

**CENTRO UNIVERSITÁRIO INTERNACIONAL UNINTER
PRÓ-REITORIA DE PÓS-GRADUAÇÃO E PESQUISA
PROGRAMA DE PÓS-GRADUAÇÃO EM EDUCAÇÃO E NOVAS
TECNOLOGIAS**

ANDRÉIA JUNG GUIDIO

**LETRAMENTO DIGITAL DE ESTUDANTES DO CURSO DE
PUBLICIDADE E PROPAGANDA A DISTÂNCIA**

**CURITIBA
2025**

**CENTRO UNIVERSITÁRIO INTERNACIONAL UNINTER
PRÓ-REITORIA DE PÓS-GRADUAÇÃO E PESQUISA
PROGRAMA DE PÓS-GRADUAÇÃO EM EDUCAÇÃO E NOVAS TECNOLOGIAS**

ANDRÉIA JUNG GUIDIO

**LETRAMENTO DIGITAL DE ESTUDANTES DO CURSO DE PUBLICIDADE E
PROPAGANDA A DISTÂNCIA**

**CURITIBA
2025**

ANDRÉIA JUNG GUIDIO

**LETRAMENTO DIGITAL DE ESTUDANTES DO CURSO DE PUBLICIDADE E
PROPAGANDA A DISTÂNCIA**

Dissertação apresentada ao Programa de Pós-Graduação Stricto Sensu – Mestrado Profissional em Educação e Novas Tecnologias, como parte dos requisitos necessários para obtenção do grau de Mestre em Educação e Novas Tecnologias.

Área de Concentração: Educação

Orientador: Prof. Dr. Jeferson Ferro

**CURITIBA
2025**

G947l Guidio, Andréia Jung
 Letramento digital de estudantes do curso de
 publicidade e propaganda a distância / Andréia Jung
 Guidio. – Curitiba, 2025.
 110 f. : il. (algumas color.)

 Orientador: Prof. Dr. Jeferson Ferro
 Dissertação (Mestrado Profissional em Educação e Novas
 Tecnologias) – Centro Universitário Internacional Uninter.

 1. Letramento digital. 2. Ensino a distância – Professores -
 Formação. 3. Publicidade. 4. Propaganda. 5. Tecnologia
 educacional. 6. Inovações educacionais. I. Título.

CDD 371.334

Catálogo na fonte: Vanda Fattori Dias - CRB-9/547

CENTRO UNIVERSITÁRIO INTERNACIONAL UNINTER
PRO -REITORIA DE PÓS-GRADUAÇÃO, PESQUISA E EXTENSÃO-PGPE
PROGRAMA DE MESTRADO E DOUTORADO PROFISSIONAL EM EDUCAÇÃO E NOVAS TECNOLOGIAS
Secretaria do Mestrado e Doutorado Profissional em Educação e Novas Tecnologias

Defesa Nº 09/2025

**ATA DE DEFESA DE DISSERTAÇÃO PARA CONCESSÃO DO GRAU DE MESTRE EM
EDUCAÇÃO E NOVAS TECNOLOGIAS**


No dia 01 de setembro de 2025, às 10h reuniu-se via web conferência a Banca Examinadora designada pelo Programa de Mestrado e Doutorado Profissional em Educação e Novas Tecnologias, composta pelos professores doutores: Jeferson Ferro (Presidente-Orientador-PPGENT/UNINTER); Rodrigo Follis Santos (Integrante Externo Titular/ UNASP), Glaucia da Silva Brito (Integrante Interno Titular - PPGENT/UNINTER), Alceli Ribeiro Alves (Integrante Interno Suplente - PPGENT/UNINTER), para julgamento da dissertação: “LETRAMENTO DIGITAL DE ESTUDANTES DO ENSINO SUPERIOR DA EaD DO CURSO DE PUBLICIDADE E PROPAGANDA”, da mestranda Andreia Jung Guidio Ribeiro De Oliveira. O presidente abriu a sessão apresentando os professores membros da banca, passando a palavra em seguida à mestranda, lembrando-lhe de que teria até vinte minutos para expor oralmente o seu trabalho. Concluída a exposição, a candidata foi arguida oralmente pelos membros da banca.

Concluída a arguição, a Banca Examinadora reuniu-se e comunicou o Parecer Final de que a mestranda foi:


- (X) APROVADA, devendo a candidata entregar a versão final no prazo máximo de 60 dias.
- () APROVADA somente após satisfazer as exigências e, ou, recomendações propostas pela banca, no prazo fixado de 60 dias.
- () REPROVADA.

O Presidente da Banca Examinadora declarou que a candidata foi aprovada e cumpriu todos os requisitos para obtenção do título de Mestre em Educação e Novas Tecnologias, devendo encaminhar à Coordenação, em até 60 dias, a contar desta data, a versão final da dissertação devidamente aprovada pelo professor orientador, no formato impresso e PDF, conforme procedimentos que serão encaminhados pela secretaria do Programa. Encerrada a sessão, lavrou-se a presente ata que vai assinada pela Banca Examinadora.


Recomendações: Correções e revisões conforme sugestão da banca.

Documento assinado digitalmente
 **JEFERSON FERRO**
Data: 01/09/2025 12:18:37-0300
Verifique em <https://validar.iti.gov.br>

Dr. Jeferson Ferro
Presidente da Banca


Documento assinado digitalmente
 **RODRIGO FOLLIS SANTOS**
Data: 25/09/2025 23:12:29-0300
Verifique em <https://validar.iti.gov.br>

Dr. Rodrigo Follis Santos
Integrante Externo

Documento assinado digitalmente
 **GLAUCIA DA SILVA BRITO**
Data: 17/09/2025 15:17:03-0300
Verifique em <https://validar.iti.gov.br>

Dra. Glaucia da Silva Brito
Integrante Interno Titular

Dr. Alceli Ribeiro Alves
Integrante Interno Suplente

Documento assinado digitalmente
 **ANDREIA JUNG GUIDIO RIBEIRO DE OLIVEIRA**
Data: 26/09/2025 14:02:49-0300
Verifique em <https://validar.iti.gov.br>

Andreia Jung Guidio Ribeiro De Oliveira
Mestranda

AGRADECIMENTOS

Primeiramente, agradeço a Deus pela vida e pela força que me concedeu diariamente, para reconhecer minhas fraquezas e superar os desafios inerentes às diversas etapas da existência, as quais ocorreram simultaneamente ao período do mestrado. Agradeço ao meu pai (em memória), e à minha mãe, que garantiram que os primeiros passos da caminhada me conduzissem até aqui. Preciso agradecer ao meu orientador que acreditou e colaborou para o desenvolvimento desta pesquisa: Professor Dr. Jeferson Ferro, um profissional admirável, alguém que, com sua positividade, tranquilizava minha mente e coração, para dar continuidade a pesquisa, mesmo tendo passado por algumas contrariedades durante o percurso.

Não posso deixar de agradecer aos professores do programa, que fizeram parte desta importante etapa da minha vida acadêmica, profissional e pessoal. Não há como destacar nenhum professor ou professora em especial, pois todos me inspiraram de alguma forma. Quando terminava uma semana de aulas, ficava ansiosa pela próxima, na expectativa das próximas exposições e discussões, sempre pertinentes e enriquecedoras.

Devo ressaltar aqui, professores que fizeram parte da minha jornada profissional, e que me influenciaram em diversos momentos e de diversas formas, a minha caminhada acadêmica – Prof.^a Dra. Desire Luciane Dominschek Lima, Prof. Dr. Elton Ivan Schneider, Prof. Dr. Ivo José Both, Prof.^a Dra. Joana Paulin Romanowski, Prof.^a Me. Salomé Viegas Machado (em memória).

Agradeço ao meu esposo que, muitas vezes sem saber como ajudar, se esforçou para fazer o que fôsse possível, sob suas circunstâncias, para tornar mais amena a trajetória. E, também a minha filha, sempre dizendo — “mãe, você é inteligente, você vai conseguir, vai ficar tudo bem.” Cabe ainda salientar o excelente trabalho desempenhado pela equipe da coordenação do mestrado. Feliz, por ter concluído essa etapa, e grata pelas palavras de incentivo recebidas de todos que acreditaram e me apoiaram para chegar a um resultado positivo.

"Tudo o que vier às suas mãos para fazer,
faça-o com toda a sua força, porque na
sepultura, para onde você vai, não há
atividade, nem planejamento, nem
conhecimento, nem sabedoria"

Eclesiastes 9:10

RESUMO

O presente estudo aborda o desenvolvimento do letramento digital de estudantes do curso de Publicidade e Propaganda na modalidade Educação a Distância (EaD), a partir da perspectiva da tutoria do curso. Constitui-se, portanto, como uma pesquisa que contribui para a formação de professores e tutores que atuam na EaD. Parte-se de observações realizadas durante o trabalho de tutoria do referido curso, em que foram identificadas dificuldades dos estudantes na interpretação de propostas avaliativas, na organização de rotinas de estudo e no uso autônomo de ferramentas digitais do ambiente virtual, o que evidencia lacunas em suas competências digitais. O objetivo geral é desenvolver uma estratégia pedagógica para fortalecer o letramento digital desses estudantes, sendo os objetivos específicos: compreender o perfil dos estudantes a partir de dados da Comissão Própria de Avaliação (CPA), analisar as competências digitais necessárias para o estudo em EaD, e desenvolver e validar um produto educacional voltado ao letramento digital. A pesquisa caracteriza-se como qualitativa-exploratória, associada à pesquisa-aplicação, e utilizou como procedimentos metodológicos a revisão bibliográfica sobre letramento digital, competências digitais e EaD; análise documental de dados da CPA para traçar o perfil dos estudantes; observação sistemática dos padrões de comportamento dos alunos no ambiente virtual, especialmente em atividades avaliativas; estudo de bibliografia especializada sobre letramento digital e EaD, priorizando documentos oficiais e literatura científica reconhecida na área de educação digital. A análise dos dados foi realizada por meio de interpretação qualitativa, articulando informações documentais, teóricas e observacionais, e a avaliação do produto educacional desenvolvido utilizou a técnica “painel de especialistas”, buscando receber sugestões e críticas para o aprimoramento do material. Os resultados evidenciaram que, embora os estudantes estejam imersos em ambientes digitais, muitos apresentam dificuldades em áreas como organização, autonomia, comunicação e uso crítico das tecnologias. O produto educacional desenvolvido foi positivamente avaliado pelos especialistas, sendo considerado relevante e aplicável. Destacaram-se como pontos fortes a linguagem acessível, a contextualização com o cotidiano do estudante de Publicidade e a variedade de estratégias de aprendizagem propostas. Concluiu-se que o letramento digital é uma competência multidimensional e essencial para o sucesso acadêmico e profissional dos estudantes da EaD, e que a implementação de estratégias pedagógicas específicas, como o manual desenvolvido, pode contribuir significativamente para a superação das dificuldades iniciais, redução da evasão e promoção de uma aprendizagem mais crítica, autônoma e conectada às demandas da sociedade digital. Desta forma, entende-se que a compreensão sobre estratégias para o desenvolvimento de competências digitais dos estudantes é um aspecto fundamental nos processos de formação de professores e demais profissionais da educação que atuam na EaD.

Palavras-chave: Letramento digital; Educação a Distância; Publicidade e Propaganda; Formação de professores para a EaD.

ABSTRACT

This study addresses the digital literacy of students of Publicity and Advertising course in Distance Education, from the perspective of the course tutoring. Therefore, it is constituted as a research that contributes to teacher and tutors that work in DE.

It starts from observations made during the tutoring work in the mentioned course, where were identified student's difficulties on interpretation of evaluative proposals, studies routine organization and autonomy using the digital tools of virtual environment, which highlights gaps in their digital skills.

The proposal is to develop a pedagogical strategy to strengthen the digital literacy of those students, being specific subjects: understanding the student's profile from data of Own Evaluation Committee, analyze the digital skills necessary to the DE study, and develop and validate an educational product turned to digital literacy.

The research is characterized as qualitative-exploratory, associated to research-application, and used as methodological proceeding the bibliographic review about digital literacy, digital skills and Distance Education; documentary analysis of Own Evaluation Committee data to trace the profile of the students; systematic observation of behavior patterns of the students on digital environment, specially in evaluative activities; specialized bibliography study about digital literacy and DE, prioritizing official documents and scientific literature recognized in digital education area.

The data analysis was made by qualitative interpretation, articulating documentary information, theoretical and observational, and the evaluation of the educational product developed used the "expert panel" method, seeking to receive suggestions and criticisms to the material improvement.

The results highlighted that, even though the students are immersed in digital environments, many have difficulties in areas such as organization, autonomy, communication and the critical use of technology. The educational product developed were positively evaluated by the specialists, being considered relevant and applicable. Stood out as strengths the accessible language, the contextualization with Publicity student daily life and the variety of learning strategies proposed.

It was concluded that digital literacy is a skill multidimensional and essential to the academic and professional success of students in DE, and that the implementation of specific pedagogical strategies, as the developed manual, can contribute significantly to the overcoming of the initial difficulties, reduction of evasion and promotion of more critical, autonomous learning connected to the demands of digital society.

Therefore, it is understood that the comprehension about strategies to the development of student's digital skills it's an essential aspect in the training process of teachers and other education professionals who work with DE.

Keywords: Digital literacy; Distance education; Advertising and Propaganda; Teacher training for distance learning.

LISTA DE QUADROS

| | |
|--|----|
| Quadro 1 - Resumo da trajetória do ensino da publicidade entre 1900 e 1960. | 26 |
| Quadro 2 - Competências digitais a serem desenvolvidas por meio do PBL | 29 |
| Quadro 3 - Definições de competência digital a respeito da população geral..... | 41 |
| Quadro 4 - Demonstrativo da experiência dos componentes do painel de especialistas..... | 51 |
| Quadro 5 - Etapas para convocação do painel..... | 52 |

LISTA DE FIGURAS

| | |
|---|-----------|
| Figura 1 - Ciclo sistemático de elaboração da pesquisa | 48 |
|---|-----------|

SUMÁRIO

| | |
|--|-----------|
| APRESENTAÇÃO | 14 |
| INTRODUÇÃO | 16 |
| 1. EDUCAÇÃO A DISTÂNCIA..... | 20 |
| 1.1 CURSO DE PUBLICIDADE E PROPAGANDA..... | 26 |
| 2. LETRAMENTO DIGITAL | 33 |
| 2.1 COMPETÊNCIAS DIGITAIS | 38 |
| 3. METODOLOGIA | 48 |
| 3.1 LEVANTAMENTO DE PRODUTOS SEMELHANTES..... | 53 |
| 4. DESCRIÇÃO DO PRODUTO..... | 54 |
| 4.1 PRODUTO DA DISSERTAÇÃO: MANUAL DE SOBREVIVÊNCIA DIGITAL PARA ESTUDANTES DE PUBLICIDADE E PROPAGANDA NA EaD | 57 |
| 4.2 ANÁLISE DO PAINEL DE ESPECIALISTAS..... | 58 |
| CONSIDERAÇÕES FINAIS | 67 |
| REFERÊNCIAS..... | 70 |
| ANEXOS | 74 |
| APÊNDICE..... | 75 |
| 1. Texto do Manual e roteiro de vídeo..... | 75 |
| 2. Instrumento de Avaliação do Produto Educacional..... | 107 |

APRESENTAÇÃO

Meu nome é Andréia Jung Guidio, e nesta apresentação inicial narrarei brevemente minha jornada como acadêmica e profissional da educação. Minha formação no ensino médio é magistério. Embora tenha sido uma formação profissionalizante que me capacitou para atuar como professora na educação infantil e nos anos iniciais do ensino fundamental, não cheguei a exercer a profissão. Concluí minha primeira graduação em Bacharelado em Secretariado Executivo, no ano de 2001, na Universidade Tuiuti.

Por alguns anos, atuei como secretária executiva em empresas multinacionais, até que em 2006, entrei para o grupo de colaboradores da Uninter, como secretária da coordenação do curso de Pedagogia EaD. Foi então que resgatei meu entusiasmo pela educação, e em 2007, motivada pela então colega de trabalho, a também secretária, Mônica Lohmann, cursamos juntas a especialização de Gestão Escolar – Coordenação Pedagógica, com o intuito de desempenhar com mais eficiência nossa função. Em 2009 fui incentivada pelo então coordenador do curso, Prof. Ivo Both, e pela sua adjunta, a Prof.^a Salomé Viegas Machado, a ingressar no curso de Licenciatura em Pedagogia, reafirmando minha escolha inicial pelo magistério, porém agora imersa na realidade da graduação EaD. Em 2018 cursei a especialização de Formação docente para a EaD.

Considerando que atuo na EaD há 19 anos, sendo 15 anos de experiência como professora tutora, e trabalhando na tutoria do curso de graduação de Publicidade e Propaganda desde o ano de 2017 - ano de sua criação na EaD, percebi a necessidade de cursar o mestrado em Educação e Novas Tecnologias, por tratar-se de uma trajetória acadêmica aprofundada, um passo essencial para meu desenvolvimento profissional e acadêmico.

Como tutora, ao receber a mensagem de um estudante, seja para solicitar esclarecimentos sobre conteúdos, extensão de prazos, dicas de como estudar EaD, tenho por hábito explorar a história do estudante, saber qual é a sua realidade, seu grau de compreensão e domínio do assunto que estamos tratando. Sendo assim, o que impulsionou essa pesquisa foi a experiência vivenciada atuando no cenário da EaD, que me levou a reconhecer a relevância o desenvolvimento do letramento digital entre estudantes do ensino superior na modalidade de Educação a Distância (EaD).

Assim, a pesquisa foi motivada pela constante convivência virtual com os estudantes, que originou a percepção das diversas dificuldades que enfrentam, inclusive aquelas relacionadas à falta de letramento digital. Meu propósito vai além de tentar compreender as razões que despertam determinados comportamentos nos estudantes em atividades avaliativas, pois também espero favorecer o desenvolvimento das competências digitais necessárias para que melhorem seu desempenho acadêmico, explorem e aproveitem ao máximo possível os conteúdos abordados em seu curso.

INTRODUÇÃO

Esta pesquisa se desenvolve no contexto da minha experiência como tutora da graduação na Educação a Distância (EaD), e a determinação do tema partiu de uma análise do padrão de comportamento de estudantes do curso de graduação Publicidade e Propaganda EaD, da Uninter. Conforme percebido no desempenho da função de tutoria do curso, diante de um determinado modelo de atividade avaliativa, faltam certas competências digitais aos estudantes para que possam ter melhor aproveitamento do curso, conscientizando-os que são responsáveis pela construção do seu conhecimento. Este assunto vem sendo abordado por outros pesquisadores,. Queiroz, Jucá e Silva (2024) desenvolveram um e-book prático sobre as competências do estudante EaD, trabalhando temas como a autonomia, fluência digital, organização, administração do tempo, autoavaliação, comunicação e trabalho em equipe. Compreende-se assim, que o acesso ao ambiente virtual de aprendizagem e o devido aproveitamento dos conteúdos exige competência digital, autodisciplina, e organização das rotinas diárias, evitando menosprezar e ou postergar os estudos, e fazer bom uso do tempo destinado a realização das atividades. Com isso, não se pode desprezar a importância de motivá-los a se dedicarem para explorar as possibilidades do material ofertado, procurando um foco para seu aprendizado.

A partir da percepção de que os estudantes não agem da forma esperada para usufruir melhor da experiência de aprendizagem no curso, buscou-se, sem culpabilizar o estudante, compreender as razões para esse comportamento, e se essa atitude pode indicar ausência de determinadas competências para o estudo em ambiente digital. Dentro de um contexto em que a Internet permite que o processo de ensino/aprendizagem não fique mais limitado à sala de aulas física (Severo, 2006), surgem novas características nos processos de estudo que podem ser decisivas para o sucesso dos estudantes no ambiente online.

Nesse contexto, é possível observar que o compromisso que muitos estudantes demonstram com a aprendizagem coexiste com algumas limitações, constatando contraste nos diferentes perfis de alunos. Identificando-se assim, a necessidade de promover o letramento digital entre os estudantes do curso de Publicidade e Propaganda da EaD Uninter, considerando-o uma conjunto de práticas sociais mediadas pelas tecnologias digitais, que envolvem conhecimentos, habilidades e atitudes para usar criticamente os recursos digitais em diferentes contextos

(acadêmico, social, profissional, cultural), essenciais para a atuação na sociedade contemporânea e para o aprimoramento do processo de aprendizagem, especialmente diante das especificidades e exigências do ensino a distância.

Dentre os estudantes atendidos na tutoria do curso de Publicidade e Propaganda EaD na Uninter, é notável que há aqueles com objetivos muito claros, que estão inclinados a serem proativos, e buscam orientação para superar suas dificuldades. Mas devemos considerar que a motivação para fazer a graduação, pode ser a necessidade da certificação ou o entusiasmo por aprender, o que pode influenciar expressivamente o desempenho. Destacam-se ainda aqueles alunos com experiência prévia com estudos autônomos e uso de tecnologias digitais, que tendem a se adaptar mais facilmente ao ambiente virtual. Esses estudantes manifestam intencionalidade em suas ações e capacidade de organizar seu tempo, definindo prioridades e buscando recursos para a realização das atividades propostas, que são habilidades fundamentais para o estudante da EaD.

Mas por outro lado, temos um perfil de estudante desprovido de preparação adequada para o ambiente digital, que é consideravelmente comum no ambiente EaD, e exige uma atenção especial por parte da instituição/ tutor, bem como um nível maior de comprometimento e dedicação por parte do estudante. Sendo esse o foco do produto proposto. Essas afirmações derivam das percepções constatadas na relação tutora x aluno, ao longo da atuação na função.

De acordo com Almeida et al., (2005, p.58), não se pode ignorar que esses problemas muitas vezes são reflexo da condição do aluno “excluído digitalmente”, que é aquele que, devido a condições socioeconômicas ou falta de acesso à tecnologia, não conseguiu desenvolver as competências digitais necessárias para se beneficiar da educação a distância e das ferramentas online para estudo e autodesenvolvimento. Sendo que essa exclusão pode se manifestar de várias formas, como falta de equipamentos, falta de acesso à internet, falta de conhecimento suficiente para usar a tecnologia, ou falta de apoio para lidar com as ferramentas digitais, devido a comunicação ineficiente. Nesse contexto, segundo Amarilla Filho (2011, p. 60), “comunicar é possibilitar ferramentas de comunicação que possam acompanhar o desenvolvimento do aluno, assim como incentivá-lo a resolver suas dúvidas, divulgar suas soluções, compartilhar suas divergências de pensamento e as próprias reflexões.”

Muitas vezes o estudante não tem os pré-requisitos necessários para entender

e enfrentar os desafios da EaD, que são: habilidades de autogestão e organização, letramento digital e tecnológico, resolução de problemas e autonomia. Ou seja, não possui conhecimentos e habilidades necessários, demonstrando dificuldade para analisar e sintetizar conteúdos essenciais à sua formação, o que prejudica sua capacidade de construir o conhecimento. Assim, a instituição de ensino pode adotar estratégias para incorporar esses conhecimentos e habilidades ao longo do percurso acadêmico dos estudantes, transformando os pré-requisitos em competências desenvolvidas efetivamente. Por meio de programas de orientação e integração, design pedagógico, propondo atividades de autogestão, estímulo à comunicação e à colaboração, canais de atendimento e suporte a fóruns de discussão estruturados. Uma vez que essa lacuna pode impedir que o aluno estabeleça conexões entre o novo conteúdo e o que já conhece, dificultando a assimilação e o aprendizado. Por conseguinte, essa observação conduziu a uma reflexão mais profunda sobre o processo de ensino-aprendizagem na EaD, levantando-se, assim, uma reflexão sobre como otimizar a experiência desses estudantes na Educação a Distância, sem perder de vista a importância de promover sua conscientização quanto ao papel ativo que desempenham na construção do próprio conhecimento. Essa construção deve considerar as condições individuais de estudo, valorizando a autonomia e a responsabilidade de cada aluno no processo de aprendizagem. Para tornar a pesquisa mais efetiva, buscou-se compreender o perfil dos estudantes do curso em foco, considerando que foi percebido por meio da observação dos padrões de atitudes desenvolvidos pelos estudantes, que estão familiarizados com o uso das tecnologias, mas ainda são fundamentais mudanças efetivas de comportamento no que se refere a assumir a posição de autor do seu aprendizado, considerando as diferenças entre a cultura escolar na modalidade presencial e a cultura escolar online, que são determinantes da necessidade desta adaptação. Conforme sugere Freire (2013, p. 33), sobre autonomia e responsabilidade: “A liberdade, que é uma conquista, e não uma doação, exige uma permanente busca. Busca permanente que só existe no ato responsável de quem a faz”.

Mediante a análise do perfil do estudante, esta pesquisa buscou desenvolver uma estratégia voltada para o letramento digital. Para isso, realizou-se uma análise teórica, de pesquisas realizadas anteriormente, por vários autores, seguida do desenvolvimento de uma proposta de atividade para os estudantes, com o intuito de aprimorar seu aprendizado online, ampliando suas perspectivas de construção do

conhecimento. Com isso, pretende-se possibilitar que eleve seu nível de aproveitamento do curso EaD, que depende principalmente da sua capacidade de aprender no ambiente digital.

Entende-se que o letramento digital é de suma importância para a Educação a Distância, uma vez que se trata da apropriação crítica e cultural das tecnologias, com impacto na forma de aprender, se comunicar e participar da sociedade digital, desenvolvendo habilidades voltadas para os objetivos do estudo em ambiente virtual. Conforme Coelho e Tedesco (2017, p. 612) “A presença social é um dos elementos que contribuem para a percepção de que há alguém por trás da tela, o que pode favorecer a interação e a aprendizagem colaborativa.” Em uma discussão sobre os desafios da presença social nos ambientes virtuais de aprendizagem, os autores argumentam que a ausência dessa percepção limita o engajamento dos estudantes com os objetivos educacionais da EaD, reforçando a importância de estratégias que promovam a interação significativa. Assim compreende-se e destaca-se que ainda persiste, entre muitos usuários, a percepção de que os ambientes virtuais são destinados prioritariamente ao entretenimento e à sociabilidade. Essa compreensão limitada pode comprometer o aproveitamento pedagógico desses espaços, dificultando a promoção de interações significativas e de práticas colaborativas de aprendizagem. Portanto percebe-se a necessidade de um engajamento ativo, de acordo com Carvalho e Miranda.

