



LEITURA CRÍTICA DE TEXTOS MIDIÁTICOS: DO TEXTO PUBLICITÁRIO À FORMAÇÃO LEITORA

Autor(es): Helen Josy Monteiro de Freitas

Inúmeras modificações sociais, dentre elas o advento das tecnologias, têm contribuído de forma significativa para o desenvolvimento de novas maneiras de se pensar o ensino. A quantidade de informação disponibilizada nas mídias em diversas modalidades de textos aponta para a necessidade de reflexão sobre o papel da escola diante desse contexto a fim de compreender de que forma toda essa informação está sendo apropriada pelos estudantes. **Objetivo:** Esta pesquisa pretende identificar as dificuldades dos estudantes em relação à leitura crítica de textos do domínio publicitário e elaborar uma proposta de intervenção para desenvolver estas habilidades, visando à formação do leitor crítico do contexto sociocultural. **Metodologia:** O percurso metodológico está fundamentado na Análise Crítica do Discurso, uma vez que o processo de conhecimento deve partir da prática, da realidade imediata, para um processo de abstração, de formulação de conceitos e evidenciação de contradições com a finalidade de produzir conhecimento sobre a realidade pesquisada e transformá-la. O universo é representado pelos estudantes do 8º ano do ensino fundamental de uma escola pública da cidade de São Francisco/MG. A relação dialética entre pesquisa e ação está presente neste trabalho, uma vez que tem como objetivo a transformação da realidade, sendo assim fundamenta-se nos pressupostos da pesquisa-ação. **Resultados:** Esta, ainda em andamento, encontra-se neste momento na fase de elaboração do Projeto Educacional de Intervenção (PEI) que tem como objetivo desenvolver as habilidades de leitura crítica dos sujeitos. **Conclusão:** Espera-se que, a partir de um estudo sistemático de textos publicitários, assim como de análises mais complexas acerca dos discursos veiculados nos textos, os alunos desenvolvam habilidades de leitura crítica.

Apoio financeiro: CAPES

Agência financiadora: CAPES