociológico, político, filosófico, poético, ambiental, tecnológico, religioso, entre outros. Quais dessas abordagens foram priorizadas na propaganda? Justifique a sua resposta.

3) O gênero propaganda social é bastante flexível quanto à sua organização estética e aos elementos estruturais que o compõem. No entanto, muitas propagandas costumam apresentar as partes descritas a seguir. Explique se a propaganda lida apresenta essas partes ou outra forma de organização.

a) Imagens: fotos, desenhos;

b) Texto escrito explicativo

c) *Slogan*: frase de impacto, de pequena extensão, fácil de memorizar

d) Logotipo: representação gráfica e visual do anunciante

4) Vamos analisar os recursos de linguagem usados na propaganda:

a) Há algum recurso verbal ou visual que proporciona grande força de convencer o destinatário sobre a mensagem da propaganda. Explique.

b) O recurso chamado intertextualidade ocorre quando um texto se relaciona com outros textos do mesmo domínio discursivo ou de outro domínio, retomando ideias, expressões, formas desses textos com os quais dialogam. Identifique o uso de intertextualidade na propaganda.

3º ENCONTRO

As propagandas sociais costumam ser criativas no uso de recursos de organização estética e de linguagem (verbal e visual) para alcançar seus objetivos de enredar os leitores. Para ampliar um pouco mais o conhecimento desses recursos, vamos analisar mais duas propagandas sociais.

- Forme uma dupla com um (a) colega de sala, analisem as propagandas e procurem construir respostas para as questões apresentadas.

Texto I

VAMOS COMBATER O TRABALHO INFANTIL
TRABALHO É PARA ADULTO.
CRIANÇA TEM QUE BRINCAR E ESTUDAR.

**BRINCAR, ESTUDAR, VIVER...
TRABALHAR, SÓ QUANDO CRESCER.**

**Campanha Nacional pela
Erradicação do Trabalho Infantil**
**12 de Junho Dia Mundial de
Combate ao Trabalho Infantil**

Procure o Conselho Tutelar:
(63) 3904-1450 - 9285-5933
CREAS 3602-2634

DENUNCIE
BUSQUE DIRETOS
100

REALIZAÇÃO

PARAÍSO
CRESCENDO DE BOMAS IDADES
Governo Municipal em Investimento Social

BRASIL
2023-2026

S.C.F.V.
Secretaria de Trabalho e Emprego
e Participação dos Trabalhadores

Fonte: Paraíso de Tocantins (2020).

a) Qual é o objetivo principal dessa propaganda?

Texto II



Fonte: WordPress² (2020)

a) Qual é o objetivo principal dessa propaganda?

b) Quanto à disposição estética/espacial dos elementos ou partes que compõem essa propaganda, vocês consideram que o resultado final ficou expressivo para conquistar o público-alvo? Comentem.

² Retirado em 8 de junho de 2020 do site:
<https://comuniquec.files.wordpress.com/2009/07/doesangue.jpg>.

4º ENCONTRO

Para auxiliar no processo de criação da propaganda social digital, podemos usar recursos tecnológicos, como ferramenta didática, a fim de qualificar a produção textual e promover o ambiente favorável à participação individual e colaborativa. Entre outras possibilidades de ferramentas tecnológicas digitais para edição de texto e imagens, está disponível na internet a plataforma *Canva*. Escolhemos essa plataforma como suporte para elaboração expressiva do gênero propaganda social que será solicitada mais à frente. Na sequência, apresentaremos orientações (com ilustrações de *prints* de telas da plataforma) para a utilização dessa ferramenta com a mediação do professor.