Aproveitar as tecnologias digitais para estimular o envolvimento ativo e criativo dos alunos em relação a tópicos específicos. Integrar as tecnologias digitais em estratégias pedagógicas que promovam o desenvolvimento de habilidades abrangentes nos alunos, incentivando uma reflexão profunda e a expressão criativa. Carvalho e Miranda (2023, p.33):

Nesse contexto é fundamental estimular o desenvolvimento do letramento digital, incentivando os alunos a aplicarem-no de forma eficaz nas atividades propostas. Para isso, uma comunicação clara é indispensável, pois pode contribuir para a construção de um comportamento mais consciente e participativo por parte do estudante.

O locus da investigação é o curso de Publicidade e Propaganda EaD da Uninter. Serão utilizados dados da CPA para traçar o perfil dos estudantes, além de revisão bibliográfica sobre letramento digital e competências para EaD. A análise será feita por meio da interpretação dos dados documentais e teóricos, articulando-os com as observações da prática de tutoria. Como resultado, foi elaborado um produto educacional — uma instrução de estudo intitulada *Rota de Aprendizagem: Manual de*

Sobrevivência Digital para Estudantes de Publicidade para a EaD — com o objetivo de promover uma aprendizagem mais significativa e consciente.

A presente dissertação está estruturada em quatro capítulos, organizados de forma a conduzir o leitor por uma trajetória reflexiva e analítica sobre o letramento digital de estudantes do ensino superior na modalidade EaD, com foco no curso de Publicidade e Propaganda. O primeiro capítulo apresenta o referencial teórico, abordando a evolução da Educação a Distância, suas características, desafios e potencialidades, além de contextualizar o ensino da Publicidade e Propaganda nesse formato. O segundo capítulo discute letramento digital, com ênfase nas competências digitais, explorando conceitos, modelos e aspectos legais que fundamentam o desenvolvimento dessas habilidades no contexto educacional contemporâneo. O terceiro capítulo descreve a metodologia adotada na pesquisa, caracterizada como uma pesquisa-aplicação, detalhando as etapas de investigação, coleta e análise de dados. O quarto capítulo apresenta o produto educacional desenvolvido — o “Manual de Sobrevivência Digital para Estudantes de Publicidade para o EaD” —, descrevendo sua concepção, estrutura, seus objetivos, conteúdos e estratégias pedagógicas. Em seguida, apresenta-se os resultados da análise qualitativa realizada por especialistas da área, que avaliaram o potencial de aplicação do produto como instrumento de apoio à formação digital dos estudantes. E por fim, nas considerações finais, são apresentadas as contribuições do produto educacional, reflexões sobre os resultados obtidos e sugestões para futuras pesquisas. Em linhas gerais, a proposta visa contribuir para a melhoria da aprendizagem na EaD, promovendo o letramento digital como competência essencial para a formação acadêmica e profissional

1. EDUCAÇÃO A DISTÂNCIA

A educação a distância surgiu com o papel de modalidade de ensino adequada às atuais demandas educacionais geradas pelas mudanças contemporâneas, assumindo maior relevância na sociedade, devido à exigência de estarmos constantemente engajados em um processo de formação, e atualização profissional permanentes.

Segundo Bonfim e Suzuki (1998), a EaD nasce no século XVIII, no formato “ensino por correspondência”, com o objetivo de fazer com que a população mais carente e distante dos grandes centros tivesse acesso à educação básica e formação

para o mercado de trabalho. No Brasil, o Decreto nº 9.057, de maio de 2017, regulamenta o artigo 80 da Lei de Diretrizes e Bases da Educação Nacional (LDB) - Lei nº 9.394/1996, mencionando em seu artigo 1º que:

[...] considera-se educação a distância a modalidade educacional na qual a mediação didático-pedagógica nos processos de ensino e aprendizagem ocorra com a utilização de meios e tecnologias de informação e comunicação, com pessoal qualificado, com políticas de acesso, com acompanhamento e avaliação compatíveis, entre outros, e desenvolva atividades educativas por estudantes e profissionais da educação que estejam em lugares e tempos diversos.

Nesta perspectiva, a EaD passa a ser complementar à educação presencial e não uma forma de substituí-la. O professor permanece como agente mediador da informação e, na modalidade a distância seu papel é desenvolvido por meio das tecnologias e mecanismos que impulsionam o processo de ensino-aprendizagem, com a produção de materiais didáticos que são oferecidos aos alunos para o desenvolvimento dos saberes e atividades propostas.

Mattar (2013) divide a EaD em três grandes gerações: (1) cursos por correspondência; (2) novas mídias e universidades abertas; e (3) EaD on-line. O primeiro modelo de educação a distância ofertado foram os cursos por correspondência, no Brasil, isso acontece no início do século XX, quando instituições como o Instituto Universal Brasileiro ofereceram cursos profissionalizantes em diversas áreas, como eletrônica, mecânica, desenho e contabilidade, permitindo que milhares de pessoas se qualificassem para o mercado de trabalho. O segundo modelo se caracterizou pelo uso de novas mídias: TV, rádio, fitas de vídeo e áudio, como no caso do famoso “Telecurso”, programa exibido pela Rede Globo de 1977 até 2014. E finalmente na década de 1990, com o surgimento da internet, foram criadas novas possibilidades para a EaD, e no século XXI, essa modalidade se popularizou pelo mundo todo. A EaD online tornou-se o modelo dominante, e continua evoluindo, impulsionada pelas novas tecnologias e pelas necessidades da sociedade.

Ainda a respeito da segunda geração, mas seguindo a linha do tempo, devemos acrescentar em exemplo recente dos avanços tecnológicos, os MOOCs - *Massive Open Online Course* (Cursos Online Abertos e Massivos), que surgiram em 2008, com o primeiro curso, "*Connectivism and Connective Knowledge*", idealizado por George Siemens e Stephen Downes na Universidade de Manitoba, Canadá. No Brasil os Moocs surgiram em 2013, através da plataforma Veduca, que fez parceria com a

Universidade de São Paulo. Uma característica bastante distinta a ser destacada, conforme Bates (2016), é que não há nenhum pré-requisito para os participantes a não ser ter acesso a um computador ou um dispositivo móvel e a internet. No entanto, o acesso em banda larga é essencial para xMOOCs - *extended MOOCs* – extensões de cursos universitários tradicionais, que usam transmissão de vídeos.

No contexto atual, a educação a distância (EaD) tem se consolidado como uma modalidade de ensino cada vez mais relevante, especialmente no ensino superior. Porém apesar do avanço tecnológico e da crescente oferta de cursos EaD, muitos alunos ainda enfrentam dificuldades significativas relacionadas ao letramento digital. Essas dificuldades podem impactar negativamente o processo de aprendizagem, resultando em baixos índices de desempenho acadêmico e altas taxas de evasão. A falta de determinadas habilidades digitais adequadas, pode limitar a capacidade dos alunos de interagir com os conteúdos, participar de atividades colaborativas e utilizar ferramentas educacionais de maneira eficaz. Essas habilidades envolvem desde competências técnicas, como a capacidade de utilizar determinadas ferramentas digitais de comunicação, até questões mais complexas que envolvem comportamentos e posturas apropriadas diante dos conteúdos e das atividades didáticas, bem como da flexibilidade proporcionada pela EaD, pois percebe-se que é comum que a liberdade de navegar na internet, pode levar a procrastinação, caso não haja foco.

Na configuração da sociedade atual, vive-se um universo de realidades virtuais e suas derivações, com amplo acesso facilitado a todos os dispositivos tecnológicos desde a primeira infância. Neste contexto, as tecnologias de informação e comunicação (TICs) mudam diferentes esferas sociais, incluindo o paradigma educacional e as relações entre os indivíduos e o trabalho. Surge, então, a educação, em sua modalidade a distância, com características diferenciadas:

[...] na qual alunos e professores estão separados, física ou temporalmente e, por isso, faz-se necessária a utilização de meios e tecnologias de informação e comunicação. Essa modalidade é regulada por uma legislação específica e pode ser implantada na educação básica (educação de jovens e adultos, educação profissional técnica de nível médio) e na educação superior. (MEC, 1997).

Esta modalidade de ensino traz grandes vantagens em relação ao ensino presencial, por oferecer maior agilidade e flexibilidade no processo de ensino-aprendizagem. Isso porque trata-se de um sistema interativo, onde a

transdisciplinaridade favorece o trabalho em equipe e o desenvolvimento do conhecimento.

Assim, com as constantes mudanças, incertezas e complexidade do mundo moderno, a Educação a Distância (EaD) apareceu como uma modalidade enriquecedora, trazendo um novo paradigma educacional, que privilegia a autonomia do aluno, já que passa a ser estimulado a buscar, investigar e solucionar problemas que surgem ao longo da construção do conhecimento. A EaD, de acordo com Moraes (2008, p. 255), “[...] possibilita o aumento do fluxo de informações, a interatividade, a ampliação e o rompimento das barreiras de tempo e espaço escolar, facilitando a ocorrência de interações multidimensionais e não bilaterais”.

A educação a distância certamente causou transformações significativas no ensino superior, pois possibilitou que inclusive os habitantes de locais mais distantes, sem a possibilidade de frequentar uma instituição presencial, se qualificassem de forma a atender as exigências do mercado de trabalho.

Ainda sobre a EaD, podemos citar que é uma modalidade em que:

...há inúmeros protagonistas, dentre eles está a tutoria e a gestão de tutoria, ambas compromissadas com a educação, mas que ainda são identidades em construção e discussão no campo acadêmico. Entende-se que cada Instituição de Ensino Superior (IES) que oferta a modalidade a distância tem seu *modus operandi* sua arquitetura organizacional, nomeando cargos, definindo perfis e competências para seus protagonistas, conforme suas necessidades e objetivos. (ALMEIDA; SANTOS, 2017, p. 334)

Segundo Behar, Schneider e Silva, 2013, compreende-se que existem particularidades da EaD que requerem de seus atores conhecimentos, habilidades e atitudes (CHA), os quais podem ser identificados como competências específicas. Nesse sentido a presente pesquisa foca no papel do tutor, principalmente como agente mediador entre conteúdo e aluno, aquele que colabora e direciona, mediante contato virtual por meio do ambiente virtual de aprendizagem, constante e regular.

No ano de 2019, 3 entre 4 usuários da internet consumiam mídias audiovisuais, como vídeos, filmes, séries, mas apenas 28% dos usuários assistiram a tutoriais e/ou videoaulas (ABED, 2019). Contando no ano seguinte com a ocorrência da pandemia causada pelo COVID 19, devido ao isolamento necessário, a utilização de tecnologias apresentou um aumento significativo devido à urgência de adaptação do ensino presencial a nova realidade, de modo que se fez indispensável trilhar uma trajetória para a inclusão digital. Pois embora os indivíduos consumissem conteúdo digital, não

possuíam familiaridade com as ferramentas necessárias para que as aulas síncronas ocorressem. Essa adaptação se tornou uma determinação, já que o domínio dessas tecnologias não era difundido. Reconhecendo que a educação deve se adaptar às novas tecnologias, ao mesmo tempo em que deve orientar as pessoas para que elas dominem e usem criticamente essas tecnologias, Kenski afirma que: “Esse é também o duplo desafio da educação: adaptar-se aos avanços das tecnologias e orientar o caminho de todos para o domínio e apropriação crítica desses novos meios.” Kenski (2007, p.18).

Conforme dados apresentados pela pesquisa realizada pelo CETIC - Centro Regional de Estudos para o Desenvolvimento da Sociedade da Informação, atualmente, no Brasil, 16% da população brasileira ainda não têm acesso à internet. Há uma distinção de classe quando se trata do meio pelo qual esse acesso se dá. Quando falamos em domicílios de classes sociais menos favorecidas, 91% das pessoas da classe C e 68% das classes DE possuem acesso à internet em casa, conforme dados apresentados pela TIC Domicílios 2024. Analisando as informações referentes à faixa etária que abrange os alunos da educação a distância (16 a 34 anos), 93% são usuários de internet, porém menos de 50% utilizam a internet como ferramenta de aprendizagem, para extensão dos conteúdos disponibilizados no ambiente virtual de aprendizagem.

Maia e Mattar, (2007) definem EaD como uma modalidade de educação planejada por instituições, em que professores e alunos estão separados, e utilizam diversas tecnologias de comunicação.

Em geral, a sigla EaD é aplicada a atividades de ensino e aprendizagem em que aluno e professor estão separados fisicamente, o que as distingue, por exemplo, do ensino presencial. Em EaD ocorre uma separação geográfica e espacial entre o aluno e o professor, e mesmo entre os próprios alunos, ou seja, eles não estão presentes no mesmo lugar, como no caso do ensino tradicional. A EaD prescinde, portanto, da presença física em um local para que ocorra educação. Maia e Mattar (2007, p. 22).

Assim a EaD tem transformado o cenário da graduação, oferecendo flexibilidade, acessibilidade e novas oportunidades para estudantes em todo o mundo. No Brasil, a EaD tem se consolidado como uma modalidade de ensino relevante, impulsionada pela evolução tecnológica e pela busca por alternativas educacionais inovadoras. Logo, com a inserção das Tecnologias Digitais na Educação a Distância, nota-se um

desdobramento dos conteúdos, recursos e ferramentas viabilizadas por intermédio da Internet, da utilização de desktop, e ou dispositivos móveis.

O desenvolvimento das Tecnologias da Informação e da Comunicação (TICs) permite também riquíssimas experiências de aprendizagem sem que haja planejamento por parte de instituições. Assistir a vídeos no YouTube, participar de listas de discussões e jogar games, e outras atividades, podem ser consideradas experiências educacionais. (Mattar, 2013, p. 3).

Ainda segundo Mattar (2013), com o desenvolvimento das Tecnologias da Informação e da Comunicação (TICs), e particularmente da internet, na década de 1990, surgiram os Learning Management Systems (LMs) ou Sistemas de Gerenciamento de Aprendizagem. No Brasil, esses sistemas são conhecidos como Ambientes Virtuais de Aprendizagem (AVAs), que surgiram como uma evolução natural da educação a distância, impulsionados pelo avanço da tecnologia e da internet.

Nesse contexto, o desenvolvimento das disciplinas na EaD passou a contar com uma sistematização orientada por normas e diretrizes específicas. No entanto, apesar dessa estrutura normativa, as instituições ainda enfrentam um grau significativo de autonomia na condução dos processos pedagógicos. Essa autonomia se revela nos diversos debates sociais sobre a modalidade, exigindo das instituições um esforço contínuo para aprimorar suas práticas, desde a elaboração do Plano de Desenvolvimento Institucional (PDI) até a construção dos projetos de curso, de modo a garantir qualidade, coerência e efetividade no uso dos AVAs como ferramentas de aprendizagem.

Este processo é regido pelos colegiados de cada uma das instâncias da instituição, apontando as possíveis dificuldades que os alunos enfrentarão no processo de aprendizagem decorrentes de suas possibilidades de desempenho e das exigências que advêm dos conhecimentos e atividades propostas à aprendizagem.

Sabe-se que instituições de educação a distância oferecem bibliotecas digitais, que reúnem um vasto acervo de livros didáticos e materiais de pesquisa. Isso facilita o acesso dos alunos a uma variedade de recursos educacionais, promovendo um aprendizado mais completo e diversificado. Mas é essencial ter em mente que, embora os indivíduos consumam conteúdo digital, é comum que não possuam familiaridade suficiente com as ferramentas disponibilizadas para que ocorra um aproveitamento eficaz dos conteúdos apresentados em ambientes específicos, como

o AVA de uma instituição de ensino. E essa adaptação é uma condição obrigatória para seu sucesso, já que o domínio das tecnologias é uma competência necessária.

É imprescindível impulsionar o estudante para além da simples manipulação das diversas ferramentas digitais disponíveis para adquirir a habilidade de trabalhar as ideias, e não apenas focar na memorização dos comandos. Gilster (1997, *apud* Freitas, 2010), sugere que, para que um indivíduo possa ser considerado um letrado digital deve possuir a proficiência em quatro competências. A mais essencial delas é a avaliação crítica de conteúdo, ou seja, a habilidade de julgar o que encontramos na rede. A segunda competência é a de ler usando o modelo não-linear ou hipertextual. A terceira competência sugere que se faz necessário aprender como associar as informações dessas diferentes fontes, isto é, a construção de conhecimento diante da internet. E por fim, é importante desenvolver habilidades de busca para lidar com o que ele denomina de “biblioteca virtual” (Gilster, 1997, *apud* Freitas, 2010, p. 338). Acredita-se que o uso consciente das tecnologias disponíveis, e empregadas em um curso de graduação EaD, pode promover o despertar do aluno para uma mudança de comportamento, e lhe trazer a percepção de que ele está apto para essa modalidade, evitando a evasão, um problema que se tornou tão comum nesta modalidade.

Atualmente almejamos que os estudantes tenham autonomia para direcionar suas aquisições de informações, em direção ao que lhe é ofertado, do que necessita, e daquilo que o mundo espera deles como pessoas, e profissionais. Porém apesar de algumas vezes possuírem autonomia, nem sempre conseguem explorar as possibilidades que podem tornar sua aprendizagem mais significativa para seu desenvolvimento como pessoa e para sua formação profissional.

1.1 CURSO DE PUBLICIDADE E PROPAGANDA

O ensino da Publicidade e Propaganda passou por diversas transformações ao longo de décadas, refletindo as mudanças nas práticas do mercado e nas exigências da formação profissional. Nesse contexto, destaca-se a contribuição de Rodolfo Lima Martensen, fundador da primeira escola de publicidade no Brasil, a Escola de Propaganda de São Paulo, criada em 1951, observava que os primeiros profissionais brasileiros dedicados à atividade publicitária, ainda no início do século XX, demonstravam um domínio tão intuitivo da prática que pareciam, segundo suas palavras, “ter nascido sabendo”. Segundo Martensen (1990), no início os profissionais

brasileiros dessa área aprendiam as técnicas, basicamente através da observação dos exemplos, e era notado um empenho em compreender a atuação americana. Após uma longa e árdua jornada, passando pelo Programa de Trainees, que “nada mais era senão autênticos alunos de propaganda fazendo um curso prático completo através de estágios bem programados em todos os departamentos da empresa” (MARTENSEN, 1990, p. 33), e seguia o mesmo modelo adotado pela agência Thompson nos Estados Unidos, que havia sido fundada em 1864 por William James Carlton.

No Brasil as transformações foram mais intensificadamente identificadas, principalmente no que se refere ao período dos governos militares, conforme citam, Guedes e Malcher (2021, p.8):

...tivemos vários currículos mínimos implantados em curtos espaços de tempo. Isso porque, de maneira mais direta e específica, o governo sabia que a comunicação era uma “faca de dois gumes”: era utilizada tanto para legitimação e permanência no poder, quanto representava uma ameaça, pois poderia ser usada para questioná-lo.

Pedrimi e Malusá (2019) realizaram uma pesquisa baseada em que estudaram a Docência Universitária dos professores publicitários, buscando o histórico do ensino dessa profissão, e explorando as direções do ensino e a aprendizagem desse curso, visando entender como os modelos e as concepções de ensino pregressas impactaram e, porventura ainda, influenciam o ambiente acadêmico atual.

Com base na pesquisa dos autores, foi elaborado um quadro traçando uma linha do tempo, resumindo a trajetória do ensino da profissão de publicitário, no período entre 1900 e 1960, conforme demonstrado na tabela a seguir:

Quadro 1 - Resumo da trajetória do ensino da publicidade entre 1900 e 1960

| PERÍODO | CARACTERÍSTICAS |
|------------------|---|
| 1900-1930 | Autodidatismo e Exemplo Estadunidense |
| | <ul style="list-style-type: none"> - Os primeiros publicitários brasileiros aprenderam a profissão de forma autodidata, adaptando modelos dos Estados Unidos. - A criação da primeira agência de publicidade no Brasil em 1914, a Eclética, marcou a introdução de novos procedimentos na elaboração de anúncios. |
| 1930 | Agências como Escolas e Programas de Trainees |
| | <ul style="list-style-type: none"> - Com a chegada de agências estrangeiras como a J. W. Thompson, foram implementados programas de trainees que funcionavam como |

| | |
|------------------|---|
| | cursos práticos. - Esses programas eram dirigidos a todos os funcionários, independentemente da experiência, e envolviam estágios em diferentes departamentos da agência. |
| 1940-1960 | Desenvolvimento dos Primeiros Cursos Profissionalizantes |
| | - A partir dos anos 1940, a formação de novos publicitários passou a ser responsabilidade de associações como a Associação Brasileira de Propaganda. - Em 1951, foi criada a Escola de Propaganda do Museu de Arte Moderna, o primeiro curso superior de Publicidade e Propaganda no Brasil, com um ensino voltado para a prática. |

Fonte: elaborado pela autora.

Baseado nesse panorama e nas leituras realizadas, percebeu-se que antes da criação do primeiro curso de Publicidade e Propaganda, de modo geral, os profissionais da área, aprendiam os processos no exercício da função. A consolidação da indústria cultural no Brasil está intrinsecamente ligada ao desenvolvimento da publicidade como instrumento de sustentação econômica e ideológica dos meios de comunicação de massa. Ao longo do século XX, a publicidade não apenas se consolidou como uma prática mercadológica, mas também como um dos pilares fundamentais para a viabilidade financeira da produção cultural em larga escala. Essa percepção está de acordo com o posicionamento de Guedes e Malcher (2021, p. 7) afirmando que:

A implantação de uma indústria cultural não seria possível sem os avanços da publicidade, que é a base sustentadora da indústria da cultura ao manter financeiramente, por meio da verba publicitária, toda a lógica que rege os meios de comunicação massivos no Brasil.

Com base nas pesquisas realizadas, em resumo, a implementação do curso de Publicidade e Propaganda no Brasil foi destacada por um processo gradativo, mediante a observação da necessidade de preparação especializada de um profissional competente para contemplar às demandas da indústria de consumo e do mercado midiático, institucionalizado a partir de 1950.

A história da Educação a Distância (EaD) no curso de Publicidade e Propaganda é marcada pela evolução das tecnologias e da própria modalidade. A história do curso de Publicidade e Propaganda EaD no Brasil é relativamente recente, tendo se expandido a partir do final do século XX e início do XXI. A regulamentação e o crescimento da Educação a Distância (EaD) foram fundamentais para sua

expansão, permitindo a ampliação do acesso a essa formação para quem não dispunha de condições para o curso presencial por questões diversas, como: tempo, dificuldade de conciliar estudos com trabalho, distância, e ou dificuldades de transporte para chegar à instituição.

O Centro Universitário Internacional Uninter se destaca como uma das primeiras (possivelmente a primeira) instituições de ensino superior a ofertar o curso de Bacharelado em Comunicação Social: Publicidade e Propaganda na modalidade EaD reconhecido pelo MEC. Sua abertura foi autorizada pela Resolução n.º 108/2015 do CEPE (Conselho de Ensino, Pesquisa e Extensão). O curso foi reconhecido pela Portaria n.º 799 de 28/07/2022, publicada no DOU de 01/08/2022, Edição: 144, Seção: 1, p. 95. O curso de Publicidade e Propaganda na modalidade EaD da Uninter foi concebido para preparar profissionais para os desafios do dinâmico mercado publicitário contemporâneo, encorajando-os a estudar os materiais de forma autônoma, considerando e organizando o seu próprio tempo. Com uma abordagem que integra criatividade e estratégia, o programa capacita os estudantes para atuarem tanto em agências quanto diretamente com marcas e clientes. Ao longo da formação, os alunos desenvolvem competências para planejar, criar e executar campanhas publicitárias eficazes, voltadas a diferentes segmentos de mercado, enfrentando situações reais e complexas do ambiente profissional.

O curso trabalha ainda com prática do *Problem Based Learning* (PBL), que é uma metodologia ativa centrada no estudante, e propõe a resolução de problemas reais como eixo estruturante da aprendizagem. Embora essa prática tenha origem nos cursos da área da saúde nas décadas de 1960 e 1970 (Bueno e Fitzgerald, 2004), o PBL tem sido amplamente adotado em outros cursos como por exemplo, o curso de Publicidade e Propaganda Uninter, especialmente na modalidade EaD, por sua capacidade de promover autonomia, protagonismo e aplicação prática do conhecimento.

Nas décadas de 1960 e 1970, um grupo de educadores médicos da Universidade McMaster (Canadá) reconheceu a necessidade de repensar tanto o conteúdo quanto a forma de ensinar medicina, a fim de preparar melhor seus alunos para atender às demandas da prática profissional. (Bueno; Fitzgerald, 2004, p. 145-146, tradução nossa)¹

¹ “En las décadas de los 60’s y 70’s un grupo de educadores médicos de la Universidad de McMaster (Canadá) reconoció la necesidad de replantear tanto los contenidos como la forma de enseñanza de la medicina, con la finalidad de conseguir una mejor preparación de sus estudiantes para satisfacer las demandas de la práctica profesional.” (BUENO; FITZGERALD, 2004, p. 145-146)

A partir das propostas que são trabalhadas com esses estudantes e dos planos de ensino do curso de graduação que analisamos neste trabalho, destacam-se as seguintes competências digitais a serem desenvolvidas por meio do PBL, conforme quadro a seguir:

Quadro 2 - Competências digitais a serem desenvolvidas por meio do PBL

| COMPETÊNCIAS | ATITUDES ESPERADAS |
|---|--|
| Produção e edição de conteúdo digital | Os estudantes aprendem a redigir textos publicitários, produzir e tratar imagens, e diagramar peças como folders e anúncios. Isso envolve o uso de softwares gráficos e ferramentas de edição digital. |
| Domínio de ferramentas de comunicação e design | O curso estimula o uso de tecnologias como editores vetoriais e plataformas de layout, promovendo fluência digital em ferramentas essenciais ao mercado publicitário. |
| Integração de mídias e formatos | O PBL exige que o estudante compreenda e aplique diferentes linguagens e formatos de mídia, como impressos, digitais e audiovisuais, desenvolvendo habilidades de transposição e adaptação de conteúdo. |
| Gestão de projetos e resolução de problemas | Ao trabalhar em projetos integradores, os estudantes desenvolvem competências de planejamento, organização e tomada de decisão, utilizando ambientes virtuais de aprendizagem e ferramentas colaborativas. |
| Pensamento crítico e autonomia | A metodologia promove a análise crítica de problemas reais e a busca por soluções criativas, incentivando o protagonismo estudantil e a construção ativa do conhecimento. |

Fonte: Elaborado pela autora.

