



LEITURA CRÍTICA DE TEXTOS MIDIÁTICOS: PUBLICIDADE E PROPAGANDA

AUTOR(ES): PRISCILA ARAÚJO OLIVEIRA, FERNANDA KELE ROMANA DA SILVA, ELIANE XAVIER CÂMARA, FÁBIA MAGALI SANTOS VIEIRA, GISELE CUNHA OLIVEIRA

Objetivo: O Programa Institucional de Bolsa de Iniciação à Docência - PIBID, em parceria com o Educ@r: Núcleo Interdisciplinar de Tecnologias Digitais na Educação da Unimontes, oportuniza os acadêmicos dos cursos de licenciatura vivenciarem a prática pedagógica da educação básica fazendo o uso das Tecnologia da Informação e Comunicação TDIC. Partindo deste pressuposto, temos por objetivo desenvolver o Projeto Educacional de Intervenção (PEI) nos anos finais do ensino fundamental de uma escola pública estadual da cidade de Montes Claros. **Metodologia:** No período de 19/09 a 07/11/2016 está sendo realizado no 9º ano, vespertino, na Escola Estadual Professor Plínio Ribeiro, de Montes Claros, a Proposta Educacional de Intervenção - PEI, "Leitura crítica de textos midiáticos: do texto publicitário à formação leitora", de autoria da MsHelen Josy Monteiro de Freitas, resultado de pesquisa realizado no período de 2013 a 2015, no Programa de Pós-Graduação Mestrado Profissional em Letras - PROFLETRAS, da Universidade Estadual de Montes Claros - Unimontes. A abordagem teórica deste trabalho foi ancorada nos estudos de Leffa (1996), Solé (2008), Koch e Elias (2012) e Koch (2013), sobre o processo de leitura numa visão sociointeracionista. Também em Menegassi (1995), sobre as etapas do processo de leitura; nas contribuições de Silva (2009), Oliveira (2006) e Cafiero (2010) sobre leitura crítica e formação leitora; nos apontamentos de Coscarelli (2005) e Zanchetta Jr. (2007) sobre mídia e formação midiática; e nos de Gonzalez (2003), sobre textos publicitários. A metodologia deste PEI está embasada nos estudos de Thornburg (1996) sobre o aprendizado no século XXI e nas diretrizes estabelecidas pelos Parâmetros Curriculares Nacionais - PCN (BRASIL, 1998) e pelo Conteúdo Básico Comum - CBC (MINAS GERAIS, 2005), sobre o ensino de textos publicitários. **Resultados e Conclusão:** O PEI encontra-se em andamento e a análise dos dados obtidos, parcialmente, no permiti inferir que o estudo sistemático de textos publicitários tem possibilitado a superação das dificuldades de leitura de textos midiáticos do domínio publicitário e o desenvolvimento de um olhar mais crítico em relação a esses textos.