Figura: Logotipo CANVA

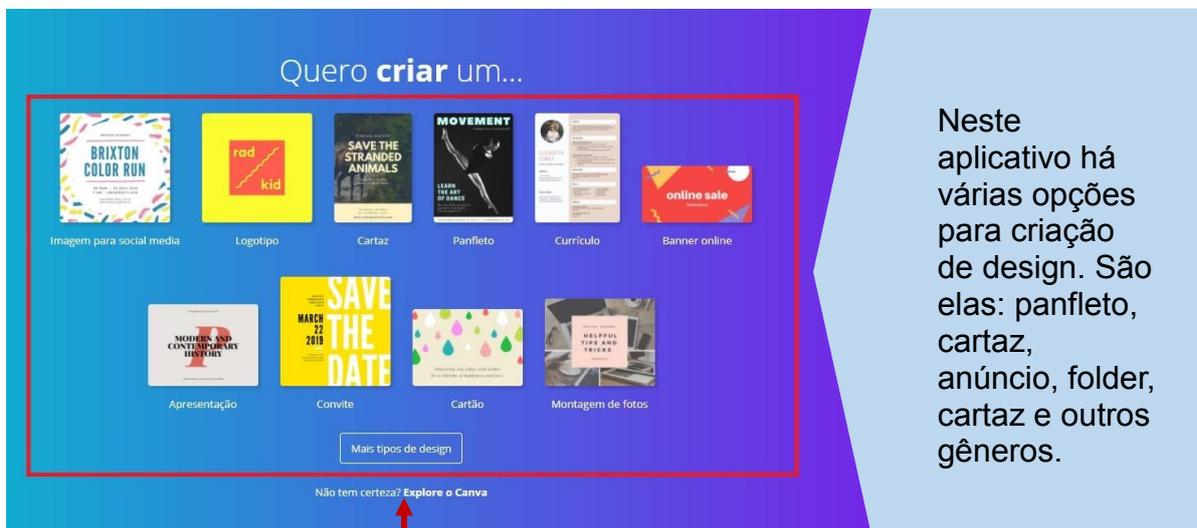
Canva é uma plataforma de design gráfico que permite aos usuários criar gráficos de mídia social, apresentações, pôsteres e outros conteúdos visuais. Está disponível *online* e em dispositivos móveis e integra milhões de imagens, fontes, modelos e ilustrações. Para ter acesso ao recurso, acesse o seguinte endereço: https://www.canva.com/pt_br.

Acesse o endereço do Canva fornecido previamente e escolha uma opção de registro.

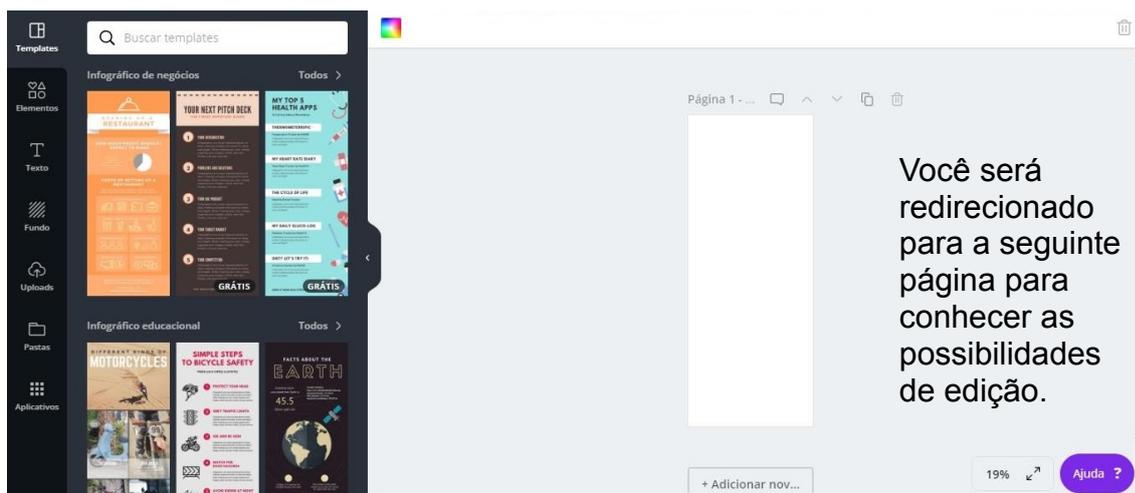


- Ao concluir o registro, informe sua ocupação para que a ferramenta indique opções de *templates* para o seu perfil.

O próximo passo é escolher o que se deseja criar. Para isso, selecione a opção que mais se adequa ao seu objetivo.