A formação em Publicidade e Propaganda na modalidade EaD tem se expandido significativamente nos últimos anos, acompanhando as transformações tecnológicas e as novas demandas do mercado educacional. No entanto, essa expansão também levanta questões importantes sobre a forma como a EaD é representada nas campanhas publicitárias que a promovem.

Rodrigues e Augustine (2022) abordaram um tema bastante pertinente a essa pesquisa, pois analisaram peças publicitárias que colocavam em oferta, no mercado, a EaD. Algumas dessas peças articulam as informações, de forma que leva o candidato a interpretar que a educação não implica em esforço. Com base na experiência acumulada ao longo de nove anos como tutora no curso de Publicidade e Propaganda na modalidade a distância, observa-se que é relativamente comum que

estudantes ingressem na EaD com a expectativa de uma formação simplificada. Muitos acreditam que o percurso acadêmico se assemelha a uma “receita pronta”, exigindo apenas um esforço mínimo para alcançar a aprovação. Essa percepção, por vezes reforçada por discursos publicitários, pode levar à conclusão do curso sem o devido envolvimento crítico e comprometimento com o processo formativo, reduzindo a educação a uma mera formalidade para obtenção do certificado. Mas jamais podemos esquecer que o estudante excluído digitalmente também pode ter essa interpretação equivocada, e nesse caso a culpa não lhe cabe, conforme apontado por Rodrigues e Augustine:

Os atributos dispostos como próprios à EaD – flexibilidade, facilidade, comodidade, otimização, celeridade etc. – (d)enunciam o fato de que o público-alvo primário dessas peças comportaria aqueles leitores/consumidores que se encontram “sem condições” de estudar ou de frequentar instituições de educação presencial, seja por falta de tempo, seja por falta de recursos. Dessa maneira, as peças expõem a condição socioeconômica desses leitores/consumidores, tornando visível, ao mesmo tempo, as divisões que acirram a luta de classes em nossa sociedade. Isso faz com que aqueles “sem condições” de optar pela modalidade presencial sejam captados pela EaD, significada, nas peças, como única alternativa de ascensão social, especialmente pelo acesso a um emprego (melhor). (Rodrigues e Augustine, 2022, p. 12)

A condição descrita pelos autores evidencia desigualdades socioeconômicas e reforça a EaD como uma alternativa de inclusão e ascensão social. Percebe-se, então, a importância de se apoiar esses estudantes na superação dos obstáculos dispostos e alcançar melhores oportunidades educacionais e profissionais. Sendo essa uma das motivações da pesquisa, para desenvolvimento do produto, que pretende proporcionar a compreensão de como é possível desenvolver as habilidades para educar-se e profissionalizar-se, para a atualidade, mantendo-se em um processo constante de melhoria. Mediante pesquisa realizada a publicidade da proposta de diversas instituições que ofertam o curso de Publicidade e Propaganda EaD, é mencionado que o estudante será preparado para entrar no dinâmico mercado de publicidade, formando profissionais criativos e estratégicos capacitados para trabalhar tanto em agências quanto diretamente com clientes e marcas. Ventilam a possibilidade de que o aluno irá desenvolver estratégias de comunicação para promoção de produtos, serviços, marcas e organizações, entre tantas outras possibilidades, que acredito serem perfeitamente possíveis para um grande público de estudantes. Mas essa pesquisa se volta para os estudantes que não possuem as habilidades e

competências necessárias para atingir metade do sucesso que o estudante pretende, ao ingressar no curso EaD. E isso nos leva a refletir sobre a importância além das razões, além do esforço individual, incentivando a encontrar equilíbrio entre o trabalho, o lazer, e a cooperação.

2. LETRAMENTO DIGITAL

Como ponto de partida para essa pesquisa é importante citar que alfabetização e letramento são processos distintos, porém interligados e complementares. A alfabetização se refere ao aprendizado do sistema alfabético, ou seja, a capacidade de decodificar os símbolos escritos (letras) e transformá-los em sons (leitura) e de codificar os sons em símbolos escritos (escrita). Segundo Soares (2015, p.97), alfabetização deve ser compreendida como a aquisição do sistema convencional de escrita, das habilidades de leitura e de escrita. Já o letramento se refere ao desenvolvimento das habilidades de uso da leitura e da escrita em diversas práticas sociais, como compreender diferentes tipos de textos, interpretar informações, produzir textos adequados a diferentes contextos e finalidades, e usar a leitura e a escrita para se comunicar, aprender e interagir com o mundo. Em outras palavras, a alfabetização é a base para o letramento. Uma pessoa alfabetizada é capaz de ler e escrever, mas o letramento vai além, capacitando o indivíduo a usar a leitura e a escrita de forma significativa em sua vida.

Soares (2007) aponta três problemas conceituais que são geralmente ignorados na busca de uma definição de letramento, e antes de se iniciar qualquer coleta de dados ou produção de estatísticas sobre o tema, é fundamental esclarecer o que exatamente se entende por esse conceito. A definição precisa de letramento é o ponto de partida indispensável para que sua avaliação e mensuração façam sentido, mas será que tal definição é realmente possível? Além disso, surge um segundo desafio conceitual: a escolha dos critérios adequados para medir o letramento. Esses critérios variam conforme o contexto, seja na escola, em censos populacionais ou em pesquisas por amostragem, e refletem diferentes concepções do que é letramento. Assim, a forma como se define o conceito influencia diretamente os parâmetros usados para avaliá-lo. Por fim, há uma preocupação inevitável; embora seja inegável a importância de medir o letramento, cumprir os requisitos para fazê-lo, como definir com clareza o que se está medindo e estabelecer critérios confiáveis, continua sendo uma tarefa complexa e controversa.

Entende-se assim que a precisão do mecanismo de avaliação demanda que seja feita uma definição clara do seu objeto. A autora ainda cita duas principais dimensões do letramento: a individual e a social. Se o foco estiver na dimensão individual, é interpretado como uma característica pessoal. Já quando o foco é a dimensão social,

é percebido como resultado da realização de atividades sociais, que envolvem e incorporam a língua escrita. A citação a seguir reforça esse entendimento:

Aqueles que priorizam, no fenômeno letramento, a sua dimensão social, argumentam que ele não é um atributo unicamente ou essencialmente pessoal, mas é, sobretudo, uma prática social: letramento é o que as pessoas fazem com as habilidades de leitura e de escrita, em um contexto específico, e como essas habilidades se relacionam com as necessidades, valores e práticas sociais. Em outras palavras, letramento não é pura e simplesmente um conjunto de habilidades individuais; é o conjunto de práticas sociais ligadas à leitura e à escrita em que os indivíduos se envolvem em seu contexto social. (Soares, 2007, p. 10)

Podemos compreender que, ainda que se analise apenas a dimensão individual, definir letramento não é uma tarefa fácil, devido à amplitude de diferenças de saberes individuais que precisam ser considerados como componentes do letramento. Já analisando a dimensão social, o letramento passa a ser percebido como as pessoas utilizam suas capacidades de leitura e de escrita, em situações específicas, e como relacionam suas capacidades com as exigências da sua participação na sociedade. Segundo Soares (2007), a necessidade de habilidades de letramento na nossa vida diária é óbvia; no emprego, passeando pela cidade, fazendo compras, todos encontramos situações que requerem o uso da leitura ou a produção de símbolos escritos.

Rojo e Moura (2019) exploram os conceitos de letramento, multiletramentos e novos letramentos, destacando como esses termos evoluíram ao longo do tempo e como se aplicam no contexto das Tecnologias Digitais de Informação e Comunicação (TDICs). Enfatizam ainda a importância das diferentes linguagens e mídias na ampliação das práticas de letramento, promovendo a interação e a conexão entre os indivíduos através das tecnologias digitais.

Já no contexto digital, essa definição se expande para incluir a habilidade de compreender e utilizar informações apresentadas em formatos digitais, como textos, imagens e vídeos. Assim, a alfabetização digital abrange o domínio de ferramentas e tecnologias digitais, como computadores, smartphones e internet, incluindo saber como usar os softwares, aplicativos e plataformas online. Portanto, como afirma Teberosky (2004, p. 160): “a tecnologia pode influenciar a maneira com que se define a leitura e a escrita”. Ou seja, com as mudanças tecnológicas, já não se pode apresentar a alfabetização apenas como a compreensão da língua, escrita e falada, sem o digital, mas sim, tratá-las como processos complementares. Dessa forma,

entende-se que o letramento digital está ligado à construção de competências com relação ao uso das Tecnologias Digitais, o que inclui um conhecimento fundamental de computador, dispositivos móveis, de comunicação e de informação.

Na dinâmica de avanço tecnológico que vivenciamos, o letramento digital se torna fundamental e multifacetado, levando-nos a reconhecer que se trata de uma competência complexa e abrangente, que envolve diversas habilidades e conhecimentos, e não se limita apenas ao uso de computadores ou internet. Diante desse cenário, temos uma nova e importante concepção, nomeada de letramento digital, definida em um sentido amplo:

Consideramos o conceito de letramento digital em seu sentido amplo. Enquanto tal, ele significa o domínio pelo indivíduo de funções e ações necessárias à utilização eficiente e rápida de equipamentos dotados de tecnologia digital, tais como computadores pessoais, telefones celulares, caixas-eletrônicos de banco, tocadores e gravadores digitais, manuseio de filmadoras e afins. (Xavier, 2011, p.4)

O autor acrescenta ainda que, o letramento digital requer que meios específicos de ler e escrever os códigos e sinais verbais e não-verbais, utilizando assim, interagindo fluentemente com outros sujeitos, utilizando os recursos expressivos como imagens, desenhos, vídeos.

A tarefa de definir letramento digital é bastante complexa, e há pouco mais de duas décadas, investigações vêm sendo realizadas por diversos pesquisadores, na intenção de determinar um conceito geral que possa ser aplicado coletivamente. Demonstraremos em seguida, informações da pesquisa realizada por Souza (2007), que entre as definições diversas levantadas pela autora, ela classificou-as em dois tipos: definições restritas e amplas. A autora compreende que as definições restritas se concentram em percepções que não refletem sobre as condições sócio-culturais, históricas ou políticas do grupo. Já as definições amplas nos remetem a um conceito que não indica apenas a necessidade do conhecimento utilitário relacionado ao uso da tecnologia proporcionada pelo computador, mas inclusive construção do conhecimento crítico dessa prática. Nessa concepção não estritamente técnica, é possível encontrar sugestões de conceitos que não desprezam as essências cultural e social, nos levando a olhar sob a lente das ações sociais, revelando-se então um fenômeno complexo e multifacetado. Não se trata apenas de dominar ferramentas tecnológicas, mas de participar ativamente de uma sociedade cada vez mais mediada

pelo digital. A esse respeito, é pertinente destacar o seguinte trecho:

Para a formação do leitor crítico-reflexivo, é necessária a interligação entre essas perspectivas de letramento, no sentido de potencializar práticas leitoras associadas ao contexto sociocultural dos sujeitos. Assim, o modelo ideológico de letramento não deve ser entendido como uma negação ao que propõe a vertente autônoma predominante em muitas escolas (que, também, em menor grau, apresenta práticas letradas a partir do modelo ideológico); ao contrário; essas práticas de letramento estariam vinculadas aos aspectos sociais e culturais e por eles são determinadas, o que, em outras palavras, refere-se à amplitude de significados que a leitura e a escrita assumem em diferentes contextos em que elas se fazem presente. (Silva et al, 2019, p. 30)

As pesquisas relacionadas ao letramento digital têm avançado significativamente nas últimas décadas, e esse avanço vem sendo impulsionado pelo rápido desenvolvimento das Tecnologias Digitais da Informação e Comunicação (TDIC) e pela crescente necessidade de habilidades digitais em diversos contextos educacionais e profissionais. Lima e Carvalho, 2022, destacam como o conceito de letramento digital tem evoluído e se adaptado às novas realidades digitais, ao realizar um análise qualitativa que valoriza os elementos subjetivos e contextuais, na análise de dados demonstrando que, embora o termo seja amplamente utilizado, ainda há muito a ser discutido sobre seu uso consciente e crítico.

É visível que o letramento digital impacta significativamente na educação, influenciando tanto o processo de ensino-aprendizagem, quanto a inclusão digital dos alunos. E destacamos como aspectos importantes, a inclusão digital, que permite aos alunos de diferentes situações socioeconômicas tenham acesso a recursos educacionais digitais; o desenvolvimento de competências, engajamento e motivação, pois a utilização adequada de tecnologias digitais pode aumentar o engajamento que por consequência motiva o aluno, tornando o processo de aprendizagem mais vantajoso.

Não se pode deixar de mencionar que em uma sociedade fundamentada pela aplicação de tecnologias com acesso a internet, tem-se várias formas de se conectar com o mundo, de ler, escrever, de se manifestar e aprender. É nesse dinamismo contínuo que o aluno da graduação a distância deve estar preparado para ser autônomo no processo de aprendizagem. Assim, o entendimento de letramento digital vai além da capacidade de ler, escrever, dialogar e tratar com informações e conteúdos digitais, pois também é uma competência essencial para a comunicação social, e empregabilidade. Sendo assim, para experimentar potencialmente o conteúdo

ofertado na graduação EaD, as TDIC precisam estar correlacionadas às demandas do seu uso adequado, que poderá ser proporcionado através do letramento digital, que tem como um dos principais objetivos, despertar o aluno para a formulação de ideias e argumentações bem fundamentadas sobre o mundo e suas questões.

Seguindo essa linha de pensamento, a criação de uma instrução de estudo, que especifica o “como aprender”, pode funcionar como um sistema tutorial que visa desenvolver o letramento digital, que propõe o desenvolvimento de um comportamento ativo e crítico no contato com as informações localizadas na internet, e jamais um comportamento passivo e descuidado. Trata-se de uma condição adquirida pelos que se apropriam da tecnologia digital e praticam o estudo na tela, diferente da condição do letramento de quem realiza essa prática de leitura no papel. Conforme Soares (2002 *apud* Couto, 2012) o letrado digitalmente interage com as tecnologias realizando práticas como saber pesquisar, selecionar, avaliar a informação, realizar trocas entre pares, compartilhar, ser autor, sempre utilizando os recursos da web e diferentes ferramentas para isso. Desta forma, podemos afirmar que o letramento digital é um processo semelhante ao de aprender um novo idioma, uma vez que envolve o aprendizado de tipo diferente de discurso, e por isso precisa ser desenvolvido a partir de processos especialmente dedicados a ele.

Com isso, a avaliação do aluno letrado digitalmente representa um novo desafio para educadores e instituições de ensino, pois a evolução acelerada das tecnologias digitais e sua crescente integração aos hábitos diários dos estudantes exigem novos instrumentos e metodologias de avaliação, mas principalmente a sua conscientização quanto a importância do seu empenho nas atividades avaliativas, como forma de medir o seu aproveitamento e qualificação para o mercado de trabalho.

Nesse sentido, o letramento digital é considerado essencial, uma vez que pode possibilitar a compreensão de como alcançar tal qualificação, pois objetiva a conscientização do aluno sobre a importância da exploração das possibilidades existentes no ambiente virtual de aprendizagem, que conseqüentemente gera a ampliação do conhecimento e desenvolvimento, com potencial para se tornar um profissional competente e diferenciado, por ser mais completo. Aqui podemos nos beneficiar do pensamento de Kenski (2013) quando afirma que expressivas modificações são necessárias na metodologia que orienta o ensino e a atuação docente em todos os níveis de escolaridade para que possa existir a opção de educar com o computador, ou seja, uma ressignificação do papel do professor é fundamental

para uma nova lógica de ensinar. Nesse momento, para incorporarmos esse pensamento da autora, devemos substituir o termo ‘professor’ por ‘tutor’, que é quem está “próximo” do aluno no EaD, e para isso é possível implementar funcionalidades que venham a despertar o estudante para atitudes conscientes que podem promover um aproveitamento mais significativo dos conteúdos ofertados.

Percebe-se que a falta de autonomia digital é um fator preocupante entre os alunos da graduação EaD, considerando que embora atualmente, a maioria dos estudantes estão constantemente conectados a seus smartphones, vendo vídeos, acessando e editando imagens, postando suas rotinas, mesmo que em níveis diferentes de domínio dessas ferramentas, nem sempre possuem a habilidade de se atualizar sobre as tecnologias, identificando as oportunidades para agregá-las à sua rotina de estudo, resultando em uma aprendizagem mais expressiva e conectada às práticas sociais da atualidade, e ter uma atitude crítica no que se refere às informações acessadas. Mas isso certamente não pode ser compreendido como o maior dos obstáculos, pois o maior inconveniente é a ausência da percepção sobre a importância de usufruir dos benefícios abrangidos nas atividades propostas no curso de graduação. Assim podemos afirmar que o letramento digital constitui-se da aplicabilidade da capacidade do aluno, de não apenas ler, e escrever seus textos em ambientes tecnológicos, mas inclusive, consumir de forma sensata e analítica. Freitas (2010), nesse sentido, pensa que o letramento digital pode ser definido como um conjunto de habilidades.

Compreendo letramento digital como o conjunto de competências necessárias para que um indivíduo entenda e use a informação de maneira crítica e estratégica, em formatos múltiplos, vinda de variadas fontes e apresentada por meio do computador-internet, sendo capaz de atingir seus objetivos, muitas vezes compartilhados social e culturalmente. (Freitas, 2010, p. 340).

Dessa forma, compreender o letramento digital como um conjunto de competências que permite ao indivíduo acessar, interpretar e utilizar criticamente informações em ambientes mediados por tecnologias digitais, é reconhecer sua relevância na formação cidadã e acadêmica.

2.1 COMPETÊNCIAS DIGITAIS

A sociedade atual provoca demandas de ensino e aprendizagem específicas do meio que estamos inseridos e do tempo que vivemos, que embora nos cause

inquietações, tem favorecido a disseminação das informações produzidas, por meio da internet. Esse panorama de mudanças constantes estimuladas pelas inovações tecnológicas, requer um sujeito letrado digitalmente, e que lhe seja viabilizado o desenvolvimento das competências digitais necessárias para se adaptar e progredir na era digital. Essa perspectiva é reforçada por Behar:

Logo, exige-se uma mudança de paradigma na educação, de um modo geral, que acompanhe as transformações da sociedade. As práticas focadas apenas em conteúdos ou na “transmissão de conhecimentos” e na figura do professor são superadas diante desse novo panorama. Assim, é necessário exercer práticas interativas com foco no aluno e que sejam baseadas na criação de situações de aprendizagem desafiadoras. (Behar 2013, p. 43)

O estudante deve ser reconhecido como um sujeito ativo na construção do seu conhecimento, e não um mero receptor de informações. Com isso, a aprendizagem de competências implica que o estudante se expresse com o conhecimento que já detém e com as suas experiências prévias, se colocando diante de novas informações, desafios e situações que o estimulará a questionar, adaptar e construir novos conhecimentos. Mas não se pode exigir do estudante, uma competência, a qual não lhe foi viabilizado desenvolver. Nesse sentido, vale destacar a análise de Gaspar:

A aprendizagem de competências exige uma atitude construtivista pelo que prevê um percurso com momentos de confronto entre o que já existe e o que é novidade. Obriga à realização continuada de um conjunto de actividades coerentes, à contratualização individual com o aprendente, de forma a que este perceba, aceite e valorize a sua diferença, ao incremento do trabalho de projecto e ao fortalecimento da avaliação formativa. (Gaspar, 2004, p. 63)

Assim, a atuação do estudante deve ser planejada, visando a estruturação e o desenvolvimento da competência, gradualmente e de forma sequencial. Estimular o estudante na definição de objetivos acadêmicos, profissionais individuais, quanto ao processo de aprendizagem, para que sinta-se autor e responsável pelo seu próprio desenvolvimento. Reconhecer e valorizar a individualidade e a singularidade de cada estudante, é fundamental para que ele se sinta motivado e competente a aprender.

Nesse ponto é essencial citar que em dezembro de 2022, a Câmara dos deputados aprovou o projeto que criou a Política Nacional de Educação Digital, que visa viabilizar inclusão, capacitação, especialização, pesquisa e educação escolar digitais. Seu objetivo é garantir que toda a população brasileira tenha iguais possibilidades de acesso à tecnologia com o propósito de ingressar no mercado de trabalho e exercer a cidadania de forma efetiva.

A Lei de Educação Digital (Lei nº 14.533/2023) e a expectativa de melhoria na capacidade dos alunos de acessar, avaliar e utilizar informações digitais de forma eficaz estão interligadas de diversas maneiras, e entre elas podemos mencionar alguns pontos que estão diretamente relacionados ao tema dessa pesquisa. A lei reconhece a importância da educação digital para a formação de cidadãos capazes de interagir de forma crítica e responsável na sociedade digital. Ao promover a inclusão digital e o letramento digital, a lei almeja que os cidadãos desenvolvam habilidades essenciais para o mundo atual, como a capacidade de buscar, analisar e interpretar informações de diversas fontes digitais. A lei também incentiva o desenvolvimento de competências digitais nos estudantes, que incluem a capacidade de utilizar ferramentas e tecnologias digitais de forma ética e segura, além de possibilitar compreender os impactos da tecnologia na sociedade, destacando que essas competências são fundamentais para que os alunos possam acessar, avaliar e utilizar informações digitais de forma eficaz, tanto na vida profissional, quanto na vida pessoal.

Na EaD, a reflexão e a autoavaliação desempenham um papel fundamental no desenvolvimento contínuo do estudante. Pois são processos que lhes permitem análise e ajuste constantes das suas estratégias de estudo, identificando os métodos e formas de organização do tempo que melhor se adequam ao seu perfil. Ao desenvolver e praticar essas habilidades, o estudante entra em um ciclo de aprimoramento, no qual não apenas assimila o conteúdo acadêmico, mas também se conscientiza sobre suas capacidades inerentes, e identifica suas limitações, buscando estratégias para superá-las. Atitudes que contribuem para uma postura mais ativa, autônoma e responsável diante do próprio aprendizado.

Quando o foco é o estudante da graduação EaD, do ambiente virtual, devemos enfatizar que ele é o protagonista do seu aprendizado, e essa é a motivação de diversos pesquisadores têm se empenhado na investigação sobre as competências digitais desses estudantes. E assim compreender melhor as competências que necessitam para ter sucesso neste modelo de ensino.

Queiroz, Jucá e Silva, (2024), ao desenvolver um e-book, que é um guia prático das competências do estudante EaD, optaram por abordar 11 competências mapeadas por Silva (2012) e consolidadas por Behar (2013). No decorrer do referido guia, encontra-se insights, como as próprias autoras descrevem, sobre:

- Autonomia: como ser proativo e responsável por seu próprio aprendizado.
 - Flexibilidade: a importância de se adaptar a novos cenários e desafios.
 - Autoavaliação: desenvolver a capacidade de analisar seu desempenho e identificar áreas de melhoria.
 - Presencialidade Virtual: como estar presente e engajado mesmo em ambientes virtuais.
 - Fluência Digital: dominar as ferramentas digitais que potencializam o aprendizado.
 - Reflexão: a habilidade de avaliar o processo de aprendizado e ajustar suas estratégias.
 - Organização: estruturar seu tempo e atividades de forma eficiente para alcançar melhores resultados.
 - Comunicação: colaborar e expressar suas ideias de maneira clara em ambientes virtuais.
 - Administração do Tempo: como gerenciar seu tempo e responsabilidades com eficácia.
 - Trabalho em Equipe: a importância da colaboração no ambiente digital.
 - Motivação: manter-se focado e comprometido com suas metas acadêmicas.
- (Queiroz, Jucá e Silva, 2024, p. 9)

Essas percepções são as bases para o desenvolvimento de habilidades e atitudes que tornam o estudante de EaD mais proativo, autônomo, resiliente e eficaz em seu aprendizado. Todas as transformações ocorridas na educação a distância influenciam e remodelam a configuração do ensino e da aprendizagem com foco direcionado ao on-line, provocando gradativamente, e cada vez mais, a necessidade de desenvolvimento de competências digitais não apenas da perspectiva do estudante, mas inclusive da perspectiva docente. Percebe-se que nos últimos anos o número de estudos relacionados à intersecção entre as temáticas 'competência digital' e 'ensino superior' vem crescendo. Roda et al. (2024) analisaram doze artigos e elaboraram um quadro com definições de competência digital que diziam respeito à população geral, que reproduzimos abaixo:

Quadro 3 - Definições de competência digital a respeito da população geral

| Autores | Definição |
|---|--|
| Burgos-Videla <i>et al.</i> (2021) | Competência digital está relacionada com a transferência de informação e criação de espaços de inovação. |
| Heidari <i>et al.</i> (2021) | Competência digital refere-se à habilidade de usar as tecnologias digitais de forma eficaz e à capacidade de analisar criticamente as informações on-line. |
| Martínez-Serrano; Ocaña-Moral; Pérez-Navío (2021) | Competência digital está relacionada a valores, crenças, conhecimentos, habilidades e atitudes para usar adequadamente as tecnologias, incluindo computadores e seus diversos programas e a internet, que permitem e possibilitam a busca, o acesso, a organização e o uso da informação para a construção do conhecimento. |
| Pérez-Navío; Ocaña-Moral; Martínez-Serrano (2021) | A competência digital envolve o uso confiante e crítico das tecnologias para trabalho, lazer e comunicação. É sustentada por habilidades básicas em TIC: uso de computadores para recuperar, avaliar, armazenar, produzir, apresentar e trocar informações, bem como para se comunicar e participar de redes colaborativas via internet. |
| Zhao; Llorente; Gómez (2021) | A competência digital é definida como um conjunto de conhecimentos, habilidades e atitudes ao usar tecnologias digitais para otimizar efetivamente nossa vida cotidiana. |
| Martzoukou <i>et al.</i> (2022) | Competência digital relaciona-se não apenas com a execução de tarefas digitais, mas também com a compreensão das implicações da segurança legal da informação, da proteção de dados pessoais dos clientes, do tratamento ético geral da informação, bem como consciência informada das restrições e oportunidades que o ambiente on-line apresenta para os outros (cotrabalhadore, clientes ou grupos profissionais), desenvolvendo uma atitude inclusiva e compreensão das divisões digitais. |
| Scheel; Vladova; Ullrich (2022) | As competências digitais vão além das habilidades operacionais e do conhecimento sobre como usar uma determinada tecnologia ou informação e incluem também a capacidade de as usar de forma crítica e eficiente. |
| Tzafilkou; Perifanou; Economides (2022) | Competência digital percebida reflete conhecimento e habilidades baseados em tecnologias de informação e comunicação (TIC), que podem ser usados para executar tarefas relacionadas às TIC. |

Fonte: Roda et al. Competências Digitais de Alunos do Ensino Superior: uma Revisão Sistemática da Literatura Internacional. EaD em Foco. (2023, p.10)

Dentre as oito definições que compõem o quadro acima, identificamos duas como sendo as mais abrangentes: Pérez et al., 2021, e Martzoukou et al., 2022. É notável que essas duas definições se complementam, pois se percebe que o uso seguro e questionador das tecnologias deve estar acompanhado da responsabilidade.