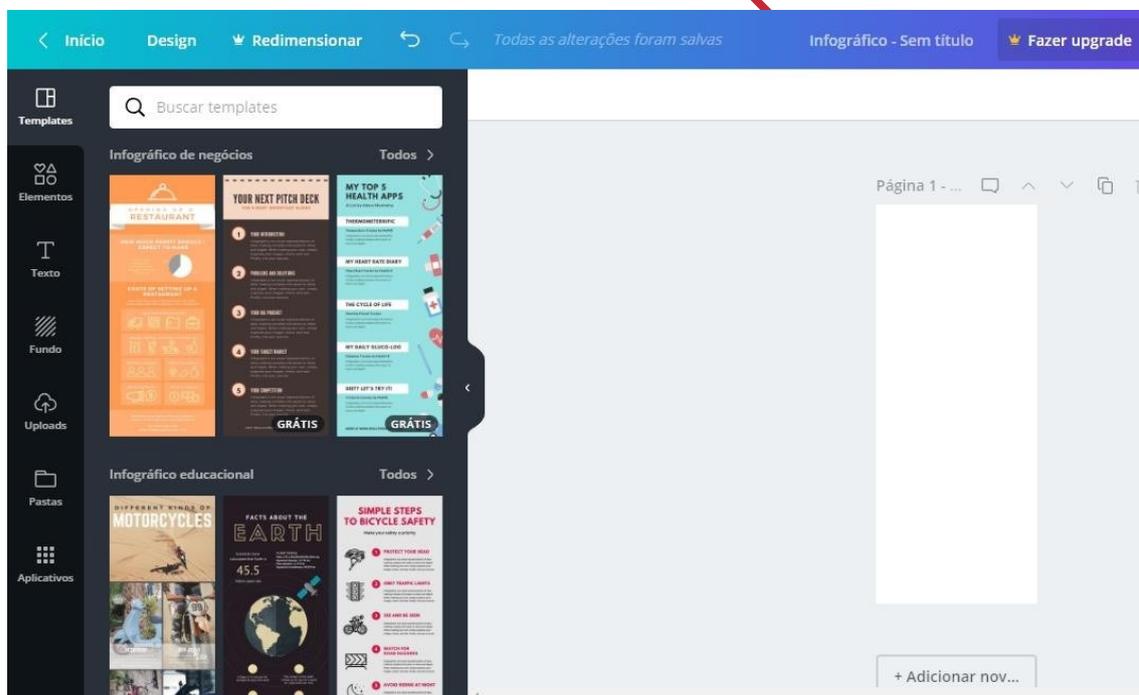
Nesse tutorial, focaremos na criação de um anúncio personalizado. Para tanto, clique em **Mais tipos de design**.



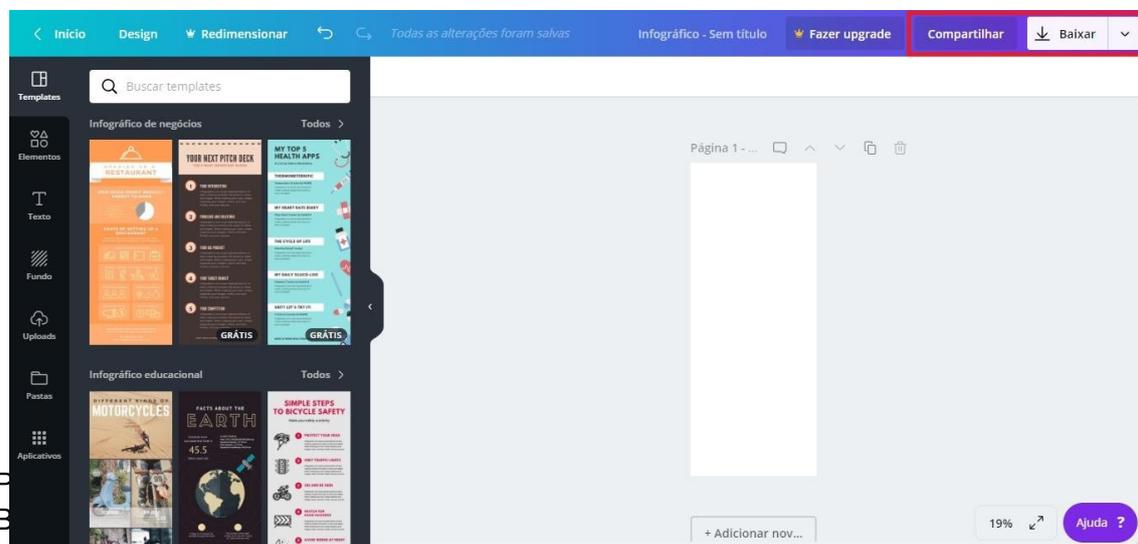
Nessa tela, você poderá escolher entre editar um modelo sem formatação (*template* em branco) ou editar um modelo disponibilizado pela plataforma em *Templates*.

 Templates	→ Na opção Templates você poderá escolher entre uma variedade de modelos de designs pré-definidos para editar
 Elementos	→ Em Elementos você poderá inserir imagens, grades, quadros, formas, linhas, ícones e gráficos.
 Texto	→ Na opção Texto , você poderá inserir caixas de texto para títulos, subtítulos e pequenos textos.
 Fundo	→ Em Fundo você poderá colorir o plano de fundo do seu anúncio ou escolher um fundo personalizado disponibilizado pela ferramenta.
 Uploads	→ Na opção Uploads , você poderá importar imagens do seu próprio computador, da <i>web</i> .
 Pastas	→ Em Pastas , você poderá organizar suas imagens e designs em pastas.

Para dar um título ao seu anúncio, clique em **anúncio- Sem título**, no canto superior da tela, e digite o título desejado.



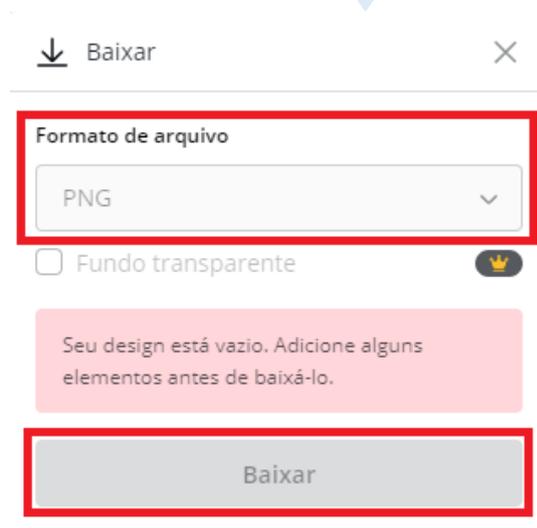
Após inserir todas as informações (imagens, ícones, textos, gráficos e outras) no seu anúncio, você poderá baixar a imagem ou compartilhá-la.



Baixar



Escolha o formato do arquivo



Baixar (novamente)

Para compartilhar virtualmente seu anúncio, clique em Compartilhar e escolha a opção que melhor se adequa ao seu objetivo.

+👤 Compartilhe seu design ×

Compartilhe seu design para visualização ou edição por outras pessoas

Convidar pessoas para editar ▼

Enviar convites

Enviar um link para **edição** ▼ [Copiar link](#)

5º ENCONTRO**PRODUÇÃO TEXTUAL: PROPAGANDA SOCIAL**

Durante alguns encontros, você e seus colegas vêm participando de um processo de apropriação das principais características do gênero propaganda social. Agora é o momento de sua turma demonstrar o que aprendeu e elaborar alguns expressivos exemplares desse gênero. A produção textual será de forma colaborativa, você irá fazer uma parceria com mais dois ou três colegas de sala.

Depois de formar o grupo de autores, escolham um tema/problema social relevante para criação da propaganda. Ele pode ser relacionado à sua cidade ou ao estado em que vocês moram, ao Brasil ou ao planeta. Exemplos: falta de política pública ou consciência social para descarte correto do lixo eletrônico, poluição dos rios, racismo, uso inadequado do celular, problemas enfrentados pelos imigrantes.

O objetivo de produção da propaganda social é conscientizar o público leitor sobre o tema discutido e levá-lo a tomar uma atividade favorável à ideia defendida no texto. Escolham os destinatários da propaganda de acordo com esse objetivo e o tema abordado.

Planejamento

Para que o texto fique eficiente e agradável, façam primeiramente um bom planejamento. A seguir, apresentamos algumas orientações:

- Conversem e escolha um tema/problema social significativo para abordar no texto que possa interessar ao público leitor previsto;
- Pesquisem amplamente sobre o tema e selecionem informações importantes, também busquem na plataforma Canva ou em outras ferramentas digitais recursos visuais (fotos, imagens, cores, fontes, entre outros) que possam ser associados às informações escritas e contribuir para a eficiência textual.