Entre 2014 e 2018, Silva e Behar construíram um modelo de competências digitais focado no aluno da educação a distância, por meio de uma pesquisa desenvolvida como tese de doutorado, na Universidade Federal do Rio Grande do Sul (UFRGS), no Programa de Pós-Graduação em Informática na Educação (PPGIE). As autoras descrevem seu trabalho da seguinte forma:

O MCompDigEAD com foco no domínio tecnológico está organizado através de um quadro contendo três competências digitais: alfabetização digital, letramento digital e fluência digital, seis áreas do domínio tecnológico: 1. Introdução às tecnologias digitais, 2. Comunicação digital, 3. Gestão da

informação em rede, 4. Saúde e segurança digital, 5. Presencialidade e civismo digital e 6. Criação e desenvolvimento de conteúdo digital, quatorze competências específicas, detalhadas através dos conhecimentos, habilidades e atitudes (CHA), totalizando 328 elementos. Cada competência específica possui três níveis de proficiência, 1) Inicial, 2) Intermediário e 3) Avançado com exemplo de casos de uso. A síntese do modelo pode ser vista através da Tabela 1 – no Anexo 1.’ (Behar e Silva, 2018, p. 7)

O referido modelo concebe a construção das competências digitais progressivamente, partindo das competências específicas da alfabetização digital, seguindo para o letramento digital, em direção à fluência digital. Trata-se de um modelo brasileiro que visa desenvolver e aprimorar as competências digitais de alunos da modalidade a distância. Embora não se fundamente diretamente no DigComp, um *framework* europeu de competências digitais, o MCompDigEAD compartilha de alguns princípios e objetivos com a referência europeia. Ambos os modelos visam capacitar os indivíduos para o uso efetivo e seguro das tecnologias digitais e reconhecem a importância das competências digitais para a participação na sociedade da informação e para o desenvolvimento pessoal e profissional.

O DigComp (Quadro Europeu de Competências Digitais para Cidadãos) é um quadro de referência desenvolvido pela Comissão Europeia para ajudar a compreender e desenvolver as competências digitais dos cidadãos. Ele define e descreve as áreas de competência digital consideradas essenciais para a participação plena na sociedade digital. Esse quadro de referência foi concebido a partir de 5 dimensões:

- Dimensão 1: áreas de competência identificadas.
- Dimensão 2: competências pertinentes para cada área.
- Dimensão 3: níveis de proficiência previstos para cada competência.
- Dimensão 4: exemplos de conhecimentos, habilidades e atitudes aplicáveis a cada competência (os exemplos não são diferenciados em níveis de proficiência).
- Dimensão 5: exemplos de aplicação da competência a diferentes propósitos. Neste caso concreto, os propósitos de aplicação dirigem-se à Aprendizagem e ao Emprego. Outros propósitos de aplicação que podem ser tidos em linha de conta são o Lazer, o Social, o Comprar e Vender, a Cidadania e o Bem-estar. (Ferrari, Punie, Redecker, 2013, p. 11 – tradução nossa)

Para entender melhor como essas dimensões possibilitam uma compreensão global das competências digitais, vamos a seguir apresentar uma síntese da ideia desenvolvida pelas autoras:

Dimensão 1: Envolve a capacidade de pesquisar, avaliar e gerenciar informações e dados digitais; foca na comunicação através de tecnologias digitais, incluindo a participação em redes sociais e a colaboração online; inclui a criação e edição de novos conteúdos digitais, bem como a compreensão dos direitos autorais e licenças; abrange a proteção de dispositivos, dados pessoais e privacidade, além da saúde e bem-estar digital; refere-se à identificação de necessidades e problemas digitais, bem como à resolução de problemas técnicos e à inovação através de tecnologias digitais.

Dimensão 2: Inclui competências como, navegação, pesquisa e filtragem de dados, avaliação de informações e gerenciamento de dados; interação através de tecnologias digitais, compartilhamento de informações e colaboração online; desenvolvimento de conteúdo, integração e reelaboração de conteúdo digital, e compreensão de direitos autorais; proteção de dispositivos, proteção de dados pessoais e privacidade, e bem-estar digital; e resolução de problemas técnicos, identificação de necessidades e respostas criativas.

Dimensão 3: Define níveis de proficiência para cada competência, que são geralmente categorizados em três níveis principais:

- Básico: Conhecimento e habilidades iniciais.
- Intermediário: Capacidade de aplicar conhecimentos e habilidades em contextos variados.
- Avançado: Capacidade de resolver problemas complexos e inovar usando tecnologias digitais

Dimensão 4: Para cada competência, o DigComp fornece exemplos de conhecimentos, habilidades e atitudes. Por exemplo:

- Conhecimentos: Saber como usar ferramentas de pesquisa online.
- Habilidades: Capacidade de avaliar a credibilidade das fontes de informação.
- Atitudes: Ter uma abordagem crítica e reflexiva ao usar informações digitais

Dimensão 5: As competências digitais podem ser aplicadas a diversos propósitos, como:

- Aprendizagem: Uso de tecnologias digitais para acessar recursos educacionais e colaborar em projetos.
- Emprego: Utilização de ferramentas digitais para tarefas profissionais, comunicação e colaboração no ambiente de trabalho.
- Lazer: Participação em redes sociais e criação de conteúdo digital para

entretenimento.

- Social: Comunicação com amigos e familiares através de plataformas digitais.
- Comprar e Vender: Uso de plataformas digitais para comércio eletrônico.
- Cidadania: Participação em iniciativas cívicas e acesso a serviços públicos online.
- Bem-estar: Uso de aplicativos de saúde e bem-estar digital

Essa estrutura foi organizada por Ferrari (2013), a partir de um referencial, um conjunto de critérios que foi utilizado para avaliar o Referencial eCompetence. Esse modelo se refere a uma estrutura que define as competências digitais necessárias para profissionais em Tecnologias da Informação e Comunicação (TIC), apresentando 4 dimensões, mas optou-se por adicionar uma quinta dimensão, que se refere às finalidades da aplicabilidade, levando-se em conta que o DigComp pode ser aplicado em diferentes contextos. Além do eCompetence, o Common European Framework of Reference for Languages (CEFR) (em português: Quadro Europeu Comum de Referência para as Línguas - QECR), também serve como base:

O QECR disponibiliza uma grelha de autoavaliação que apresenta três níveis de proficiência (cada um deles dividido ainda em dois subníveis) e que é, também, apoiada por um conjunto de descritores que define os padrões para a avaliação dos resultados de aprendizagem de línguas estrangeiras. A estrutura do QECR é evidente, em especial nos níveis de proficiência propostos no DigComp. (Ferrari e as outras, 2013, p. 11)

Segundo Behar e Silva (2019, p.23), para ter melhor compreensão do aluno da EaD, também é necessário compreender que existem diferentes perfis, que são definidos por suas diferentes gerações. Entende-se então que por esse motivo, na era digital, os usuários de tecnologia nascidos após a propagação das tecnologias digitais são classificados de diferentes formas, afim de definir sua relação com a tecnologia. Conforme explica Gómez:

Estamos diante da primeira geração que domina as poderosas ferramentas digitais que são utilizadas para acessar e processar a informação que interfere na vida econômica, política e social, e ela faz isso melhor do que os mais velhos: pais, mães e professores. (Gómez, 2015, p. 27)

Mas essa realidade não nos assegura de que devido a essa relação estreita com

a tecnologia, o aluno da graduação EaD esteja corretamente orientado para usufruir pontencialmente do conteúdo que lhe é apresentado. Essa aglomeração de dados pode, muitas vezes, não produzir formação efetiva, mas sim, incertezas e desinformação. Essa perspectiva é evidenciada na seguinte citação:

A enxurrada de dados que nos atinge leva a atalhos desleixados, como selecionar e-mails pelo assunto, pular muitas das mensagens de voz, ler por alto mensagens e memorandos. Não é apenas que tenhamos desenvolvido hábitos de atenção que nos tornam menos eficientes, mas que o peso das mensagens nos deixa muito pouco tempo para simplesmente refletir a respeito do que elas realmente significam. (Goleman, 2013, p.15):

Nesta perspectiva, no desenvolvimento da educação a distância, a organização pedagógica dos conteúdos em ambientes virtuais e interativos deve proporcionar uma aprendizagem condizente com as necessidades de formação nos diferentes níveis de ensino, garantindo a disseminação, transformação e construção de saberes que sejam relevantes, por meio do desenvolvimento de diferentes atividades que proporcionem momentos de aprendizagem dos conteúdos.

Em 2023, Behar e Silva, realizaram a revisão do Modelo de Competências Digitais para alunos na Educação a Distância (MCompDigEaD), proposto em 2018, devido a acelerada transformação tecnológica de diversos aspectos da sociedade, exigindo o estabelecimento de novos requisitos, e mudanças no modelo, passando assim por atualizações significativas para se adequar às novas demandas da sociedade digital e às transformações no cenário educacional.

O modelo foi atualizado com uma linguagem contemporânea e alinhada às práticas digitais contemporâneas, incorporando novos conceitos e expressões que refletem a evolução tecnológica e pedagógica. As áreas de competência foram reestruturadas para melhor contemplar as necessidades atuais dos estudantes da EaD. Isso inclui uma nova categorização das competências digitais, com foco em habilidades práticas e cognitivas mais relevantes. Os níveis de domínio das competências foram revistos, permitindo uma avaliação mais precisa do progresso dos alunos em relação às habilidades digitais. A nova versão propõe estratégias pedagógicas específicas, para o desenvolvimento das competências digitais, oferecendo orientações práticas para educadores e instituições. E ainda foi incorporado um instrumento de autoavaliação, para que os próprios estudantes possam identificar suas competências digitais e áreas que precisam ser desenvolvidas, propondo a autonomia e a autorreflexão. Essas mudanças

representam que a necessidade de adaptação do modelo, às transformações tecnológicas e às novas formas de interação e aprendizagem no ambiente digital, deve ser permanente.

As autoras analisaram dados coletados a partir de uma série de atividades, onde os alunos dividiram-se em grupos para explorar a estrutura do modelo, das competências gerais, das específicas, do CHA, dos casos de uso e da escala de proficiência. Behar e Silva (2023, p.10), com relação as áreas do modelo foram realizados apontamentos em quatro áreas: Gestão da Informação em Rede, Criação e Desenvolvimento de Conteúdo Digital, Civismo Digital e Transversal.

Quanto ao estudante de Publicidade e Propaganda EaD, que é o foco dessa pesquisa, sem desprezar as outras duas, podemos destacar:

Área - Criação e Desenvolvimento de Conteúdo Digital A definição da área de criação e desenvolvimento de conteúdo é: Planejar, construir, integrar, reelaborar e implementar conteúdo digital. Composta por uma competência específica, a Produção de conteúdo digital envolve o desenvolvimento e/ou integração ou reelaboração de conteúdo modificando, refinando e combinando recursos existentes bem como a compreensão dos direitos autorais e licenças aplicadas à utilização e à construção de conteúdos em rede. Para os alunos esta área é muito importante, entretanto indicaram que além de criar conteúdo o estudante da EaD precisa saber compartilhar. Entretanto, na competência de: Avaliação e compartilhamento da informação, que pertence a área da Gestão da Informação, já existe a definição sobre compartilhamento. Desta forma ao compreender que muitos elementos pertencem a mais de uma competência, não houve necessidade de definir o compartilhamento do conteúdo, também na área de criação, pois os elementos acabariam se repetindo. Na competência de Produção de conteúdo, os alunos apontaram a necessidade de detalhar a definição sobre o plágio e uso de referências. (Behar e Silva, 2023, p. 11)

Essa área recebeu visibilidade na pesquisa, devido ao fato de que o profissional de Publicidade e Propaganda é o responsável por elaborar e implementar estratégias de comunicação que visam promover produtos, serviços, ideias ou interesses comuns, influenciando a postura e as escolhas do público.

3. METODOLOGIA

O problema da pesquisa foi identificado mediante observação e análise do padrão de comportamento dos alunos da graduação de Publicidade e Propaganda EaD, do centro Universitário Internacional Uninter. Percebeu-se dificuldade de interpretação das propostas de tarefas e sua execução, baixa autonomia no uso da plataforma educacional e resistência ou insegurança no uso de ferramentas digitais pertinentes ao estudo da graduação EaD. O problema foi então definido da seguinte forma: **Como promover o desenvolvimento do letramento digital de estudantes de EaD do curso de Publicidade e Propaganda da Uninter?**

OBJETIVO GERAL:

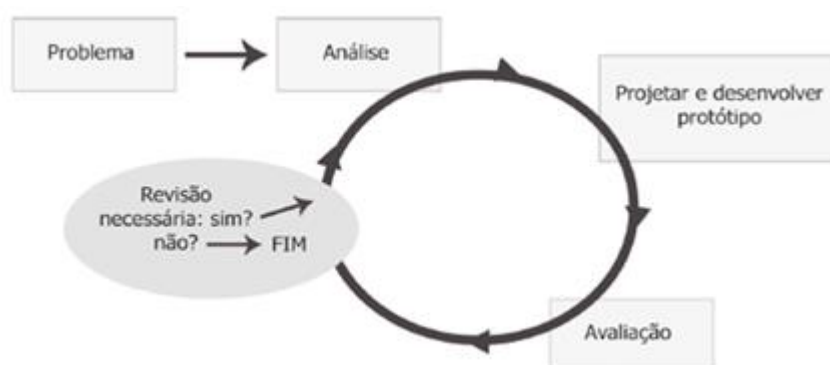
Desenvolver uma estratégia pedagógica para promover o letramento digital dos estudantes de EaD do curso de Publicidade e Propaganda da Uninter.

Objetivos específicos:

- Compreender o perfil dos estudantes (dados da CPA);
- Analisar as competências digitais necessárias para o estudo em EaD.;
- Desenvolver um produto educacional.

A partir da identificação deste problema, optou-se pela pesquisa qualitativa-exploratória, associada à pesquisa aplicada, para compreender o conceito de “letramento digital” e sua importância para capacitar os estudantes para uma atuação ativa e crítica nos estudos e na sociedade contemporânea, marcada pela onipresença da tecnologia, bem como prepará-los para enfrentar os desafios e aproveitar as oportunidades que se delineiam no futuro. Para isso propôs-se uma estratégia para melhorar a forma como os estudantes calouros estudam, que resultou no produto que é parte integrante desta dissertação. Esta etapa aplicada da pesquisa se baseou no conceito de pesquisa-aplicação, que segundo Plomp et al (2018, p. 32) se estrutura a partir do seguinte modelo:

Figura 1 - Ciclo sistemático de elaboração da pesquisa



Fonte: Plomp et al.(2018).

1. Problema – Identificação de uma questão ou desafio educacional.
2. Análise – Estudo do contexto, levantamento de necessidades e revisão teórica.
3. Projetar e desenvolver protótipo – Criação de uma intervenção educacional inicial (ex: material didático, estratégia pedagógica).
4. Avaliação – Verificação da efetividade e praticidade do protótipo. Após a avaliação, o processo exige a decisão: “A revisão é necessária?” Se sim, o ciclo recomeça com os devidos ajustes; se não, o processo é concluído.

Num primeiro momento, foram realizadas pesquisas bibliográficas sobre os temas correlatos competências e letramento digital, incluindo a participação em grupo de pesquisa voltado ao estudo desta temática. Em seguida, foram coletados dados obtidos na pesquisa do perfil socioeconômico da graduação EaD, realizada pela Comissão Própria de Avaliação - CPA.² Conforme relatório disponibilizado, os estudantes de Publicidade e Propaganda EaD da instituição alvo dessa pesquisa apresentam o seguinte perfil: 39,6% têm entre 21 e 25 anos; 73,1% estudaram em escola pública e concluíram o ensino médio há um tempo médio entre 1 e 5 anos; 77,9% concluíram o ensino médio regular. Ainda é relevante citar que 23,9% ingressaram no curso superior por acreditar que podem aumentar a chance de conseguir um emprego; 23,6% desejam aumentar conhecimento e cultura geral / realização; 22,6% pretendem complementar a formação; 9,0% almejam promoção e aumento de salário; 18,9%

² Relatório Pesquisa de Perfil Socioeconômico - EaD, Semipresencial e Ao Vivo – 2024. Período de aplicação: de 09 a 24 de março de 2024.

buscam qualificação para negócio próprio. Desses estudantes 64,7% estão tendo a primeiro contato com a EaD nessa ocasião.

Ainda foi realizada a análise e interpretação dos dados coletados no sistema de avaliação do curso EaD, que nos possibilita gerar relatório detalhado com informações como: tempo de realização, intervalo entre as três tentativas de realização que o aluno tem direito, e notas obtidas. Também foram coletadas e analisadas informações obtidas no relatório de pesquisa da Comissão Própria de Avaliação – CPA, aplicada com o corpo discente da graduação EaD, na instituição de ensino em questão. A pesquisa da CPA ocorre periodicamente, pela aplicação de questionário eletrônico por meio do AVA. O instrumento avalia diversos aspectos quem compõem o curso e a jornada do estudante na EaD: a qualidade das videoaulas e do material didático das disciplinas disponibilizado aos alunos; o esclarecimento de dúvidas de conteúdo por meio do canal de tutoria on-line; a efetividade e pertinência do processo avaliativo, abordando as provas objetivas e discursivas, entre elas as atividades pedagógicas online (APOls) – ponto de partida para o surgimento desta pesquisa. Nessa etapa foram considerados os padrões desenvolvidos na realização das atividades, visando compreender a atitude adotada pelos estudantes, quanto à relevância do aproveitamento dos conteúdos e atividades propostas, sua importância, e vantagens de usufruir desse momento de estudo e pesquisa.

Tendo em mãos os dados obtidos nos relatórios acima citados, porém não descritos nessa pesquisa, por questões éticas, mas que contribuíram para a o processo de análise, conjuntamente com as pesquisas bibliográficas e documental, partiu-se para a elaboração do roteiro do produto, levando-se em consideração o conteúdo pesquisado, buscou-se compreender a lacuna que impossibilita o estudante de desfrutar devidamente dos conteúdos e oportunidades de construção do conhecimento. E então analisou-se de que forma seria mais eficiente abordá-lo, despertando-o para a importância de potencializar suas habilidades técnicas, em direção ao desenvolvimento de competências digitais.

Após a produção do produto, este será avaliado por uma técnica de painel de especialistas. Segundo Pinheiro, Queiroz e Farias (2013), trata-se de uma técnica de pesquisa qualitativa que pode ser usada tanto na fase exploratória quanto como parte da coleta de dados. Nesse caso, o painel foi usado para avaliar um produto educacional, o que se encaixa na segunda modalidade: como técnica de validação e análise crítica de um material. Dessa forma, o painel teve como objetivo avaliar a

qualidade, aplicabilidade e coerência pedagógica do manual “Manual de Sobrevivência Digital para Estudantes de Publicidade para o EaD”, considerando aspectos como:

- Clareza e relevância dos conteúdos.
- Adequação às competências digitais esperadas no EaD.
- Potencial de engajamento e aplicabilidade prática para estudantes de Publicidade.

Para a composição do painel, deve-se determinar quais critérios são relevantes para escolher os especialistas. Optou-se por incluir profissionais que se enquadrassem em alguma destas três categorias:

- Professores e tutores de EaD em geral, bem como de cursos da área de comunicação.
- Pesquisadores em letramento digital, tecnologias educacionais ou metodologias ativas.
- Profissionais do mercado publicitário com experiência em formação ou capacitação.

Além disso, entendeu-se como essencial que essas pessoas tivessem alguma forma de contato direto com o contexto do produto — seja por experiência prática, acadêmica ou institucional. Assim, definiu-se a seguinte lista de critérios para a formar o painel de especialistas:

1. Condições gerais:

- Experiência com EaD ou ensino superior.
- Atuação em áreas como Publicidade, Comunicação, Pedagogia, Tecnologia Educacional.
- Disponibilidade e interesse em contribuir com feedback crítico.

2. Diversificação dos perfis:

- Incluir diferentes profissionais com experiência em diferentes funções e experiências (professores, tutores e pesquisadores).

Uma vez definidos esses critérios, foram escolhidos 5 profissionais que até

então não haviam tido qualquer contato com a pesquisa. Apesar de trabalharem na mesma instituição que a pesquisadoras, atuam em departamentos distintos, não tendo relação direta com o público-alvo. Eles e elas receberam um convite por email, que trazia uma breve explicação sobre o objetivo da pesquisa.

Estes profissionais são: professores, tutores e coordenadores de graduação e pós-graduação. Mestres, doutores e doutorandos na área de comunicação e administração, com ampla experiência em Educação a Distância (EaD), conforme demonstra dados do quadro a seguir:

Quadro 4 - Quadro demonstrativo da experiência dos componentes do painel de especialistas

| | ÁREA DE ATUAÇÃO | TEMPO DE EXPERIÊNCIA EM EaD |
|----|--|-----------------------------|
| 01 | Comunicação | 10 anos |
| 02 | Docência presencial, EaD, semipresencial e telepresencial. | 20 anos |
| 03 | Comunicação / Jornalismo | 7 anos |
| 04 | Pós-Graduação em Comunicação EaD | 14 anos |
| 05 | Coordenação do Curso de Publicidade e Propaganda | 22 anos |

Fonte: Elaborado pela autora

A avaliação foi conduzida pela aplicação de um questionário online a respeito do produto. Os avaliadores receberam links para o texto e o vídeo do produto, e responderam a perguntas que buscaram avaliar os seguintes aspectos:

- Clareza e linguagem acessível.
- Coerência entre objetivos e conteúdo.
- Aplicabilidade prática na EaD.
- Estímulo ao pensamento crítico e à autonomia do estudante.
- Inclusão de estratégias de aprendizagem ativa (como mapas mentais, Cornell, etc.).

Quadro 5 - Etapas para convocação do painel

| ETAPA | AÇÃO |
|-----------------------------|--|
| 1. Convite | Enviar convite com objetivo da pesquisa, por email. |
| 2. Envio do produto | Compartilhar o manual em PDF e vídeo. |
| 3. Instrumento de avaliação | Aplicar questionário com base nos critérios definidos. |
| 4. Análise | Sistematizar as respostas e identificar padrões, sugestões e críticas. |

Fonte:Elaborado pela autora.

O questionário que foi aplicado aos especialistas pode ser consultado no apêndice 1.

3.1 LEVANTAMENTO DE PRODUTOS SEMELHANTES

Verificou-se que algumas instituições de ensino superior possuem cursos de Publicidade e Propaganda a distância com atenção em mídias digitais e com projetos que buscam aproximar o aluno da prática de mercado, o que, em certa medida, contribui para o letramento digital. Além disso, algumas instituições de ensino oferecem cursos livres ou de curta duração sobre letramento digital. Porém, percebeu-se que o tema é abordado de forma inadequada, com foco em ferramentas. Pois a Fundação Bradesco, por exemplo, oferta um curso gratuito focado em noções básicas para navegação, uso de ferramentas de busca e segurança online, e o nomeia como curso de Letramento Digital³. Outro exemplo de instituição que oferece cursos do tipo é o Senac⁴, que propõe o curso Mundo do Trabalho: letramento digital, com temas mais específicos sobre a inserção no mercado de trabalho e produção de conteúdo digital. Entretanto, não localizou-se nenhum material com as características do produto proposto.

³ <https://www.ev.org.br/cursos/letramento-digital>

⁴ <https://www.sp.senac.br/cursos-livres/curso-de-mundo-do-trabalho-letramento-digital#:~:text=Voc%C3%AA%20aprender%C3%A1%20a%20se%20preparar,se%20adaptando%20%C3%A0s%20novas%20tecnologias.&text=Posso%20fazer%20este%20curso%3F>

4. DESCRIÇÃO DO PRODUTO

A transformação digital vem remodelando constantemente os processos de ensino e aprendizagem, especialmente no contexto da Educação a Distância (EaD). Nessa perspectiva, é essencial que os estudantes desenvolvam competências para a devida adequação às novas condições. O modelo MCompDigEaD 2.0, elaborado por Silva Behar (2023), propõe uma estrutura integrada de desenvolvimento de competências digitais para alunos da EaD, organizada em três dimensões interdependentes: Alfabetização Digital, Letramento Digital e Fluência Digital. Essas dimensões compõem a tríade que fundamenta o produto dessa pesquisa, sendo compreendidas como processos contínuos e complementares:

- Competências digitais que se referem ao domínio técnico e operacional das tecnologias, incluindo conhecimentos, habilidades e atitudes necessárias para o uso eficaz de dispositivos, ferramentas e plataformas digitais;
- Letramento digital que amplia essa perspectiva ao incorporar a capacidade crítica de interpretar, avaliar e produzir conteúdos digitais, promovendo a cidadania e a ética no uso das tecnologias; e
- Leitura e estudo digital que emerge como uma prática transversal, se referindo a aplicação de conhecimentos que são relevantes para várias áreas do conhecimento e/ou disciplinas, úteis ou aplicáveis a vários aspectos da vida do estudante. Essencial para a construção do conhecimento em ambientes virtuais, exigindo estratégias específicas de organização, curadoria e análise da informação.

O produto da pesquisa é um instrumento de aprendizagem que pretende desenvolver os itens 1 e 2 do modelo de competências construído por Behar e Silva, (2018, p.7), através de uma rota de aprendizagem, composta de texto e vídeo, com o objetivo de direcionar o estudante para a compreensão do que é letramento digital, e como ele pode intensificar sua leitura, criatividade e visão crítica no mundo *online* — essencial para quem trabalha no campo da comunicação. E ainda, auxiliando o estudante a identificar seus pontos fracos, e quais precisa fortalecer. Desta forma, apresenta-se um material voltado para desenvolver o letramento digital, ajudar o estudante a manter constância nos processos de estudo baseado em conteúdos digitais, desenvolvendo a percepção da totalidade do texto e a capacidade para lidar com tarefas mais complexas, indo além de pesquisas rápidas e leituras superficiais.

Na elaboração do produto, buscou-se tratar o estudante não como mero receptor da informação transmitida pelo docente, mas a se envolver ativamente com o material de estudo, fazendo anotações, resumindo textos e formulando perguntas que podem lhe ajudar a internalizar melhor o conteúdo. O estudante necessita ainda explorar os diferentes tipos de recursos, como vídeos e podcasts, para enriquecer a experiência de aprendizagem e atender a diferentes estilos de aprendizagem. Precisa também desenvolver habilidades de gestão do tempo, um ponto crucial para o sucesso na educação a distância, criando um cronograma de estudos e estabelecendo prioridades, o que pode auxiliá-lo a se manter organizado e produtivo.

Todas essas são ações que almejam levá-lo à compreensão de que deve ser autônomo para acessar os conteúdos do seu curso e desenvolver as habilidades necessárias para se tornar um profissional qualificado. Neste sentido, busca-se despertá-lo para a relevância da utilização responsável das ferramentas tecnológicas, possibilitando a adequada realização das atividades propostas no curso de graduação na modalidade a distância. Esse instrumento foi elaborado em forma de rota de aprendizagem, concebida como um texto digital e multimodal, com uma sequência de ações criada para orientar o aluno sobre como usufruir ao máximo dos conteúdos propostos, o que é fundamental para o sucesso do aprendizado online, viabilizando mais possibilidades de crescimento profissional. Embora a observação realizada quanto à conduta e o desempenho dos estudantes na realização da APOL (atividade pedagógica online) tenha sido o ponto de partida para essa pesquisa, a proposta do produto vai além do seu escopo, não estando direcionada exclusivamente à realização dessa atividade.

Esse material foi idealizado para que seja disponibilizado no módulo de entrada do estudante no curso EaD, um momento chamado de “Acolhimento”, e como condição para iniciar a realização da primeira atividade avaliativa de cada uma das quatro disciplinas da referida etapa, além de permanecer disponível nas salas das disciplinas desse módulo. Embora o letramento digital seja um processo de formação contínua, em que os estudantes desenvolvem suas habilidades digitais ao longo da vida acadêmica e profissional, o instrumento proposto pretende ser a preparação inicial para o sucesso de sua empreitada na era digital.

O desenvolvimento do produto exigiu uma pesquisa sobre o tema design instrucional, ao mesmo tempo em que se baseou em princípios da andragogia, pois se trata de um material destinado ao aluno adulto. Espera-se contribuir para melhorar

seu aproveitamento dos conteúdos abordados no curso de graduação EaD, e além disso contribuir para seu letramento digital, essencial ao exercício da cidadania. Nesse contexto, destaca-se a seguinte definição de design instrucional, descrita como:

...ação intencional e sistemática de ensino que envolve o planejamento, o desenvolvimento e a aplicação de métodos, técnicas, atividades, materiais, eventos e produtos educacionais em situações didáticas específicas, a fim de promover, a partir dos princípios de aprendizagem e instrução conhecidos, a aprendizagem humana. Em outras palavras, definimos design instrucional como o processo (conjunto de atividades) de identificar um problema (uma necessidade) de aprendizagem e desenhar, implementar e avaliar uma solução para esse problema. (Filatro, 2008, p.4),

Para desenvolver o produto idealizado, foi essencial identificar quais eram as necessidades de aprendizagem do público selecionado - os estudantes da graduação EaD - e os objetivos pretendidos com sua aplicação. O compromisso de criar uma instrução de estudo para promover o letramento digital exige conhecimentos em educação, psicologia e tecnologia da informação. Uma vez que a educação viabiliza o conhecimento pedagógico sobre como ensinar, a psicologia auxilia na compreensão da percepção e do comportamento dos estudantes, e a tecnologia da informação é imprescindível para planejar o funcionamento e a aplicação do produto.

Os princípios, processos e teorias de design instrucional fundamentam-se em diferentes campos do conhecimento, porém têm como objetivo principal a intenção de planejar soluções para a viabilização do processo de ensino/aprendizagem, de acordo com o contexto em que este deverá acontecer.” (Kenski, 2019, p.16)

Ao analisar a afirmação da autora, percebe-se que o grau de domínio das áreas requeridas para o desenvolvimento dessa tarefa é vasto, independente de se tratar de uma instrução de estudo, e não propriamente um material acadêmico, que aborde conteúdos curriculares do curso de graduação. No contexto da graduação EaD e, especialmente, no curso de Publicidade e Propaganda, essa abordagem multidisciplinar é essencial. Assim, uma instrução de estudo bem elaborada deve considerar aspectos como a linguagem visual e textual, a navegabilidade, a interatividade e a contextualização dos exemplos com a realidade profissional dos estudantes.

4.1 PRODUTO DA DISSERTAÇÃO: MANUAL DE SOBREVIVÊNCIA DIGITAL PARA ESTUDANTES DE PUBLICIDADE E PROPAGANDA NA EaD

Diante dos desafios observados no cotidiano da tutoria em EaD, buscou-se desenvolver uma solução prática para sanar o problema identificado. Assim, o produto a ser desenvolvido neste projeto foi uma **instrução de estudo**, como material complementar, intitulada: Rota de Aprendizagem – Manual de Sobrevivência Digital para Estudantes de Publicidade para o EaD. Seu objetivo é promover a compreensão do conceito de letramento digital e suas implicações no cotidiano do estudante de EaD, contribuindo para o desenvolvimento das competências específicas ao estudo neste ambiente de aprendizagem. Espera-se, assim, conduzir o estudante a uma aprendizagem efetiva e significativa.

A proposta é que essa instrução de estudo seja associada no ambiente virtual de aprendizagem, disponibilizada no início do curso, para incitar o aluno com dicas de procedimentos a serem considerados, objetivando aprimorar suas técnicas e estratégias de estudos. Uma vez adotado, esse material poderá ser atualizado periodicamente, de acordo com evolução das ferramentas tecnológicas, e ou das necessidades percebidas pelo tutor do curso, considerando seu contato constante com os alunos, que possibilita uma análise prévia do quadro, percebendo e analisando as lacunas existentes durante o desenvolvimento do estudo.

Com a implementação do produto, pretende-se estimular uma mudança comportamental, conduzindo os estudantes ao desenvolvimento de um conjunto articulado de competências que lhes permitam não apenas utilizar tecnologias, mas também compreender criticamente os ambientes digitais e atuar de forma autônoma e colaborativa. Entende-se que é necessário conscientizar os estudantes sobre a importância de possuir autonomia digital, guiando-os para a realização responsável das atividades propostas. Espera-se assim contribuir para a redução das dificuldades iniciais dos estudantes quanto ao seu aproveitamento e progresso, distanciando-os da ideia de evadir do curso causado pelo sentimento de inaptidão para o estudo a distância.

A proposta surgiu como resposta às lacunas observadas na formação digital desses estudantes, almejando oferecer estratégias práticas e reflexivas que favorecem a autonomia, o engajamento e a apropriação significativa dos recursos digitais no contexto acadêmico. O produto é apresentado em documento separado,

com formatação apropriada, e pode ser conferido nos links a seguir:

Texto:

https://drive.google.com/file/d/16xDx8wz3b_YNpMY5OCeEHQDUP-PpXT2J/view?usp=sharing

Vídeo:

https://drive.google.com/file/d/1VUN1_F4gUfkYOSQpxmVfjj7sJoweQm7/view?usp=sharing

No apêndice 1 estão os textos que compõem: o documento da rota de aprendizagem e o roteiro do vídeo.

4.2 ANÁLISE DO PAINEL DE ESPECIALISTAS

Em linhas gerais, os especialistas que formaram o painel avaliaram positivamente o material educacional proposto, destacando os quesitos: clareza, relevância pedagógica e aplicabilidade prática no contexto dos cursos de Publicidade e Propaganda EaD. Em seguida, analisam-se as respostas apresentadas no questionário constante no apêndice 2, considerando cada uma das questões propostas.

1. Clareza e Linguagem

Quatro especialistas avaliaram este aspecto como “excelente”, e um como “bom”.

“Eu considero a linguagem clara e envolvente, com tom motivador e com expressões do cotidiano digital. No entanto, por se tratar de uma formação superior em que os alunos se tornarão os profissionais de mercado, eu evitaria expressões como “a gente”, “superimportante”, “numa”, “um monte”, entre outras. Digamos que “informal sim, mas, não informal demais”. (PE02)

“A linguagem é bem acessível e dialógica, acompanhando as práticas e propostas dos textos para EaD.” (PE03)

“Linguagem adequada ao público (majoritariamente jovem), com boa estruturação e dinâmica.” (PE05)

Os avaliadores elogiaram o tom motivador e o uso de expressões do cotidiano

digital, embora tenham sugerido ajustes pontuais visando evitar informalidade excessiva em um contexto de formação superior.

2. Organização e Estrutura

Quatro especialistas avaliaram o item como “excelente”, e um como “bom”. A estrutura do material foi amplamente reconhecida como lógica e progressiva, com destaque para a clareza dos subtítulos e a coerência entre os tópicos. Sugestões de melhoria incluem especificar qual é o propósito de seções como “Na prática” e ampliar o uso de elementos gráficos para facilitar a navegação.

“Eu entendi que esse Manual será disponibilizado no início do curso, então, a estrutura se apresenta lógica começando pelos conceitos fundamentais e avançando para aplicações práticas. Os subtítulos auxiliam na navegação do material. Como sugestão, indico explicar qual o propósito da seção “Na prática”, na primeira vez que ela aparece na rota.” (PE02)

“A estrutura apresenta uma orientação lógica, que vai se aprofundando e adicionando elemento ao aprendizado.” (PE03)

“Sim, há uma progressão importante ao longo do material.” (PE05)

3. Adequação ao Público-Alvo

Quatro especialistas avaliaram o item como “excelente”, e um como “bom”. Os conteúdos foram considerados alinhados às necessidades dos estudantes de EaD, especialmente por abordarem ferramentas digitais, redes sociais e metodologias ativas. A contextualização com o cotidiano do mercado criativo foi vista como um diferencial.

“Por ser um material mais denso de estudo, a forma poderia ajudar, usando cores e separações para não ser cansativo, assim como ícones como tem no vídeo.” (PE01)

“Eu penso que sim, que os conteúdos estão alinhados ao cotidiano de estudantes de EaD em Publicidade, incluindo o uso de apps, redes sociais, mapas mentais, e situações reais do mercado criativo.” (PE02)

“Sim, é um texto e conteúdos didáticos e alinhados à proposta.” (PE03)

“Os conteúdos são de grande importância para auxílio na compreensão de diferentes metodologias, no desenvolvimento individual e considerando as particularidades dos educandos.” (PE04)

“Sim, atendem as necessidades e lacunas iniciais de aprendizagem.” (PE05)

4. Relevância Pedagógica

Três especialistas avaliaram como “excelente”, e dois como “boa”. O material foi avaliado como relevante para o desenvolvimento de competências digitais e de estudo autônomo. Estratégias como o uso do Trello, Notion e o método Cornell tiveram aceitação, embora alguns especialistas tenham sugerido a inclusão de tutoriais e links de apoio para facilitar o uso por estudantes com menor familiaridade digital.

“Certamente que sim, pois, a rota incentiva a autonomia do aluno sugerindo o uso do Trello, Notion e método Cornell (que não conheço efetivamente, mas, percebi pela rota que é útil para o aluno do EaD). Em relação ao desenvolvimento de competências digitais entendo que sim, pois traz explicações sobre letramento digital, fluência digital e estratégias de organização para estudar.” (PE02)

“O texto explica de forma didática conceitos que são fundamentais para um primeiro contato com materiais digitais e o aprendizado no EaD.” (PE 03)

“Traz propostas diferentes, que atendem diferentes realidades.” (PE04)

“Sim. Por experiência, a maioria dos alunos entra no Curso de PP com bom entendimento de meios digitais, porém, sem nenhuma experiência no aprendizado EaD.” (PE05)

5. Aplicabilidade Prática

Três especialistas avaliaram como “excelente”, e dois como “boa”. As propostas de atividades foram consideradas viáveis, adaptáveis a diferentes realidades regionais e eficazes para o contexto da EaD. Houve destaque para a praticidade dos recursos e a clareza das instruções.

“Embora os recursos sugeridos sejam gratuitos e de fácil acesso, é bom refletir sobre o nível de familiaridade que o aluno pode ter com eles, dificultando ou facilitando o seu uso. Talvez os alunos necessitem de apoio inicial para utilizá-las.” (PE02)

“Sim, as atividades práticas e orientações estão de acordo com o nível de conhecimento dos alunos em fase inicial.” (PE03)

“São de grande relevância, porém é importante pensar em uma estratégia de “convencimento”, para que os alunos acessem e compreendam a importância do material.” (PE04)

“Viáveis e de boa aplicação.” (PE05)

6. Conteúdo e Abordagem

Houve concordância entre os membros do painel, e todos avaliaram como “excelente”. Os conceitos de letramento digital, alfabetização e fluência digital foram avaliados como bem definidos e contextualizados. A combinação entre vídeo e texto foi apontada como uma estratégia eficaz para promover o pensamento crítico, a autonomia e a criatividade dos estudantes.

“O material define claramente cada conceito, com exemplos e metáforas que facilitam a compreensão. Embora a rota mencione que são degraus de uma escada, as três dimensões são apresentadas como processo contínuo, o que enriquece a abordagem.” (PE02)

“Sim, o material apresenta delimitação de conceitos de forma clara e objetiva.” (PE03)

“Os conteúdos estão apresentados de forma clara e objetiva. Além de trazer exemplos que ajudam na compreensão.” (PE04)

“Sim, com linguagem acessível e de fácil entendimento.” (PE05)

7. As estratégias de aprendizagem (mapas mentais, método Cornell, diário de reflexão, etc.) são pertinentes e bem explicadas?

Esse quesito foi considerado excelente por todos os especialistas. Entre os comentários, as estratégias de aprendizagem apresentadas no material, como mapas mentais, método Cornell e diário de reflexão foram consideradas pertinentes e bem explicadas.

“As estratégias são contextualizadas e explicadas com passos claros e aplicáveis. O material também traz exemplos práticos que facilitam a compreensão e a aplicação pelos estudantes, pois, está com vocabulário acessível.” (PE02)

“Sim. No vídeo, creio que pode delimitar melhor o método Cornell”. (PE03)

“Os exemplos auxiliam na compreensão mais ampla dos conceitos e das metodologias propostas.” (PE04)

“Sim, estão bem detalhados”. (PE05)

Embora o conjunto geral das estratégias esteja bem detalhado, foi apontada a necessidade de delimitar melhor a explicação do método Cornell no vídeo, a fim de garantir maior clareza e uniformidade na apresentação. De modo geral, os exemplos utilizados no material foram considerados eficazes para ampliar a compreensão dos conceitos e metodologias propostas, reforçando a aplicabilidade das estratégias no cotidiano acadêmico dos estudantes.

8. O material estimula o pensamento crítico, a autonomia e a criatividade dos estudantes?

Quatro especialistas avaliaram este item como “excelente”, e um como “bom”. Foi citado que o material estimula o pensamento crítico, a autonomia e a criatividade dos estudantes.

“Importante citar casos em que a falta de criticidade levou a resultados ruins, como a Escola Base, a falta de leitura de projetos de lei com comentários que destoam da realidade, entre outros.” (PE01)

“Sim, ao propor reflexões, produção de mapas, conexão entre áreas do conhecimento, checagem de fontes e criação de conteúdo, o material promove o desenvolvimento integral do estudante.” (PE02)

“Sim. Ainda que exija do aluno atenção e dedicação, os estímulos são favoráveis a essas práticas.” (PE05)

Portanto, ao incentivar a análise, a autonomia intelectual e a criatividade, o material contribui para formar cidadãos mais conscientes, preparados para lidar com informações de forma crítica e responsável.

9. Quais pontos você considera os mais fortes do material?

Conforme parecer dos especialistas, o material analisado apresenta uma série de qualidades que o tornam altamente eficaz para o processo de ensino-aprendizagem, especialmente no contexto da formação em Publicidade. Destacam-se os seguintes pontos fortes: a comunicação clara e envolvente facilita a compreensão dos conteúdos e estimula o engajamento dos estudantes, promovendo uma experiência de aprendizagem mais significativa; as propostas metodológicas são diretamente relacionadas ao cotidiano acadêmico e profissional dos estudantes, permitindo a aplicação imediata dos conceitos abordados no material; o incentivo a práticas reflexivas e autorais, fundamentais para a formação de profissionais capazes de atuar com responsabilidade e inovação no campo da comunicação.

“Temas tratados e linguagem simples, com proposta de atividades e ferramentas para o cotidiano.” (PE01)

“Como mencionei anteriormente, a linguagem está acessível e motivadora. Mas, cito ainda, a aplicabilidade prática das ferramentas, o incentivo à autonomia e ao pensamento crítico, a conexão direta com o cotidiano do estudante de Publicidade e as atividades com exemplos e modelos claros.” (PE02)

“A somatória do vídeo e do texto é um manual excelente para dar as dimensões iniciais para os alunos de PP. Algo importante também é criar esta identidade clara de um profissional da comunicação, sempre fazendo ponte entre o letramento digital e os aspectos e características presentes na atuação profissional do publicitário.” (PE03)

“A estrutura e apresentação objetiva, além dos exemplos, que auxiliam o aluno a entender a aplicabilidade de cada metodologia proposta.” (PE04)

“O vídeo e a rota conversam entre si, mostrando uma preocupação com a unidade dialógica.” (PE05)

Assim compreende-se que prevaleceu entre as opiniões dos especialistas que, combinação dos recursos funciona como um manual introdutório eficaz, oferecendo as dimensões fundamentais para a atuação profissional em Publicidade, com destaque para o letramento digital e suas implicações na prática comunicacional.

10. Quais aspectos poderiam ser aprimorados?

Foram identificados pontos relevantes que podem ser aprimorados para potencializar ainda mais a eficácia pedagógica e acessibilidade ao produto. As sugestões foram as seguintes:

“Apresentação gráfica do material poderia ser mais interessante e interativa. Exemplos de casos em que os resultados foram desastrosos dá uma dimensão da importância do tema.” (PE01)

“Em relação aplicabilidade: sugestão de tutoriais em vídeo para ferramentas como Notion e MindMeister, visando apoiar estudantes com menor familiaridade digital. Inclusão de links de apoio para aprofundamento em tópicos como ergonomia ou ética digital, assim como foi colocado sobre fake news e o papel da terceirização na publicidade.

Em relação à construção da rota, sugiro citar os autores, pois, há várias afirmações que carecem de referência como, por exemplo: a diferenciação entre alfabetização, letramento e fluência. Como é um texto acadêmico, embora "informal", ainda assim, requer que o quadro 1 seja referenciado (Fonte: Autora, a partir do material de....); outro exemplo é a informação não visual (de quem é a definição?), entre outros. Por outro lado, se as definições são da autora, está ok. E ainda, verificar o livro que foi indicado como totalmente disponível na internet, mas, ao consultá-lo, percebi que ele disponibiliza somente até a página 44 e o livro possui 182. Caso o material consultado esteja contemplado até a página 44, é bom informar na rota.” (PE02)

“SUGESTÕES PARA O VÍDEO

- 1 - Sobrando um apóstrofo em “Protagonista” no 2’15
- 2 - Ficaram perdidas as dicas de luz etc em 2’39. O texto segue orientado pela voz até então. Creio que ficou sobrando, pois você retoma depois em 3’23.
- 3 - A partir de 2’49 até 3’10 não temos mais as chamadas texto. Fica uma diferença.
- 4 - Sugiro pegar outra imagem de Mapa Mental para 3’01. A que consta está muito confusa...é um mapa “desmental”. Rrsrs.
- 5 - Sobre o Método Cornell, sugiro no vídeo indicar “aquela anotação no caderninho” como uma forma de explicar.

SUGESTÕES PARA O TEXTO

- 1 - Sugiro ampliar as imagens para que ocupe lado a lado a página. Sugiro também reduzir o tamanho da fonte dos links de origem das imagens. Também evite manter como link (isso acontece, por exemplo, na segunda imagem).
- 2 - Sugiro colocar nota de rodapé com os links de “MindMeister, Xmind ou Coggle”. Acho que pode facilitar.
- 3 - Centralize os textos do Mapa Mental no meio do balão.” (PE03)

“Apenas pensar em uma forma de "convidar" os alunos de forma "criativa" e atrativa, para que os alunos acessem o material, por ser um apoio que auxiliará na forma de estudo durante o curso EaD.”(PE04)

“Não vejo - nas atuais regras e regimentos do EAD para área, o que acrescentar ou melhorar nos materiais disponibilizados, justamente pela complementaridade e conteúdo propostos para o alunado.” (PE05)

E por fim, embora o material já atenda às diretrizes e regimentos vigentes para a EaD na área, as sugestões apresentadas visam fortalecer sua clareza, acessibilidade e profundidade, mantendo a proposta de complementaridade e aplicabilidade prática para os estudantes.

11. Você recomendaria o uso deste material em cursos de Publicidade EaD, ou sugeriria a adaptação para outros cursos? Por quê?

Os pareceres a seguir refletem diferentes perspectivas sobre a aplicabilidade e a relevância de um produto educacional voltado ao letramento digital, no contexto da Educação a Distância (EaD).

“Recomendaria para Publicidade e para outros cursos acredito que exemplos de cada área possam ajudar, embora o conteúdo de letramento possa ser o mesmo.” (PE01)

“Certamente que recomendaria amplamente para cursos de Publicidade EaD, pois o conteúdo é específico, relevante e motivador para esse público. Além disso, com pequenas adaptações na contextualização dos exemplos, o material pode ser facilmente utilizado em outros cursos da área de Comunicação, Pedagogia e Administração, onde o letramento digital também é fundamental.” (PE02)

“Certamente! Creio ainda que pode ser adaptado e usado como conteúdo para qualquer outro curso, pois as chaves e conceitos são compartilhados por todos os alunos que estão em primeiro contato com EaD, com ferramentas digitais para o aprendizado e artefatos digitais para educação.” (PE03)

“Acredito que poderia ser adaptado de acordo com a realidade de cada área, proporcionando diferentes alternativas para que o aluno compreenda e amplie seu conhecimento durante o curso de graduação ou pós-graduação.” (PE04)

“SIM., Poque pode se tornar uma importante ferramenta (complementar) no acolhimento e na jornada discente, especialmente nos Cursos de Publicidade e Propaganda.” (PE05)

As contribuições destacam o potencial do material para cursos de Publicidade e áreas afins, ressaltando sua capacidade de motivar os estudantes e de ser adaptado conforme as especificidades de cada curso.

CONSIDERAÇÕES FINAIS

Partindo do problema central que motivou esta pesquisa — **Como promover o desenvolvimento do letramento digital de estudantes de EaD do curso de Publicidade e Propaganda da Uninter?** — a investigação revelou que, embora os estudantes estejam imersos em ambientes digitais e conectados a múltiplas plataformas tecnológicas, isso, por si só, não garante o domínio das competências necessárias para uma aprendizagem significativa na modalidade EaD. A familiaridade com dispositivos e redes sociais não se traduz automaticamente em letramento digital. Pelo contrário, muitos estudantes demonstram dificuldades em interpretar propostas avaliativas, organizar rotinas de estudo, utilizar ferramentas digitais com autonomia e, sobretudo, compreender seu papel como protagonistas do próprio processo formativo.

Nesse sentido, a proposta do produto educacional — a Rota de Aprendizagem: Manual de Sobrevivência Digital para Estudantes de Publicidade para o EaD — surge como uma resposta concreta a essas demandas. O material foi concebido para atuar como um instrumento de acolhimento, orientação e desenvolvimento de competências digitais, com foco na autonomia, no pensamento crítico e na responsabilidade acadêmica. Sua estrutura dialoga com os princípios do design instrucional e da andragogia, respeitando as especificidades do estudante adulto e da modalidade a distância.

A avaliação do produto por especialistas da área destacou sua relevância e aplicabilidade. Foram destacados aspectos como a clareza da linguagem, a coerência entre os objetivos e os conteúdos, a pertinência das estratégias de aprendizagem propostas e o alinhamento com as necessidades do público-alvo. Além disso, foi reconhecido o potencial de adaptação do material para outros cursos da área de Comunicação, bem como para áreas como Pedagogia e Administração, dada a transversalidade dos conceitos abordados.

A pesquisa também evidenciou que o letramento digital deve ser compreendido como uma competência multidimensional, que envolve não apenas o uso técnico de ferramentas, mas também a capacidade de interpretar, avaliar e produzir conteúdos digitais de forma ética, crítica e colaborativa. Essa compreensão amplia o papel da EaD como espaço de formação integral, capaz de preparar sujeitos para os desafios da sociedade contemporânea e para uma atuação profissional mais consciente e qualificada.

Ao longo do trabalho, ficou evidente que a ausência de competências digitais impacta diretamente o desempenho acadêmico, a motivação e a permanência dos estudantes na EaD. Por isso, é fundamental que as instituições de ensino superior invistam em ações formativas que promovam o letramento digital desde o início da jornada acadêmica, oferecendo suporte contínuo e estratégias que favoreçam a autonomia e o engajamento dos discentes.