- Procurem explorar recursos da linguagem publicitária, por exemplo: figuras de linguagem, intertextualidade, polissemia, citações, rimas, entre outros.

Execução/ Elaboração

A partir da pesquisa, elaborem a primeira versão da propaganda, relacionando as informações escritas com os recursos visuais. Organizem de forma harmônica e criativa todos os elementos na construção do texto. Num primeiro momento, o grupo irá iniciar a produção textual com acompanhamento mais direto do professor e, depois, prosseguirá de modo mais autônomo, quando os principais itens da propaganda a ser criada estiverem definidos.

Revisão

Ao terminarem a primeira versão, analisem a qualidade do texto com base nas questões colocadas abaixo e, se necessário, se dediquem um pouco mais e aprimorem o que for preciso:

- O tema social que escolhemos é atraente para o público leitor?
- O texto que criamos está adequado para atingir o nosso objetivo de produção da propaganda?
- Organizamos de maneira adequada e atraente os elementos de composição: título, texto escrito, imagem, *slogan*, logotipo?
- Exploramos recursos verbais e não verbais da linguagem publicitária como estratégia de convencimento do leitor?
- O nível de linguagem (formal ou informal) está adequado aos leitores?

Remessa

De acordo com o público leitor escolhido como destinatário da propaganda, combinem com o professor como será enviado o texto a esse destinatário, se os próprios autores entregarão ou se será de outra forma.

Avaliação

Verifiquem com o professor quais critérios ele utilizará para avaliar o texto produzido. Sugerimos uma proposta:

- Adequação ao gênero propaganda social e ao tema;
- Persuasão (exploração de recurso verbais e não verbais convincentes);
- Coerência (harmonia de sentido entre os componentes do texto; sem contradições);
- Coesão (ligação entre palavras, frases e imagens...);
- Desempenho da linguagem (clareza, correção gramatical, vocabulário);

Circulação

Combinem com o professor uma forma de socializar na escola e em outros ambientes exteriores à escola as propagandas criadas pela turma, a fim de que muitas pessoas possam ter acesso às criações. Seria interessante se a turma pudesse criar um blog para divulgar as propagandas.

REFERÊNCIAS

CARDOSO, Bruno. A internet no Brasil em 2010. *In*: CARDOSO, Bruno. **Blog o jornalista.com**. [S. l.], 7 dez. 2010. Internet. Disponível em: www.ojornalista.com/2010/12/a-internet-no-brasil-em-2010. Acesso em: 25 maio 2020.

CARTÃO vermelho para o racismo. 2016. Disponível em: https://fcf.com.br//wp-content/uploads/2016/01/notc_451.png. Acesso em: 6 jun. 2020.

CASARIN, Rodrigo. Leitor raro, há cinco anos que sua morte desafia o tempo numa rede social. **Uol**, São Paulo, 29 maio 2020. Página cinco. Disponível em: <https://entretenimento.uol.com.br/colunas/pagina-cinco/2020/05/29/leitor-raro-ha-cinco-anos-que-sua-morte-desafia-o-tempo-numa-rede-social.htm>. Acesso em: 31 maio 2020.

KD IMAGENS. Nós o chamamos 'Meio-Ambiente' porque já destruímos metade? 2016. Disponível em: <https://kdimagens.com/imagem/nos-o-chamamos-meio-ambiente-porque-ja-destruimos-metade-1572>. Acesso em: 31 maio 2020.

OZÓRIO, Luiz Eduardo. Campanha no mês de conscientização para acidentes de trânsito se inspira em clássica imagem dos Beatles. **AcontecendoAqui**, [S. l.], 30 maio 2017. Disponível em: <https://acontecendoaqui.com.br/marketing/campanha-no-mes-de-conscientizacao-para-acidentes-de-transito-se-inspira-em-classica>. Acesso em: 31 maio 2020.

PARAISO DE TOCANTINS. Prefeitura Municipal. **Galeria de fotos**. Panfleto. Disponível em: <https://www.paraiso.to.gov.br/UserFiles/Image/panfleto%20creas.jpg>. Acesso em: 8 jun. 2020.