A proposta apresentada nesta dissertação não pretende esgotar o tema, mas contribuir com uma abordagem prática e fundamentada para o enfrentamento de um desafio real e urgente. Espera-se que o material desenvolvido possa ser incorporado às rotinas pedagógicas dos cursos EaD, servindo como ponto de partida para outras iniciativas que valorizem o protagonismo estudantil e a construção de uma cultura digital mais crítica e inclusiva.

Conclui-se, portanto, que o letramento digital é uma competência essencial para o sucesso acadêmico e profissional dos estudantes da EaD. Sua promoção exige o compromisso institucional, a escuta ativa dos tutores e a disposição dos estudantes em assumir uma postura ativa diante do próprio aprendizado. A Rota de Aprendizagem proposta neste trabalho é, assim, uma ferramenta que busca não apenas orientar, mas também inspirar os estudantes a reconhecerem seu potencial, superarem suas dificuldades e trilharem um percurso formativo mais consciente, autônomo e transformador.

A pesquisa apontou ainda, caminhos para o aprimoramento do material, como a inclusão de tutoriais em vídeo para ferramentas digitais, a ampliação de referências acadêmicas, ajustes na apresentação gráfica e maior delimitação de conceitos no vídeo explicativo. Tais sugestões serão consideradas em futuras versões do produto, com vistas à sua adequação às demandas dos estudantes e às evoluções tecnológicas.

Por fim, a pesquisa nos permite afirmar que investir no letramento digital dos estudantes da EaD é uma ação estratégica e necessária para garantir a qualidade da formação acadêmica, reduzir índices de evasão e promover uma aprendizagem significativa. O desenvolvimento de competências digitais é essencial não apenas para o sucesso acadêmico, mas também para a inserção profissional e para o exercício pleno da cidadania. A proposta apresentada nesta dissertação busca contribuir para esse processo, oferecendo um instrumento que valoriza a trajetória

individual do estudante, respeita suas singularidades e promove sua autonomia no percurso formativo.

Espera-se que este trabalho inspire novas práticas pedagógicas, fomente a reflexão sobre os desafios da EaD e incentive a criação de materiais que dialoguem com as reais necessidades dos estudantes. A Educação a Distância, quando bem estruturada e acompanhada de estratégias que promovam o protagonismo discente, pode ser uma modalidade transformadora, capaz de ampliar horizontes e democratizar o acesso ao conhecimento. O letramento digital, nesse contexto, é não apenas uma competência técnica, mas uma ferramenta de empoderamento e inclusão, que permite ao estudante tornar-se autor de sua própria aprendizagem e agente ativo na construção de sua trajetória acadêmica e profissional.

REFERÊNCIAS

- ABED — Associação Brasileira de Educação a Distância. Censo EAD. BR: **relatório analítico da aprendizagem a distância no Brasil 2018**. Curitiba: InterSaberes, 2019. Disponível em: http://abed.org.br/arquivos/CENSO_DIGITAL_EAD_2018_PORTUGUES.pdf. Acesso em: 14 nov. 2023.
- ALMEIDA, Lília Bilati de; PAULA, Luiza Gonçalves de; CARELLI, Flávio Campos; OSÓRIO, Tito Lívio Gomes; GENESTRA, Marcelo. **O retrato da exclusão digital na sociedade brasileira**. JISTEM - Journal of Information Systems and Technology Management, v. 2, n. 1, 2005. Disponível em: [SciELO Brasil - O retrato da exclusão digital na sociedade brasileira O retrato da exclusão digital na sociedade brasileira](#). Acesso em 26 mai. 2025.
- ALMEIDA, S. C. D.; SANTOS, A. Z. **Gestão do conhecimento na educação a distância: propondo competências para o nível operacional**. Revista Ibero-Americana de Estudos Em Educação, v. 12, p. 332-349, 2017. Disponível em <https://periodicos.fclar.unesp.br/iberoamericana/article/view/8282>. Acesso em: 14 mar. 2025.
- AMARILLA FILHO, Porfírio. **Educação a distância: uma abordagem metodológica e didática a partir dos ambientes virtuais**. Revista Educação em Questão, v. 38, n. 27, p. 123-145, 2010. Disponível em: <https://www.scielo.br/j/edur/a/y3T733NVhcgHXnnJgHx8kth/>. Acesso em: 22 jul. 2025.
- CARVALHO, M. A. G.; MIRANDA, F. C. (2024). **Avaliação das competências digitais dos docentes do ensino superior no Brasil**. Edição 2023. MetaRed TIC. Brasil.
- BATES, Tony. **Educar na era digital: design, ensino e aprendizagem**. São Paulo: Artesanato Educacional, 2016.
- BEHAR, Patrícia Alejandra (Org.). **Competências em Educação a Distância**. Porto Alegre: Penso, 2013.
- BEHAR, Patricia A.; SILVA, Ketia K. A. **Alunos da Ead on-line do Brasil e competências digitais**. Revista EDaPECI - Educação a Distância e Práticas Educativas Comunicacionais e Interculturais. São Cristóvão (SE), v.19, n.2, p. 21-39, mai./ago.2019. Disponível em: [Alunos da Ead on-line do Brasil e competências digitais | Revista EDaPECI](#). Acesso em: 20 fev./2025.
- BEHAR, Patricia A.; SILVA, Ketia K. A. **Modelo de competências digitais para alunos na educação a distância: revisão e atualização de uma proposta brasileira**. *Revista de Estilos de Aprendizaje*, v. 16, n. 32, p. 5–18, 2023. Disponível em: <http://www.revistaestilosdeaprendizaje.com>. Acesso em: 18 maio 2025.
- BRASIL. Decreto N° 9.057, de 25 de Maio de 2017. Regulamenta o art. 80 da Lei nº 9.394, de 20 de dezembro de 1996, que estabelece as diretrizes e bases da educação nacional. **Diário Oficial da União**, 26 de maio de 2017, Seção 1, p. 3. Disponível em: http://portal.mec.gov.br/index.php?option=com_docman&view=download&alias=65251-decreto9057-pdf&category_slug=maio-2017-pdf&Itemid=30192. Acesso em 21 set. 2022.

BRASIL. República Federativa do Brasil. **Diário Oficial da União**, Brasília, DF, 1 ago. 2022. Disponível em: <http://www.in.gov.br/autenticidade.html>. Acesso em: 12 maio 2025.

BRASIL, Ministério da Educação, (1997). **O que é Educação a Distância?** Brasília, MEC/SEF. Disponível em: <<http://portal.mec.gov.br/escola-de-gestores-da-educacao-basica/355-perguntas-frequentes-911936531/educacao-a-distancia-1651636927/12823-o-que-e-educacao-a-distancia>>. Acesso em 24 ago. 2022.

BRASIL. **Decreto nº 12.456, de 19 de maio de 2025**. Dispõe sobre a oferta de educação a distância por instituições de educação superior em cursos de graduação e altera o Decreto nº 9.235, de 15 de dezembro de 2017. *Diário Oficial da União*: seção 1, Brasília, DF, 19 maio 2025. Disponível em: <https://www.in.gov.br/en/web/dou/-/decreto-n-12.456-de-19-de-maio-de-2025-630398639>. Acesso em: 2 ago. 2025.

BUENO, Patricia Morales; FITZGERALD, Victoria Landa. **Aprendizaje basado en problemas**. Theoria, Lima, v. 13, p. 145–157, 2004. Pontificia Universidad Católica del Perú, Departamento de Ciencias, Sección Química.

CENTRO REGIONAL DE ESTUDOS PARA O DESENVOLVIMENTO DA SOCIEDADE DA INFORMAÇÃO (CETIC). **TIC Domicílios – 2024**. CETIC, 2024. Disponível em: <https://cetic.br/pt/tics/domicilios/2024/domicilios/>. Acesso em 03 jan. 2025.

COELHO, Willyans Garcia; TEDESCO, Patricia Cabral de Azevedo Restelli. **A percepção do outro no ambiente virtual de aprendizagem: presença social e suas implicações para Educação a Distância**. *Revista Brasileira de Educação*, v. 22, n. 70, p. 609–624, jul./set. 2017. Disponível em: <https://doi.org/10.1590/S1413-24782017227031>. Acesso em: 10 Jul. 2025.

FERRARI, A., **DIGCOMP: A Framework for Developing and Understanding Digital Competence in Europe**. EUR 26035, Serviço das Publicações da União Europeia, Luxemburgo, 2013.

FILATRO, Andrea. **Design instrucional na prática**. 1. ed. São Paulo, SP: Pearson, 2008. *E-book*. Disponível em: <https://plataforma.bvirtual.com.br>. Acesso em: 12 maio 2025.

FREIRE, Paulo. **Pedagogia do oprimido**. 67. ed. Rio de Janeiro: Paz e Terra, 2013.

FREITAS, Maria Teresa. **Letramento digital e formação de professores**. *Educ. rev.*, Belo Horizonte, v. 26, n. 3, p. 335-352, Dec. 2010. Disponível em: <https://www.scielo.br/j/edur/a/N5RryXJcsTcm8wK56d3tM3t/?format=pdf&lang=pt>. Acesso em: 15/11/2023.

GASPAR, M. I. **Competências em questão: contributo para a formação de professores. Discursos: perspectivas em educação**, p. 55-71, 2004. Disponível em: <https://repositorioaberto.uab.pt/bitstreams/a6b55cfe-d8dc-4dc4-b4e8-c99a415d450c/download>. Acesso em: 15 maio 2025.

GUEDES, S.M.; MALCHER, MA. **Graduação em Publicidade: história, conceitos e trajetória docente**. *Pesquisa, Sociedade e Desenvolvimento*, [S. l.], v. 15, pág. e196101522636, 2021. DOI: 10.33448/rsd-v10i15.22636. Disponível em: <https://rsdjournal.org/index.php/rsd/article/view/22636>. Acesso em: 11 maio. 2025.

GOLEMAN, Daniel. Foco: **A atenção e seu papel fundamental para o sucesso**. Objetiva, 1.ed. Rio de Janeiro: Objetiva, 2013.

GÓMEZ, Pedro. **Educação na Era Digital: a escola educativa**. Tradução Marisa Guedes. Porto Alegre. Penso, 192 p 2015.

KENSKI, Vani Moreira. **Tecnologias e ensino presencial e a distância**. Campinas, SP: Papirus, 2013. *E-book*. Disponível em: <https://plataforma.bvirtual.com.br>. Acesso em: 16 mar. 2025.

KENSKI, Vani Moreira. **Educação e tecnologias: o novo ritmo da informação**. 2. ed. Campinas: Papipurs, 2007.

LIMA NETO, Newton Vieira; CARVALHO, Alexandra Bittencourt de. **Letramento digital: breve revisão bibliográfica do limiar entre conceitos e concepções de professoras e de professores**. Revista Texto Livre, Volume: 15, 2022.

MAIA, Carmem; MATTAR NETO, João Augusto. **ABC da EaD: a educação a distância hoje**. São Paulo: Pearson, 2007. *E-book*. Disponível em: <https://plataforma.bvirtual.com.br>. Acesso em: 27 fev. 2025.

MARTENSEN, R. L. **O Ensino da propaganda no Brasil**. *O Estado de S Paulo*, 27 mar.1976.

MARTENSEN, Rodolfo Lima. *Apud*: DUARTE, Elizabeth Bastos; BARBOSA, Marialva Carlos. **Educação e ideologia do talento no mundo da publicidade**. *Cadernos de Pesquisa*, São Paulo, n. 147, p. 94–111, jul. 2009. Disponível em: <https://www.scielo.br/j/cp/a/B5qBHNzJKZ4wbMNgzJrP6v/>. Acesso em: 27 maio 2025.

MARTENSEN, Rodolfo Lima. **O ensino da propaganda no Brasil**. In: CASTELO BRANCO, Renato; MARTENSEN, Rodolfo Lima; REIS, Fernando (Orgs.). **História da Propaganda no Brasil**. São Paulo: T. A. Queiroz, 1990. p. 32-38.

MORAES, M. C. **Pensamento eco-sistêmico: educação, aprendizagem e cidadania no século XXI**. 2ª edição. Petrópolis, RJ: Vozes, 2008.

PEDRINI, I. A. D.; MALUSÁ, S. **O ensino e a aprendizagem antes do curso superior de publicidade e propaganda: o paradigma do ensino pela prática (1900-1960)**. Santa Maria: Universidade Federal de Santa Maria, 2019. Disponível em: <https://periodicos.ufsm.br/animus/article/view/31456>. Acesso em 10 mai. 2025.

PINHEIRO, José de Queiroz; FARIAS, Tadeu Mattos; ABE-LIMA, July Yukie. **Painel de especialistas e estratégia multimétodos: reflexões, exemplos, perspectivas**. *Psico (PUCRS)*, Porto Alegre, v. 44, n. 2, p. 184–192, abr./jun. 2013. Disponível em: [inserir link, se houver]. Acesso em: 8 jul. 2025.

PLOMP, Tjeerd; NIEVEEN, Nienke; NONATO, Emanuel; MATTA, Alfredo (Orgs.). **Pesquisa-aplicação em educação: uma introdução**. São Paulo: [s.n.], 2018. Série Tecnologia Educacional. Disponível em: <https://www.abed.org.br/arquivos/Pesquisa-Aplicacao.pdf>. Acesso em: 04 jun. 2025.

QUEIROZ, Francisca Giovana de Souza Lima; JUCÁ, Sandro César Silveira; SILVA, Solonildo Almeida da. **Competências do estudante EAD: um guia prático**. 1. ed. Iguatu, CE: Quipá Editora, 2024. 80 p. ISBN 978-65-5376-416-3.

RODA, F.; MENDONÇA, J. R. C. de; BARBOSA, M. A. C. **Competências Digitais de Alunos do Ensino Superior: uma Revisão Sistemática da Literatura Internacional**. *EaD em Foco, [S. l.]*, v. 14, n. 1, p. e2116, 2024. Disponível em: <https://eademfoco.cecierj.edu.br/index.php/Revista/article/view/2116>. Acesso em: 23 fev. 2025.

RODRIGUES, Eduardo Alves; AGUSTINI, Cármen L. H. **Sentidos de educação na publicidade da EaD: do paradigma do processo ao paradigma do produto.** *Educação e Pesquisa*, São Paulo, v. 48, e243770, 2022. Disponível em: <https://doi.org/10.1590/S1678-4634202248243770>. Acesso em: 25 mai 2025.

ROJO, Roxane; MOURA, Eduardo. **Letramentos, mídias e linguagens.** São Paulo: Parábola Editorial, 2019.

SEVERO SANTOS, José Francisco. **Avaliação no Ensino a Distância.** Revista Íbero Americana, 2006. Disponível em: https://www.researchgate.net/publication/28107759_Avaliacao_no_Ensino_a_Distancia. Acesso em 29 jan.2025.

SILVA, M.J. S.de Jesus; SANTANA, N. D. F. de ; ANECLETO,U. C. **Letramento digital crítico e formação do leitor na cultura digital: algumas considerações.** Hipertextus Revista Digital (www.hipertextus.net), v.20, Julho, 2019, p. 30. Disponível em: <https://periodicos.ufpe.br/revistas/index.php/hipertextus/article/view/247989/36472>. Acesso em: 03 jan.2025.

SILVA, Ketia Kellen Araújo da; BEHAR, Patricia Alejandra. **Competências digitais na educação: uma discussão acerca do conceito.** Educação em Revista, Belo Horizonte, v. 35, e209940, 2019. Disponível em: <http://dx.doi.org/10.1590/0102-4698209940>. Acesso em: 10 fevereiro 2025.

SOARES, M. **Novas práticas de leitura e escrita: letramento na cibercultura.** Educ. Soc., Campinas, vol. 23, n. 81, p. 143-160, dez/2002. Disponível em: Disponível em: <http://www.scielo.br/pdf/es/v23n81/13935.pdf> . Acesso em: 09 jan.2025.

SOARES, Magda. **Letramento: um tema em três gêneros.** 1. ed. São Paulo: Autêntica, 2007. *E-book*. Disponível em: <https://plataforma.bvirtual.com.br>. Acesso em: 23 fev. 2025.

SOARES, Magda. **Alfabetização e Letramento: caminhos e descaminhos.** Revista Pátio. Artmed Editora. Unesp: São Paulo, 2015.

SOUZA, V. V. Soares. **Letramento digital e formação de professores.** Revista Língua Escrita, n. 2, p. 55-69, dez. 2007.

SUZUKI, R. C.; BONFIM, T. R. **Aplicações de Recursos Computacionais no Ensino a Distância.** Disponível em: <https://www.c5.cl/ieinvestiga/actas/ribie98/150.html>. Acesso em: 04 out. 2022.

TOMAÉL, M. I.; ALCARÁ, A. R.; SILVA, T. E. **Fontes de Informação na Internet: critérios de qualidade.** Londrina: EdUEL, 2008. <file:///C:/Users/92001046/Downloads/deciowbj,+Gerente+da+revista,+I&I-2007-158.pdf> Acesso em 10 mai, 2025.

XAVIER, A. C. **A Era do hipertexto: linguagem e tecnologia.** 2. Ed. Recife, Editora da UFPE. 2009.

XAVIER, A. C. 2011. **Letramento digital: impactos das tecnologias na aprendizagem da Geração Y.** Calidoscópio Vol. 9, n. 1, p. 3-14, jan/abr 2011. Disponível em: <https://revistas.unisinos.br/index.php/calidoscopio/article/view/748>. Acesso em: 09 mar. 2024.

ANEXOS

ANEXO 1 - Síntese do modelo MCompDigEAD

| Competências Digitais | Áreas | Competências Digitais Específicas |
|-----------------------------|---|---|
| 1. Alfabetização Digital | 1.1 Introdução às Tecnologias Digitais | Uso do computador de mesa (<i>desktop</i>) e dispositivos móveis |
| | 1.2 Comunicação Digital | Recursos de comunicação em rede |
| | 1.3 Gestão da Informação em rede | Busca e tratamento da informação |
| | 1.4 Saúde e Segurança Digital | Ergonomia para uso do computador de mesa (<i>desktop</i>) e dispositivos móveis |
| 2. Letramento Digital | 2.1 Comunicação Digital | Ferramentas de Interação e colaboração em rede |
| | 2.2 Gestão da Informação em Rede | Avaliação e compartilhamento da informação |
| | 2.3 Transversal | Organização e Planejamento |
| | 2.4 Presencialidade e Civismo Digital | Perfil Digital |
| | 2.5 Transversal | Cooperação em Ambientes Virtuais de Aprendizagem |
| 3. Fluência Digital | 3.1 Criação e Desenvolvimento de Conteúdo Digital | Produção de conteúdo |
| | 3.2 Saúde e Segurança Digital | Proteção dos Dados |
| | 3.3 Presencialidade e Civismo Digital | Convivência em Rede |
| | 3.4 Saúde e Segurança Digital | Resiliência Virtual |
| | 3.5 Transversal | Trabalho em Equipe |

Fonte: Behar e Silva (2018).

APÊNDICE

1. Texto da rota de aprendizagem e roteiro de vídeo

CONVERSA INICIAL

E aí, tudo certo?

Você já parou para pensar como a leitura permite ampliar seu pensamento crítico e seu vocabulário, além de exercitar a sua inteligência e estimular sua criatividade?

Sim, aquela leitura que aprendemos lá na infância continua sendo essencial, mesmo no mundo digital. Pois é, mesmo com tanta tecnologia, saber ler bem (e com atenção) faz toda a diferença, principalmente para você que estuda a distância.

Este material foi feito pensando em você, estudante de Publicidade e Propaganda EaD, que vive conectado, e às vezes precisa de um pouco mais de foco na hora de estudar. A ideia é te ajudar a entrar no mundo da educação digital, na prática, desenvolvendo hábitos de estudo que vão além do “passar o olho” no conteúdo. Este é o universo do **letramento digital**! Vamos ajudar você a entender de verdade o que está estudando, para que se torne um leitor crítico, capaz de conectar ideias e usar tudo o que você vai aprender para mandar bem nas provas, trabalhos e, acima de tudo, na vida profissional.

Figura 1 – Letramento digital



Fonte: Freepik, 2025.

https://br.freepik.com/fotos-gratis/irreconhecivel-mulher-com-livro-de-leitura-portatil_2062882.htm#fromView=search&page=1&position=10&uuid=1f0cc852-c1df-41a3-8a39-

06668c1a2491&query=letramento+digital

Objetivos da Rota de Aprendizagem

Compreender o que é letramento digital e como ele pode turbinar sua leitura, criatividade e visão crítica no mundo *online* — essencial para quem vive de comunicação.

- **Dominar as ferramentas digitais** que fazem parte do dia a dia do estudante a distância, usando apps, plataformas e redes sociais com propósito e estratégia.
- **Ler com foco e fazer anotações que funcionam**, usando técnicas como mapas mentais e o método Cornell para entender de verdade e lembrar do conteúdo.
- **Pensar com ética no digital**, sabendo identificar *fake news*, respeitar direitos autorais e criar conteúdo com responsabilidade.
- **Organizar sua rotina de estudos no EaD**, usando ferramentas como Notion ou Trello para não se perder nos prazos e manter o foco sem abrir mão do bem-estar.

MAS O QUE É ESSE TAL DE LETRAMENTO DIGITAL?

Calma que a gente explica! **Letramento digital é muito mais do que saber mexer no celular ou postar no Instagram**. É saber usar a internet e as tecnologias digitais de comunicação de forma crítica e inteligente. Isso inclui saber pesquisar, avaliar se uma informação é confiável, se comunicar bem *online* e até criar conteúdo, atitudes fundamentais para o profissional bem-sucedido na área de Publicidade e Propaganda. Tudo isso é essencial para quem quer se destacar no mercado, e na faculdade também.

Figura 2 – Tecnologias digitais



Fonte: Freepik, 2025.

https://br.freepik.com/fotos-gratis/pesquisa-biblioteca-mobilidade-moderna-leitura-vintage_1235189.htm#fromView=search&page=1&position=13&uuid=1f0cc852-c1df-41a3-8a39-06668c1a2491&query=letramento+digital

Para chegar lá, você precisa desenvolver competências digitais até se tornar **fluente**, assim como quando se aprende uma língua estrangeira. É necessário trilhar um caminho que envolve adquirir conhecimentos, desenvolver habilidades e ter a atitude correta diante dos desafios comunicacionais.

Olha só como funciona, conforme o quadro a seguir:

Quadro 1 – Competências digitais

| | |
|------------------------------|---|
| Alfabetização Digital | É o nível básico. Aqui você aprende a usar as ferramentas digitais com segurança e eficiência. É como aprender a dirigir: você precisa saber onde pisa, como funciona cada botão e o que fazer em cada situação. No mundo digital, isso significa ser capaz de usar plataformas, aplicativos e dispositivos. |
| Letramento Digital | Agora que você já sabe usar as ferramentas, é hora de pensar sobre o que está fazendo com elas. O letramento digital pode te ajudar a interpretar, avaliar e criar conteúdo com comprometimento. É aqui que entram temas como: ética, cidadania digital e pensamento crítico, ou seja, aquilo que um bom publicitário precisa para se destacar. |
| Fluência Digital | Essa é a fase em que você já estará voando! A fluência digital é quando você consegue usar a tecnologia de forma criativa, |

| | |
|--|---|
| | estratégica e integrada em diferentes contextos. É quando você não apenas compreende como as coisas funcionam no universo digital, mas também é capaz de transformar ideias em soluções, aplicando o que experimentou e aprendeu. |
|--|---|

Fonte: elaborado pela autora, com base em Behar e Silva (2018) e Ferrari (2013).

Mas vamos esclarecer que essas três etapas anteriores não são como uma escada que você sobe e pronto. Elas são combinadas, se misturam, se reforçam e evoluem juntas, como um processo contínuo de crescimento digital.

Beleza, pessoal? Vamos em frente.

Seguimos nossa jornada...

MÃO NA MASSA COM A TECNOLOGIA

Sabe quando você precisa usar o celular, o notebook ou aquela plataforma da faculdade? As **competências digitais** envolvem justamente isso: saber usar bem essas ferramentas. É como ter um “kit de sobrevivência digital”, saber mexer nos *apps*, plataformas e dispositivos com **segurança**, **agilidade** e **propósito**. Não é apenas clicar por clicar, mas entender o que está fazendo, o porquê, e qual será a consequência das suas ações.

Muito além do clique: pensar criticamente

Agora, o **letramento digital** vai além do básico. Ele te ajuda a pensar sobre o que você vê e compartilha online. É saber analisar um post, entender se uma informação é confiável, criar conteúdo com responsabilidade e, claro, usar a internet com ética. Isso é essencial para quem quer se destacar na área de Publicidade e Propaganda!

Estudar *online* com estratégia

A **leitura** e o **estudo digital** são como superpoderes que você vai desenvolver ao longo da graduação. Eles não servem para apenas uma matéria, mas para várias

áreas da sua vida. Estudar online exige foco, organização e saber filtrar o que realmente importa. É como montar uma *playlist* de conteúdos úteis: você escolhe, organiza e analisa o que vai te ajudar a aprender de verdade.

Por que ler com atenção faz toda a diferença no digital?

Você já se pegou lendo um texto e, no final, percebeu que não entendeu quase nada? Daí precisa retomar a leitura... Isso acontece muito quando lemos no automático, só “passando o olho”. Mas se liga nessa dica: quando você lê com foco de verdade, seu cérebro capta melhor as ideias, conecta os pontos e guarda as informações por mais tempo.

Figura 3 – Leitura com atenção



Fonte: Freepik, 2025.

https://br.freepik.com/fotos-gratis/uma-estudante-esta-a-falar-ao-telefone-em-casa-conversa-ao-telefone_417595858.htm#fromView=search&page=1&position=3&uuid=eff95840-f0c1-490d-84a7-2ee1aaf85f8f&query=leitura+digital+atenta

Essa leitura mais eficiente, que chamamos de leitura digital profunda, é essencial para quem quer mandar bem na faculdade “e na vida”. Ela te ajuda a pensar de forma crítica, relacionar o que está lendo com outras coisas que você sabe e até identificar quando algo parece meio suspeito. Isso é superimportante para quem trabalha com

comunicação, como você, que faz parte da galera da Publicidade e Propaganda.

Dica de ouro

Quando você se envolve de verdade com o texto, seu cérebro cria conexões mais fortes. Isso significa que você não só entende melhor, mas também lembra do conteúdo por muito mais tempo.

Ah, e tem mais: segundo Frank Smith (1999), que foi repórter, editor e romancista antes de iniciar sua pesquisa sobre linguagem e psicologia da aprendizagem, quando a gente tenta ler algo sem entender nada, sem ter uma base sobre o assunto ou com maus hábitos de leitura, o cérebro fica sobrecarregado. É como se a gente tivesse uma “visão em túnel”, vendo só um pedacinho da coisa toda.

Por isso, não basta só usar os olhos. A leitura de verdade envolve também o que você já sabe, como você interpreta a linguagem e sua habilidade de fazer sentido com tudo isso. É aí que entra o que o autor chama de informação não visual, aquela que vem da sua bagagem, da sua experiência e da sua forma de pensar. Por isso, antes de começar a ler um texto, é preciso se perguntar algumas coisas:

O que eu sei sobre esse assunto? Qual o propósito desse texto: oferecer uma visão geral, aprofundar um tema, defender uma ideia etc.? Como ele está constituído: número de páginas, subcapítulos, tabelas e gráficos, imagens etc? Que tipo de informações ele traz: conceitos teóricos, dados e estatísticas, história, opinião?

Não importa que suas respostas sejam incompletas nesse momento. O ato de se fazer essas perguntas vai deixar seu cérebro mais aguçado na busca pelas respostas. Ao final, retorne a elas: o que você sabe agora? Algum ponto te deixou em dúvida? Você é capaz de resumir o conteúdo do texto com suas próprias palavras?

CONECTAR IDEIAS É O SEGREDO!

Você já percebeu como aprendemos melhor quando juntamos várias fontes de informação? Um vídeo aqui, um *post* ali, uma aula gravada, uma conversa no grupo da turma... Pois é, segundo Tony Bates (2016), que é uma referência mundial em

educação a distância e tecnologia educacional, aprender de verdade envolve ligar os pontos entre diferentes mídias e linguagens.

Na prática, isso significa que entender um conceito a fundo não vem só de ler um texto ou assistir a uma aula. Vem de misturar tudo isso com o que você já sabe, com suas experiências e com outras referências que você encontra por aí, seja num podcast, num meme inteligente ou até numa campanha publicitária que te marcou.

Essa habilidade de fazer conexões é essencial para quem estuda Publicidade e Propaganda. Afinal, criar boas ideias e estratégias depende de enxergar relações entre assuntos diferentes e transformar isso em algo criativo e relevante.

E para te ajudar a desenvolver essa habilidade, este manual traz algumas estratégias práticas que facilitam essa integração de conhecimentos. **Bora explorar?**

VISUALIZE SUAS IDEIAS COM MAPAS MENTAIS

Sabe quando você tem um monte de ideias na cabeça e precisa organizar tudo de um jeito que faça sentido? Os **mapas mentais e conceituais** são ótimos para isso! Eles ajudam a perceber como os assuntos se conectam, como montar um quebra-cabeça do conhecimento. Essas ferramentas são visuais, ou seja, você consegue ver como os conceitos se relacionam, desde os mais gerais até os mais específicos. Isso facilita muito na hora de estudar, criar campanhas, planejar projetos ou até montar aquele artigo.

E o melhor: dá para fazer tudo isso de forma interativa usando *apps* como **MindMeister**, **Xmind** ou **Coggle**. É só escolher o tema central (por exemplo, “Publicidade Digital”), criar os ramos com os tópicos principais e ir conectando com exemplos, ideias e referências que você já conhece ou está aprendendo.

É tipo transformar o conteúdo da aula em um mapa criativo que faz sentido para você, e que ainda pode te salvar na hora de revisar!

De acordo com Bates (2016), na faculdade, é super importante irmos além do que já conhecemos e começar a pensar de forma mais ampla. A ideia é sair daquela aprendizagem mais prática e pessoal, tipo “aprender fazendo”, e ir aos poucos desenvolvendo uma forma de pensar mais teórica e reflexiva. Isso significa entender

conceitos, analisar situações e aplicar esse conhecimento em diferentes contextos, como projetos, campanhas ou até no mercado de trabalho. E sabe o que pode ajudar muito nesse processo? A tecnologia! Isso mesmo, sua amiga de longa data, ela é uma aliada poderosa para conectar experiências e transformar tudo isso em aprendizado de verdade.

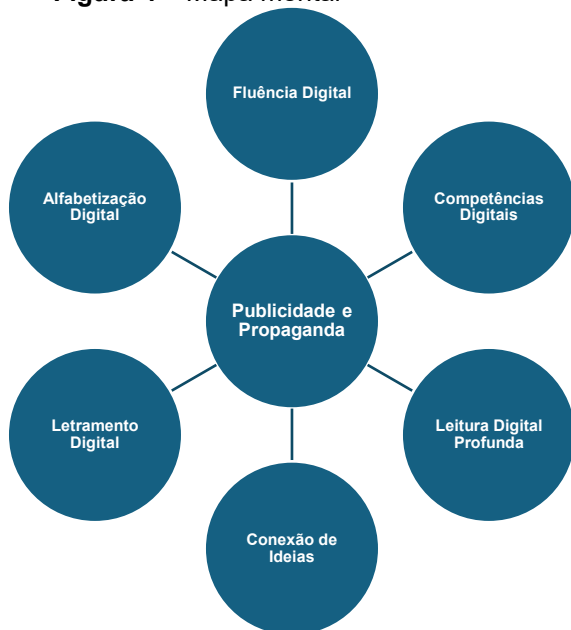
Sugerimos a seguir um exercício de mapa mental e explicamos como produzir seus próprios mapas mentais.

Observe o exemplo de mapa mental, que fornecemos a seguir, sobre o conteúdo deste texto até agora.

Estrutura do Mapa Mental:

- **Publicidade e Propaganda** (tema central)
- **Alfabetização Digital**: uso básico e seguro de ferramentas digitais.
- **Letramento Digital**: uso crítico e ético da tecnologia.
- **Fluência Digital**: aplicação criativa e estratégica da tecnologia.
- **Competências Digitais**: habilidades práticas com dispositivos e plataformas.
- **Leitura Digital Profunda**: foco, análise e retenção de conteúdo *online*.
- **Conexão de Ideias**: integração de mídias e experiências para aprendizado significativo.

Figura 4 – Mapa mental



Fonte: Elaborado pela autora.

NA PRÁTICA

Objetivo da Atividade

Promover a compreensão inicial e a organização visual dos conceitos fundamentais sobre letramento digital, facilitando a aprendizagem ativa e significativa dos estudantes “calouros” do curso de Publicidade e Propaganda EaD.

Passo a passo da atividade

1. Tema central do mapa mental:

- Letramento Digital

2. Instruções para os alunos:

- No centro da folha (ou da tela, se for digital), escreva o tema: Letramento Digital.
- A partir dele, crie três ramos principais com os seguintes subtópicos:
 - Alfabetização Digital
 - Letramento Digital
 - Fluência Digital

3. Para cada ramo, adicione pelo menos 2 ideias-chave:

Exemplo:

- **Alfabetização Digital**
 - Uso básico de ferramentas
 - Segurança e eficiência
- **Letramento Digital**
 - Pensamento crítico
 - Ética e cidadania digital
- **Fluência Digital**
 - Criatividade com tecnologia
 - Aplicação estratégica

4. Dica para os estudantes:

- Use cores diferentes para cada ramo.
- Se possível, adicione ícones ou desenhos simples que representem as ideias.
- Pode ser feito à mão ou com ferramentas como MindMeister, Canva, ou XMind.

ANOTAÇÕES QUE FAZEM SENTIDO (E AJUDAM DE VERDADE!)

Você já se perguntou se faz diferença estudar por um livro impresso ou por um PDF no *tablet*, *smartphone* ou notebook? Bates (2016) também levantou essa questão. E a real é que, para quem estuda a distância, o formato digital é super prático, você pode carregar centenas de textos no bolso, ou na mochila (sem pesar muito). Mas só isso não basta.

Ter acesso fácil ao conteúdo não garante que você vai aprender de verdade. Para transformar leitura em aprendizado, você precisa organizar as ideias, refletir sobre o que leu e fazer conexões com o que já sabe. E é aí que entram as anotações estruturadas.

Elas te ajudam a resumir, entender e lembrar melhor do conteúdo. Uma dica top é usar o *método Cornell* — criado lá nos anos 1960, mas ainda super útil hoje. Ele divide a página em três partes: uma para anotar os pontos principais, outra para escrever perguntas ou palavras-chave, e uma última para fazer um resumo geral. Isso facilita muito na hora de revisar e fixar o conteúdo.

E se você curte tecnologia (e publicitário adora isso!), pode usar apps como OneNote ou Evernote para fazer suas anotações de forma digital, com cores, links, imagens e tudo mais. Assim, além de estudar, você ainda treina sua criatividade e organização, duas habilidades essenciais para quem quer se destacar na área.

Vale a pena conferir o exemplo que fornecemos de uma aplicação do método Cornell:

Quadro 2 - Exemplo de Anotação com o Método Cornell

| Coluna da Esquerda (Palavras-chave / Perguntas) | Coluna da Direita (Notas / Explicações) |
|---|--|
| Estudo digital x impresso | Estudar por PDF é prático, mas não garante aprendizado por si só. É preciso mais do que acesso fácil. |
| Organização das ideias | Para aprender de verdade, é necessário organizar, refletir e conectar o conteúdo com o que já se sabe. |
| Anotações estruturadas | Ajudam a resumir, entender e lembrar melhor. Método Cornell é uma ótima estratégia. |

| | |
|--|---|
| Método Cornell | Divide a página em 3 partes: notas principais, palavras-chave/perguntas e resumo. Facilita revisão e fixação. |
| Ferramentas digitais | Apps como OneNote e Evernote permitem fazer anotações digitais com recursos visuais e interativos. |
| Habilidades desenvolvidas | Criatividade e organização — essenciais para quem atua com Publicidade e Propaganda. |
| Resumo (parte inferior da página): O simples acesso a materiais digitais, como PDFs, não garante aprendizado efetivo. Para aprender de forma significativa, é essencial organizar as ideias, refletir sobre o conteúdo e conectá-lo ao conhecimento prévio. O método Cornell, ao dividir a página em tópicos, perguntas e resumo, favorece a estruturação das anotações, facilitando a compreensão e a memorização. Ferramentas digitais como OneNote e Evernote ampliam esse processo com recursos visuais. Essa prática desenvolve habilidades como criatividade e organização, fundamentais para áreas como Publicidade e Propaganda. | |

Fonte: Elaborado pela autora.

NA PRÁTICA

1. Leitura base:

É necessário ler os seguintes trechos do material:

- Tema 1: Publicidade ou Propaganda?
- Tema 2: Níveis de Comunicação
- Tema 5: A Ética e a Legalidade

2. Aplicação do Método Cornell:

Quadro 3 - Aplicação do Método Cornell

| Coluna da Esquerda (Palavras-chave / Perguntas) | Coluna da Direita (Notas / Explicações) |
|--|--|
| Diferença entre publicidade e propaganda | Termos usados como sinônimos no Brasil; distinções semânticas; ambos visam comunicar e gerar resultados. |
| Níveis de comunicação com o consumidor | Desconhecimento, conhecimento, compreensão, convicção e ação. Cada nível exige estratégias específicas. |
| Função do CONAR | Órgão que regula a ética na publicidade; atua com base no Código Brasileiro de Autorregulamentação Publicitária. |
| Responsabilidade do publicitário | Agir com ética, respeitar leis e públicos diversos; evitar plágio, exageros e discriminação. |

| | |
|--|--|
| Call-to-action | Gatilho que leva o consumidor à ação (compra, clique, engajamento). |
| Papel da comunicação nas empresas | Criar e ampliar mercados, regular oferta e demanda, agregar valor à marca. |
| Resumo: Você deve escrever um parágrafo com suas próprias palavras, resumindo os principais aprendizados sobre o papel da publicidade, os níveis de comunicação e a importância da ética na profissão. | |

Fonte: Elaborado pela autora.

REVISAR E REFLETIR: DOIS HÁBITOS QUE FAZEM DIFERENÇA

Você já se deu perguntou se aquela fonte que você usou no trabalho da faculdade é realmente confiável? Pois é, saber avaliar a qualidade da informação é uma habilidade essencial, e envolve duas coisas: credibilidade (quem escreveu ou publicou aquilo?) e responsabilidade (o conteúdo é claro, objetivo e faz sentido?).

Na prática, isso significa desenvolver o hábito de checar a autoria, a data de publicação e se o conteúdo tem base em fatos ou evidências. Isso vale tanto para um artigo acadêmico, quanto para aquele post que você viu no LinkedIn ou no Instagram.

E tem mais: revisar o conteúdo de tempos em tempos, o que a galera chama de revisão espaçada, ajuda muito a fixar o que você aprendeu. Em vez de estudar tudo de uma vez só, o ideal é voltar ao conteúdo em intervalos (tipo 1 dia, depois 3 dias, depois 7...). Isso fortalece a memória e te ajuda a fazer conexões mais profundas entre os temas.

Dica de publicitário(a): quanto mais você treina esse olhar crítico e reflexivo, mais preparado(a) você fica para o mercado.

A qualidade de uma informação depende muito de como ela vai ser usada e por quem. Ou seja, uma fonte só é realmente boa se a informação for confiável e fizer sentido para quem precisa dela. Pra isso, é importante avaliar se ela atende aos objetivos de quem está buscando, e isso exige um olhar crítico e atento.

Ao verificar se uma informação é confiável, útil e faz sentido para o que está estudando ou criando, tudo muda. Isso te auxiliar na tomada de decisões mais assertivas, resolver problemas com mais agilidade, montar estratégias mais criativas

e até se comunicar de forma mais clara, seja em um briefing, numa campanha ou numa apresentação. E tem mais: com uma boa base de informação, você consegue pensar em soluções mais inovadoras e criar produtos ou serviços que realmente façam sentido para o público. No fim das contas, informação de qualidade é o ponto de partida para mandar bem na faculdade e se destacar no mercado.

A seguir, você vai conhecer um quadro elaborado por Tomaél, Alcará e Silva (2008) que reúne diferentes atributos de qualidade da informação, com base em vários autores. Esse material ajuda a resumir e organizar o que foi lido, facilitando a compreensão dos principais critérios e indicadores que definem se uma informação é realmente confiável e útil.

Saiba Mais

Para conhecer um pouco mais sobre a obra, segue o link:

https://www.google.com.br/books/edition/Fontes_de_Informa%C3%A7%C3%A3o_Digital/bLg0EAAAQBAJ?hl=pt-BR&gbpv=1&dq=fontes%20de%20informa%C3%A7%C3%A3o%20-%20Maria%20In%C3%AAs%20Toma%C3%A9%20Adriana%20Rosecler%20Alcar%C3%A1.%20PDF&pg=PA1940&printsec=frontcover

Quadro 4 – Características para Avaliação da Qualidade da Informação

| Autores | Atributos de Qualidade | Detalhamento |
|----------------------|--------------------------------|--|
| Wang e Strong (1996) | Categoria intrínseca | - Precisão, Objetividade, capacidade de compreensão, autoridade. |
| | Categoria de acessibilidade | - Acessibilidade e segurança. |
| | Categoria contextual | - Relevância, valor agregado, Integridade, Conveniência, Quantidade apropriada. |
| | Categoria de representação | - Passível de interpretação, fácil entendimento, representação concisa e consistente. |
| Lee et al. (2002) | Acessibilidade | - Informação facilmente recuperável, acessível e viável. |
| | Quantidade apropriada | - Em quantidade suficiente e apropriada às necessidades. |
| | Capacidade de compreensão | - Informação de fácil compreensão ou de credibilidade duvidosa; Informação confiável e verossímil. |
| | Integridade | - A informação inclui todos os méritos necessários e é suficientemente completa? Atende às necessidades? É ampla e profunda? |
| | Representação consistente | - Formato e apresentação consistentes. |
| | Fácil manuseio | - Uso fácil perante uma necessidade específica; - Facilidade de integração |
| | Livre de erros | - Correta, precisa e confiável. |
| | Interpretação | - Unidades de mensuração são claras; - Facilidade de compreensão. |
| | Objetividade | - Baseada em fatos, objetiva, visão imparcial. |
| | Relevância | - Útil, apropriada, aplicável. |
| | Credibilidade | - Origina-se de fontes com qualidade. |
| | Segurança | - Proteção contra acessos não autorizados; - Acesso restrito à informação e por pessoas autorizadas. |
| | Conveniência | - Suficientemente atualizada e oportuna. |
| | Compreensão | - Facilidade de entendimento. |
| Tomaéi et al. (2004) | Informações de identificação | - Dados da pessoa jurídica ou física responsável pela fonte. |
| | Consistência das informações | - Detalhamento e completeza das informações. |
| | Confiabilidade das informações | - Autoridade ou responsabilidade. |
| | Adequação da fonte | - Tipo de linguagem adotada e coerência com os objetivos. |
| | <i>Links</i> | - Internos e externos. |
| | Facilidade de uso | - Navegação na fonte. |
| | Layout da fonte | - Mídias utilizadas. |
| | Restrições percebidas | - Situações que podem restringir ou desestimular o uso da fonte. |
| | Suporte ao usuário | - Auxílios aos usuários. |

continua...

continuação...

| Autores | Atributos de Qualidade | Detalhamento |
|------------------------|------------------------------------|--|
| Barnes e Vidgen (2004) | Usabilidade | - Facilidade de uso e de navegação; design apropriado ao propósito da fonte de informação; imagem atrativa; competência e possibilidade de experiência positiva no usuário. |
| | Qualidade das informações | - Conveniência da informação para os propósitos do usuário, como, por exemplo, precisão, confiabilidade, pertinência, fácil entendimento, formato apropriado e profundidade da informação. |
| | Qualidade da interação | - Segurança no uso, sensação de personalização, confiança no uso dos recursos da fonte de informação e facilidade nas formas de contato com o responsável pela fonte. |
| Lopes (2004) | Credibilidade | - Fonte, contexto, atualização, pertinência/utilidade e processo de revisão editorial. |
| | Conteúdo | - Acurácia, hierarquia de evidência, precisão das fontes, avisos institucionais e completeza. |
| | Apresentação formal do <i>site</i> | - Objetivo e perfil do <i>site</i> . |
| | <i>Links</i> | - Seleção, arquitetura, conteúdo e <i>links</i> de retorno. |
| | <i>Design</i> | - Acessibilidade, navegabilidade e mecanismo de busca interno. |
| | Interatividade | - Mecanismo de retorno da informação, fórum de discussão e explicitação de algoritmos. |
| | Anúncios | - Alertas. |
| Simeão (2006) | Interatividade | - Ação recíproca que possibilita a interação entre o sistema e o usuário, assim como de grupos de usuários por meio do sistema. A interação é viabilizada por intermédio de ferramentas de tecnologia da informação. |
| | Hipertextualidade | - Conexão entre dois ou mais recursos textuais (conteúdos), que por meio de tópicos significantes reestrutura conteúdos dispersos na <i>web</i> . |
| | Hipermídiação | - Interação da informação e recursos diversos disponibilizados em distintos formatos – texto, áudio, imagem estática e em movimento – que possibilitam a criação do conteúdo. |

Fonte: Tomaél; Alcará; Silva (2008).

E olha só, elaboramos um modelo de *checklist*, para organizar os atributos em categorias funcionais, facilitando sua aplicação na avaliação de fontes informacionais, especialmente em ambientes digitais e acadêmicos.

1. Qualidade Intrínseca/Essencial

- **Precisão:** A informação está correta e livre de erros.
- **Objetividade:** Ausência de vieses ou distorções.
- **Autoridade:** Fonte confiável e reconhecida.
- **Compreensão:** Clareza e facilidade de entendimento.

2. Qualidade Contextual

- **Relevância:** Alinhamento com a necessidade do usuário.

- **Valor Agregado:** Contribuição significativa para a tarefa.
- **Atualidade:** Informação recente e atualizada.
- **Integralidade:** Abrangência e completude do conteúdo.
- **Conveniência:** Disponível no momento e formato adequados.

3. Qualidade Representacional

- **Clareza:** Linguagem acessível e bem estruturada.
- **Consistência:** Padronização na apresentação.
- **Interpretabilidade:** Facilidade de interpretação e uso.

4. Qualidade de Acessibilidade

- **Acesso Facilitado:** Facilidade de localização e recuperação.
- **Segurança:** Proteção contra acessos indevidos.
- **Inclusividade:** Acesso por usuários com diferentes perfis (ex: com deficiência).

5. Qualidade Técnica e Estrutural

- **Links Funcionais:** Presença de links internos e externos atualizados.
- **Navegação:** Facilidade de movimentação entre páginas.
- **Atualização Técnica:** Frequência de revisão e manutenção do conteúdo.

6. Qualidade Interativa e Multimodal

- **Interatividade:** Possibilidade de interação com o conteúdo e outros usuários.
- **Hipertextualidade:** Conexão entre conteúdos por meio de links.
- **Multimídia:** Uso de recursos como imagens, vídeos e animações.

Convido você a assistir ao vídeo a seguir que fala sobre as *fake news*. Acesse o link:
[Fake News: Como Evitar?](#)

NA PRÁTICA

1 - Escolha um conteúdo-chave da disciplina que você estiver cursando (ex: um conceito teórico, um resumo de aula ou um capítulo de leitura).

2 - Crie uma nova página no OneNote ou Evernote com o título do tema.

Divida a página em quatro seções visuais:

Seção 1 – Elabore conceitos principais:

Use tópicos curtos, ícones e cores diferentes para destacar definições, fórmulas ou

ideias centrais.

Seção 2 – Crie exemplos visuais:

Insira imagens, esquemas, infográficos ou prints de tela que ajudem a visualizar o conteúdo.

Seção 3 – Estabeleça conexões e aplicações:

Relacione o conteúdo com outras disciplinas, situações práticas ou experiências pessoais.

Seção 4 – Desenvolva uma revisão ativa:

Crie perguntas e respostas, *flashcards* (pequenos cartões que servem para testar sua memória) ou resumos em voz gravada para revisar o conteúdo em intervalos (ex: 1 dia, 3 dias, 7 dias). Você pode usar marcações visuais como: cores para categorias (ex: azul para conceitos, verde para exemplos, vermelho para dúvidas), emojis ou ícones para facilitar a navegação, tabelas ou caixas de texto para organizar ideias. Também pode ser útil agendar lembretes de revisão no próprio app ou no calendário digital, seguindo o método de revisão espaçada que você determinar.

DIÁRIO, GRUPOS E TROCAS: APRENDENDO COM A GALERA (E COM VOCÊ MESMO)

Diário de Reflexão

Já pensou em ter um espaço só seu para registrar o que aprendeu, o que achou mais interessante ou até o que te deixou com dúvida? Um **diário de reflexão** é exatamente isso. Nele, você pode anotar suas impressões sobre os conteúdos das aulas e como eles se conectam com coisas que você já viveu ou aprendeu antes. É uma forma de transformar o estudo em algo mais pessoal e significativo — e ainda ajuda a fixar melhor o que você está aprendendo.

Discussões e Colaborações

Estudar sozinho tem seu valor, mas trocar ideia com outras pessoas pode abrir sua mente de um jeito incrível. Participar de grupos de estudo (inclusive no WhatsApp, que a gente já usa o tempo todo!) é uma ótima forma de discutir os conteúdos, ouvir

outras perspectivas e aprender junto. Às vezes, uma explicação de colega vale mais que mil slides!

Compartilhamento

Quando você explica algo para outra pessoa, você entende ainda mais. Por isso, compartilhe o que aprendeu, seja em um grupo, numa conversa ou até em um *post* — é uma das melhores formas de reforçar seu próprio conhecimento. E, de quebra, você ainda ajuda quem está na mesma jornada.

Conectando os Pontos entre Diferentes Áreas

Na faculdade, a gente aprende um monte de coisas em disciplinas diferentes, mas o segredo está em **ligar os pontos**. Quando você lê sobre um tema em uma matéria e consegue relacionar com algo que viu em outra, ou até com algo do seu dia a dia, o aprendizado fica muito mais rico.

Essa ideia de fazer **conexões multidisciplinares** é superimportante para quem estuda Publicidade e Propaganda. Afinal, criar campanhas criativas e relevantes exige olhar o mundo com vários filtros: entender de comportamento, cultura, tecnologia, ética, economia... tudo junto!

Então, bora sair da caixinha: leia sobre temas variados, explore conteúdos de outras áreas e veja como tudo pode se conectar com o que você está aprendendo. Isso vai turbinar sua criatividade e te preparar melhor para o mercado.

A interdisciplinaridade nos ajuda a perceber que tudo está conectado, ideias, conceitos, áreas do conhecimento. Ela resgata aquela visão mais ampla da realidade, mostrando que vivemos em uma rede cheia de interações e relações complexas. Em vez de pensar cada disciplina de forma isolada, a proposta é entender como elas se complementam e se influenciam, criando um aprendizado mais completo e significativo. (Thiesen, 2008).

NA PRÁTICA

Atividade Interdisciplinar: Conectando Fundamentos e História da Publicidade e Propaganda.

1. Escolha um tema central que aparece nos dois materiais citados anteriormente. Sugestões:

- A evolução da comunicação publicitária
- O papel do publicitário na sociedade
- Ética e responsabilidade na propaganda
- A influência da mídia na publicidade
- A construção de marcas ao longo do tempo

2. Relacione esse tema com pelo menos duas áreas do conhecimento.

Exemplos:

- História ↔ Comunicação ↔ Publicidade
- Ética ↔ Direito ↔ Propaganda
- Psicologia ↔ Consumo ↔ Mídia
- Tecnologia ↔ Criatividade ↔ Estratégia

3. Organize suas ideias com o método Cornell, conforme o quadro a seguir:

Quadro 5 – Ideias com o método Cornell

| Palavras-chave / Perguntas | Notas / Explicações |
|--|--|
| Como a publicidade evoluiu ao longo da história? | Desde os pregões na Babilônia até os comerciais digitais, a publicidade se adapta às mídias e à sociedade. |
| Qual o papel do publicitário hoje? | Mediador entre produção e consumo, responsável por comunicar com ética e estratégia. |
| Como a ética influencia a criação de campanhas? | O CONAR regula práticas publicitárias para garantir respeito às leis e à diversidade. |
| Que aprendizados históricos ajudam a entender o presente? | A história mostra como a propaganda moldou comportamentos e identidades culturais. |
| Resumo: Escreva um parágrafo com suas próprias palavras, explicando o que você aprendeu ao cruzar os conteúdos de fundamentos e história da publicidade. | |

Fonte: Elaborado pela autora.

ORGANIZAÇÃO: SUA ALIADA NA EAD (E NA VIDA)

Se tem uma habilidade que faz toda a diferença no ensino a distância, é saber organizar seu tempo. Quando você aprende a planejar bem sua rotina e suas tarefas, tudo flui melhor: você ganha tempo, rende mais nos estudos e ainda evita aquele estresse de última hora.

Quem desenvolve bem essa habilidade consegue manter o controle do que precisa fazer, o que aumenta a produtividade e reduz a ansiedade.

E para te ajudar nisso, existem ferramentas digitais super úteis, como o *Notion* e o *Roam Research* – ambos têm versões gratuitas e são ótimos para quem curte deixar tudo visual e conectado. Com eles, dá para organizar suas anotações, ideias, links, tarefas e até montar cronogramas de estudo.

Dica de publicitário(a): use etiquetas e categorias para separar os conteúdos por tema, disciplina ou projeto. Isso facilita muito na hora de encontrar o que você precisa e ainda te ajuda a fazer conexões entre assuntos diferentes, algo essencial para quem trabalha com criatividade e estratégia. (Queiroz, Jucá e Silva, 2024).

NA PRÁTICA

Plano semanal de organização acadêmica

Objetivo: Desenvolver a competência de organização por meio da criação de um plano semanal de estudos, utilizando ferramentas digitais e estratégias de priorização.

Instruções:

1. Autoavaliação Inicial (10 minutos):

Refleta sobre sua rotina atual e responda:

- Quantas horas por semana você tem disponíveis para estudar?
- Quais são seus principais compromissos fixos (trabalho, família, etc.)?
- Você costuma cumprir prazos com facilidade?

2. Mapeamento de Atividades (15 minutos):

Liste todas as atividades acadêmicas da semana (leituras, fóruns, vídeos, entregas, etc.).

Classifique-as em:

- Urgentes e importantes
- Importantes, mas não urgentes
- Menos importantes

3. Criação do Cronograma (30 minutos):

Usando uma ferramenta digital como Google Agenda, Trello, Notion ou Google Planilhas, você deve:

- Distribuir as atividades ao longo da semana
- Reservar horários fixos para estudo
- Incluir pausas e tempo para revisão

Espaço para preenchimento:

4. *Checklist* Diário (5 minutos por dia):

Crie uma lista de tarefas diárias com caixas de seleção. Ao final do dia, é necessário marcar o que foi concluído e refletir sobre o que não foi feito.

5. Reflexão Final (ao final da semana):

- O que funcionou bem no meu planejamento?
- O que pode ser ajustado para a próxima semana?
- Como a organização impactou minha produtividade e bem-estar?

Aqui vai um exemplo, simples e eficaz, conforme o quadro a seguir:

Quadro 6 – Dicas e como aplicar

| Dica | Como aplicar |
|----------------------------|---|
| Use uma agenda ou planner | Anote datas de entrega, provas e encontros online. Pode ser no papel ou em apps como Google Agenda ou Notion. |
| Crie uma rotina de estudos | Separe horários fixos na semana para assistir às aulas, ler os materiais e fazer as atividades. |

| Dica | Como aplicar |
|--|---|
| Divida grandes tarefas em partes menores | Em vez de deixar tudo para a última hora, vá fazendo aos poucos. Isso ajuda a manter o ritmo e a qualidade. |
| Organize seus arquivos digitais | Crie pastas por disciplina e salve os materiais com nomes claros. Isso facilita muito na hora de revisar. |
| Use checklists | Marcar o que já foi feito dá uma sensação de progresso e ajuda a manter o foco. |

Fonte: Elaborado pela autora.

DESAFIOS DA LEITURA DIGITAL: NEM TUDO É TÃO SIMPLES QUANTO PARECE

Assim como outras tecnologias que surgiram ao longo da história, a escrita digital não apareceu do nada. Ela é resultado de um processo de evolução das formas que usamos para registrar, organizar e compartilhar conhecimento. Ou seja, não foi uma virada de chave, mas sim uma transformação contínua.

E mesmo sendo super prática (afinal, dá para carregar uma biblioteca inteira no celular), a leitura digital exige atenção. Precisamos aprender a lidar com distrações, organizar melhor as informações e desenvolver estratégias para realmente entender e lembrar do que lemos.

Em Publicidade e Propaganda, onde tudo muda rápido e a informação é o coração das decisões criativas, saber ler com profundidade no digital é uma habilidade que faz toda a diferença.

LEITURA DIGITAL: PRÁTICA, MAS CHEIA DE ARMADILHAS

Ler no celular, tablet ou notebook é super prático, né? Você carrega tudo no bolso: livros, artigos, PDFs da faculdade... Mas apesar de ser acessível, a leitura digital também tem seus desafios, e eles podem atrapalhar, e muito, a sua concentração e o seu aprendizado.

1. **Fadiga visual e foco difícil:** Ficar muito tempo na frente da tela pode cansar os olhos por causa da luz azul. Isso pode até bagunçar seu sono! E quando o

texto é longo, o esforço para manter o foco é ainda maior. Resultado? Cansaço e menos rendimento.

2. **Distrações por todos os lados:** Notificação do WhatsApp, mensagem no Insta, e-mail chegando... tudo isso tira sua atenção. E quando você tenta fazer várias coisas ao mesmo tempo (tipo ler e responder mensagens), a leitura perde qualidade. Você até lê, mas não entende direito, e muito menos lembra depois.
3. **Leitura Superficial e Pouca Retenção:** Na correria, é comum a gente só “passar o olho” no texto. Mas esse hábito de leitura rápida (ou leitura diagonal) faz com que a gente perca partes importantes do conteúdo. E aí, fica difícil entender de verdade e lembrar depois.

Dica de publicitário(a): se você quer se destacar criando campanhas que fazem sentido e têm impacto, precisa treinar sua atenção e leitura crítica. Ler com calma, refletir e se concentrar no conteúdo é um diferencial, tanto na faculdade quanto no mercado.

Você vai ler agora o texto **O papel da terceirização na publicidade**. Leia as instruções a seguir, até o final, e só depois comece a leitura.

1. Antes de ler, pense a respeito do título: que tipo de informações você espera encontrar no texto?
2. Clique no link e, antes de começar a ler, analise a imagem que ilustra o texto – ela diz alguma coisa? Olhe o texto em sua totalidade e identifique se há dados, trechos em destaque, gráficos etc. Link: <https://www.uninter.com/noticias/o-papel-da-terceirizacao-na-publicidade>
3. Comece a leitura e termine-a sem qualquer interrupção (você deve levar entre 2 e 3 minutos para fazer isso).
4. Como você resumiria a ideia principal do texto? Há dados ou outras informações relevantes? Alguma palavra ou termo chamou sua atenção?

ERGONOMIA: SEU CORPO TAMBÉM FAZ PARTE DO ESTUDO

Você já ficou com dor nas costas ou no pescoço depois de passar horas lendo no celular ou no notebook? Isso acontece porque, quando a gente estuda em posições desconfortáveis ou segura o dispositivo por muito tempo, o corpo sente, e isso pode atrapalhar a concentração e o rendimento.

Por isso, cuidar da **ergonomia** é essencial para quem estuda a distância. E não precisa ser nada complicado! Com algumas atitudes simples, dá pra melhorar bastante sua experiência com a leitura digital.

Aqui vão algumas dicas que funcionam de verdade:

- **Crie uma rotina de leitura:** reserve um horário fixo no seu dia para estudar com calma e sem pressa.
- **Use filtro de luz azul ou óculos específicos:** isso ajuda a proteger seus olhos e evitar aquela cansaço visual.
- **Faça pausas regulares:** levante, alongue, descanse os olhos em intervalos regulares (a cada 40 minutos, por exemplo). Seu corpo (e sua mente) agradecem!
- **Desative notificações:** nada de ser interrompido por mensagens enquanto está concentrado(a).
- **Sente-se com conforto:** escolha uma cadeira que apoie bem suas costas e mantenha o dispositivo na altura dos olhos.
- **Leia ativamente:** destaque trechos importantes, faça anotações e resumos. Isso ajuda a fixar o conteúdo e manter o foco.

Dica de publicitário(a): cuidar do seu corpo enquanto estuda é tão importante quanto entender o conteúdo. Afinal, criatividade e produtividade andam de mãos dadas com bem-estar!

COMO APRENDER DE VERDADE: MEMÓRIA, PENSAMENTO CRÍTICO E CONEXÕES

Se você quer realmente entender o que estuda, e não só decorar para a prova, precisa ir além da leitura superficial. Aprender de verdade envolve três coisas: **reter informações**, **pensar criticamente** e **conectar ideias**. E tudo isso tem a ver com como seu cérebro processa o conteúdo.

Segundo Piaget, nosso conhecimento vai sendo construído aos poucos, conforme nos desenvolvemos e interagimos com o mundo. Ou seja, entender um texto não é só ler as palavras, mas também lembrar do que já sabe, **elaborar conclusões** e **conectar os pontos** com outras experiências.

Pessoas que leem com frequência costumam usar estratégias que ajudam muito nesse processo, como entender o significado das palavras no contexto (semântica) e perceber como o texto se encaixa em diferentes situações (pragmática).

Aqui vão algumas dicas práticas que podem te ajudar nessa jornada:

Leitura Ativa

Não leia no modo automático! Faça anotações, destaque os pontos mais importantes, escreva resumos e crie perguntas sobre o que está lendo. Isso te ajuda a manter o foco e a entender melhor o conteúdo. Quando estiver se cansando, pare de ler, levante-se e respire fundo. Então, feche os olhos e teste sua memória: você lembra do que estava lendo?

Reflexão, Autoavaliação e Melhoria Contínua

Crie o hábito de manter um diário de leitura. Nele, você pode refletir sobre o que aprendeu e como isso se conecta com outras coisas que já estudou ou viveu. Além disso, faça autoavaliações de tempos em tempos: o que você está mandando bem? O que ainda precisa melhorar? Ajustar suas estratégias de leitura faz toda a diferença.

| |
|--|
| Lembre-se: desenvolver habilidades de leitura digital é um processo. Com prática, dedicação e as estratégias certas, você vai se sentir cada vez mais preparado(a) para encarar os desafios do EaD, e transformar o conteúdo em conhecimento de verdade. |
|--|

NA PRÁTICA

Desafiamos você a refletir com base nas etapas e perguntas dispostas no quadro reflexivo a seguir, para que analise sua compreensão das dicas que compartilhamos com você nesse material.

Quadro 7 – Para refletir

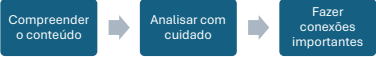
| Dimensão | Pergunta Reflexiva | Sim | Não | Parcialmente |
|---------------------------|---|--------------------------|--------------------------|--------------------------|
| Letramento Digital | Eu entendi o que é letramento digital e como ele pode me ajudar a ser mais crítico(a), criativo(a) e estratégico(a) no mundo online? | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| Ferramentas e Organização | Estou usando bem as ferramentas digitais (como Notion, Trello, Canva, etc.) para organizar meus estudos e criar conteúdos com propósito? | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| Leitura com Foco | Tenho conseguido ler com atenção, fazer anotações úteis (como mapas mentais ou método Cornell) e lembrar do que estudei? | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| Ética e Responsabilidade | Já parei para pensar sobre como minhas ações no digital impactam minha imagem profissional e a sociedade? Estou sendo ético(a) nas minhas criações? | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| Conexões e Criatividade | Consigo conectar informações de diferentes áreas e transformar isso em ideias, projetos e reflexões criativas | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |


Fonte: elaborado pela autora.

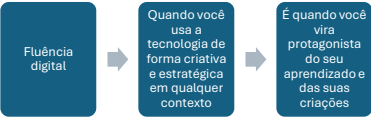
ROTEIRO DO VÍDEO

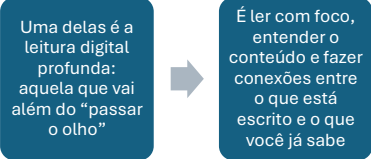
| | |
|-----------------------|---|
| Disciplina: | APRESENTAÇÃO – Manual de Sobrevivência Digital para Estudantes de Publicidade de EaD |
| Tempo: | 4 min 39 seg (leitura pausada) |
| Link do vídeo: | https://drive.google.com/file/d/1ni4BQxa6Zm21xfK_nCeZpiPX1d6lgoE5/view?usp=drive_link |
| Roteirista: | Silvia Kasprzak |

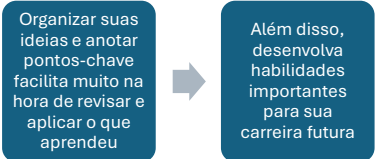
| Cena | Locução | Vivo/Off | Imagem | Descrição da cena |
|------|---|----------|---|---|
| 1 | | Off/BG | | Vinheta de abertura (3" a 5") |
| 2 | <p>Olá, seja bem-vindo!</p> <p>Que bom ter você conosco. Neste encontro, vamos apresentar o Manual de Sobrevivência Digital para Estudantes de Publicidade de EaD.</p> <p>Então, vamos começar?</p> | OFF | Manual de Sobrevivência Digital para Estudantes de Publicidade de EaD | <p>Cortar para lettering (tela cheia) com enquadramento 2.</p> <p>O lettering deverá aparecer conforme a locução.</p> |
| 3 | Vamos falar sobre o letramento digital , algo essencial para quem estuda publicidade online. É como se fosse um guia prático para usar a internet com inteligência, propósito e criatividade. | OFF | Letramento digital | <p>Cortar para lettering (tela cheia) com enquadramento 2.</p> <p>O lettering deverá aparecer conforme a locução.</p> |
| 4 | Você já parou para pensar como a leitura amplia seu vocabulário, pensamento crítico e até sua criatividade? Essas habilidades continuam valendo mesmo na era digital, mas agora desative uma nova forma de lidar com as | OFF | https://br.freepik.com/video-gratuito/close-up-duas-funcionarias-irreconheciveis-olhando-algo-celular-escritorio_175659#fromView=sear | <p>Cortar para vídeo com enquadramento 2.</p> <p>O ideal é que o vídeo cubra toda a cena, enquanto acontece a narração.</p> |

| | | | | |
|---|---|-----|---|---|
| | informações. | | ch&page=1&position=20&uuid=71f44d8e-5f1d-424e-a52b-083110821d6a | |
| 5 | No mundo digital, não basta ler rápido ou passar o olho. É preciso compreender o conteúdo, analisar com cuidado e fazer conexões importantes ; algo fundamental para quem vai trabalhar com comunicação. | OFF |  <pre> graph LR A[Compreender o conteúdo] --> B[Analisar com cuidado] B --> C[Fazer conexões importantes] </pre> | Cortar para esquema com enquadramento 2. O ideal é que o esquema apareça conforme a narração. |
| 6 | Letramento digital vai muito além de saber mexer no celular. É sobre usar a tecnologia de forma crítica e consciente; como um verdadeiro profissional da comunicação faz. | OFF | Letramento digital vai muito além de saber mexer no celular | Cortar para lettering (tela cheia) com enquadramento 2. O ideal é que o lettering apareça conforme a narração. |
| 7 | Isso inclui pesquisar bem, avaliar fontes confiáveis e criar conteúdo com responsabilidade. Tudo isso é parte do dia a dia de um publicitário que atua <i>online</i> . | OFF | https://br.freepik.com/video-gratuito/maos-empresario-usando-tablet_2775635#fromView=search&page=1&position=47&uuid=71f44d8e-5f1d-424e-a52b-083110821d6a | Cortar para vídeo com enquadramento 2. O ideal é que o vídeo cubra toda a cena, enquanto acontece a narração. |
| 8 | O objetivo é se tornar um profissional capaz de conectar ideias, gerar conhecimento e criar campanhas impactantes . E tudo começa com o uso inteligente da informação . | OFF | <ul style="list-style-type: none"> • Conectar ideias • Gerar conhecimento • Criar campanhas impactantes | Cortar para lettering (lista lateral) com enquadramento 2. O ideal é que o lettering apareça conforme a narração. |

| | | | | |
|----|--|-----|---|--|
| | | | <ul style="list-style-type: none"> • Uso inteligente da informação | |
| 9 | Mas antes do letramento digital, existe a alfabetização digital. É como aprender a andar de bicicleta: você precisa dominar o básico antes de explorar novos caminhos. | OFF |  | <p>Cortar para esquema com enquadramento 2.</p> <p>O ideal é que o esquema apareça conforme a narração (um box de informação de cada vez).</p> |
| 10 | Nesse primeiro nível, você aprende a usar ferramentas com segurança e eficiência — seja uma plataforma acadêmica, um aplicativo de edição ou redes sociais. | OFF | https://br.freepik.com/video-gratuito/tiro-camera-lenta-alunos-digitando-laptops-biblioteca_473732#fromView=search&page=1&position=14&uuid=37327a44-e8f1-48ba-a0e2-2fc0e1c2dd9a | <p>Cortar para vídeo com enquadramento 2.</p> <p>O ideal é que o vídeo cubra toda a cena, enquanto acontece a narração.</p> |
| 11 | Depois vem o letramento digital, onde você começa a pensar criticamente sobre o que consome e cria online. É aqui que entra a ética, a cidadania digital e o olhar crítico necessário para o mercado. | OFF | <ul style="list-style-type: none"> • Ética • Cidadania digital • Olhar crítico | <p>Cortar para lettering (lista lateral) com enquadramento 2.</p> <p>O ideal é que o lettering apareça conforme a locução.</p> |
| 12 | É hora de questionar: essa informação é confiável? Ela respeita os direitos autorais? Foi produzida com responsabilidade? São perguntas que todo bom publicitário deve fazer. | OFF | <p>É hora de questionar: essa informação é confiável?</p> <p>Ela respeita os direitos autorais?</p> | <p>Cortar para lettering (tela cheia) com enquadramento 2.</p> <p>O ideal é que o lettering apareça conforme a narração.</p> |

| | | | Foi produzida com responsabilidade? | |
|----|---|-----|---|--|
| 13 | E por fim, a fluência digital: quando você usa a tecnologia de forma criativa e estratégica em qualquer contexto. É quando você vira protagonista do seu aprendizado e das suas criações. | OFF |  | <p>Cortar para esquema com enquadramento 2.</p> <p>O ideal é que o esquema apareça conforme a narração (um box de informação de cada vez).</p> |
| 14 | Essas etapas não são lineares. Elas se misturam e evoluem juntas, num processo contínuo de crescimento digital. Afinal, ser bom em publicidade exige estar sempre aprendendo e se atualizando. | OFF | https://br.freepik.com/video-premium/animacao-processamento-dados-estatisticos-sobre-feliz-empresaria-biracial-usando-tablet-escritorio_5203233#fromView=search&page=1&position=30&uuid=f1802bd-119a-41d0-9155-f976a17da478 | <p>Cortar para vídeo com enquadramento 2.</p> |
| 15 | Agora que você sabe o que é letramento digital, vamos falar de algumas estratégias práticas . São dicas que vão te ajudar a estudar melhor e mandar bem nas atividades da faculdade . | OFF | <p>Estratégias práticas</p> <p>Estudar melhor</p> <p>Mandar bem nas atividades da faculdade</p> | <p>Cortar para lettering (tela cheia) com enquadramento 2.</p> <p>O ideal é que cada lettering apareça conforme a locução.</p> |

| | | | | |
|----|---|-----|---|--|
| 16 | Uma delas é a leitura digital profunda: aquela que vai além do “passar o olho”. É ler com foco, entender o conteúdo e fazer conexões entre o que está escrito e o que você já sabe. | OFF |  <p>Uma delas é a leitura digital profunda: aquela que vai além do “passar o olho”</p> <p>→</p> <p>É ler com foco, entender o conteúdo e fazer conexões entre o que está escrito e o que você já sabe</p> | Cortar para esquema com enquadramento 2. O ideal é que o esquema apareça conforme a narração. |
| 17 | Ler com foco ajuda a entender melhor, lembrar mais e fazer conexões importantes. E isso faz toda a diferença na hora de criar uma campanha, escrever um artigo ou participar de um debate online. | OFF | https://br.freepik.com/video-gratuito/rapariga-usar-tablet_2855324#fromView=search&page=1&position=11&uuid=c31791e4-9428-48bc-b95f-74d0ad93229a | Cortar para vídeo com enquadramento 2. |
| 18 | Ferramentas como mapas mentais e método Cornell são ótimas aliadas nesse processo. Elas organizaram suas ideias e facilitaram a revisão, deixando o estudo mais produtivo. | OFF | https://br.freepik.com/fotos-gratis/escrita-gesto-direcao-poupancas-consideraveis_1074673.htm#fromView=search&page=1&position=0&uuid=a858c1a4-56f9-430e-adc9-fb43bab80b1f&query=mapas+mentais Mapas mentais https://br.freepik.com/fotos-premium/vista-de-alto-angulo-de-mulher-estudando-na-cama-em-casa_123920180.htm#fromView=search&page=1&position=8&uuid=7c64ead3-3b39-4789-86bf-02c02bddb6ca&query=m%C3%A9todo+Cornell | Cortar para imagem + lettering (tela cheia) com enquadramento 2. O ideal é que cada imagem apareça junto com o lettering correspondente, em sincronia com a locução. |

| | | | Método Cornell | |
|----|--|-----|---|---|
| 19 | Organizar suas ideias e anotar pontos-chave facilita muito na hora de revisar e aplicar o que aprendeu. Além disso, desenvolva habilidades importantes para sua carreira futura. | OFF |  | <p>Cortar para esquema com enquadramento 2.</p> <p>O ideal é que o esquema apareça conforme a narração.</p> |
| 20 | Mais do que isso, é importante cuidar do seu corpo enquanto estuda online . Seu bem-estar físico e mental também afetam sua concentração e desempenho. Use luz adequada, faça pausas e desative as notificações para manter o foco . Um ambiente organizado e ergonômico faz toda a diferença na hora de estudar. | OFF | <ul style="list-style-type: none"> • Cuidar do seu corpo enquanto estuda <i>online</i> • Use luz adequada • Faça pausas • Notificações desativas para manter o foco • Ambiente organizado e ergonômico | <p>Cortar para lettering (lista lateral) com enquadramento 2.</p> <p>O ideal é que cada lettering apareça conforme a locução.</p> |
| 21 | <p>Pronto! Agora você já sabe o que é letramento digital e tem dicas práticas para mandar bem nos estudos <i>online</i>.</p> <p>Esperamos que você tenha gostado do conteúdo apresentado.</p> <p>Até mais!</p> | OFF | https://br.freepik.com/video-gratuito/jovem-assistindo-filme-interessante-tablet-enquanto-come-batatas-fritas-sentado-pernas-cruzadas-sofa-casa_174337#fromView=search&page=1&position=33&uuid=c31791e4-9428-48bc-b95f-74d0ad93229a | <p>Cortar para vídeo com enquadramento 2.</p> |
| 22 | | OFF | | Vinheta de encerramento (5" a 8") |

2. Instrumento de Avaliação do Produto Educacional

Link:do questionário:

https://docs.google.com/forms/d/e/1FAIpQLSf9b6ANchV9NWmgCrM6Zp3w75Sz8bY7348qWGT_EskU455vQ1g/viewform?usp=header

Título do Produto: Rota de Aprendizagem – Manual de Sobrevivência Digital para Estudantes de Publicidade no EaD

Finalidade: Avaliação por painel de especialistas para fins de validação acadêmica e aprimoramento pedagógico.

* Indica uma pergunta obrigatória

➤ IDENTIFICAÇÃO

- Área de atuação:
- Tempo de experiência com EaD e formação:

➤ AVALIAÇÃO GERAL DO PRODUTO

1. Clareza e linguagem*

Como você avalia a linguagem utilizada no material, é acessível ao público-alvo?

- () Excelente
- () Boa
- () Regular
- () Ruim
- () Muito ruim

Comentários:

2. Organização e estrutura*

Os conteúdos estão bem-organizados e com progressão lógica?

- () Excelente
- () Boa
- () Regular
- () Ruim
- () Muito ruim

Comentários:

3. Adequação ao público-alvo*

Os temas e abordagens dialogam com o perfil e as necessidades dos estudantes?

- () Excelente
- () Boa
- () Regular
- () Ruim
- () Muito ruim

Comentários:

4.Relevância pedagógica*

O material contribui para o desenvolvimento de competências digitais e de estudo autônomo?

- () Excelente
- () Boa
- () Regular
- () Ruim
- () Muito ruim

Comentários:

5. Aplicabilidade prática *

Os recursos e estratégias propostos são viáveis e úteis no contexto real da EaD?

- () Excelente
- () Boa
- () Regular
- () Ruim
- () Muito ruim

Comentários:

6. Conteúdo e abordagem *

Os conceitos de letramento digital, alfabetização e fluência digital estão bem definidos e contextualizados?

- () Excelente
- () Boa
- () Regular
- () Ruim
- () Muito ruim

Comentários:

7. As estratégias de aprendizagem (mapas mentais, método Cornell, diário de reflexão, etc.) são pertinentes e bem explicadas? *

- () Excelente
- () Boa
- () Regular
- () Ruim
- () Muito ruim

Comentários:

8. O material estimula o pensamento crítico, a autonomia e a criatividade dos estudantes? *

- () Excelente
- () Boa
- () Regular
- () Ruim
- () Muito ruim

Comentários:

➤ **SUGESTÕES E CONSIDERAÇÕES FINAIS**

9. Quais pontos você considera os mais fortes do material? *

10. Quais aspectos poderiam ser aprimorados? *

11. Você recomendaria o uso deste material em cursos de Publicidade EaD, ou sugeriria a adaptação para outros cursos? Por quê? *