

## ANÁLISE CRÍTICA DE PRODUTOS MIDIÁTICOS

Rudimar Baldissera; Cássia Aparecida Lopes da Silva; Carlise Schneider Rudnicki; Isaura Mourão; Letícia Gomes Lançanova, Mônica Carvalho de Oliveira.

Através de reflexões suscitadas por atividades práticas e discussões, esta tertúlia explora o tema das relações entre mídia e sociedade, tendo como foco a elaboração de questões que permitam aos participantes (comunidade em geral) exercitar leituras críticas dos conteúdos midiáticos com que nos relacionamos diariamente - seja por meio de produtos do jornalismo, publicidade, mídias digitais ou redes sociais. Para isso, propomos um espaço de diálogo que permita construir conjuntamente tensionamentos e problemáticas implicados nessas experiências cotidianas, promovendo uma sensibilização para essas questões ao exercitarmos uma análise crítica desses conteúdos. Uma leitura cotidianamente atenta à construção e reiteração de visões de mundo e de realidades, operada por essas narrativas resultantes de determinados modos de funcionamento, gramáticas, relações de poder e tantas outras dimensões que distanciam tais conteúdos de uma neutralidade mediadora e informativa.

Nesse sentido, a tertúlia tem a proposta metodológica dividida em duas etapas: uma de caráter expositivo, em que será apresentado o tema central da tertúlia e as principais problemáticas que o circundam e que nortearão as discussões posteriores, abordando alguns conceitos e perspectivas teóricas. A segunda etapa tratará da dimensão empírica da problemática. Serão realizados exercícios práticos de análise de produtos midiáticos audiovisuais de maneira conjunta, buscando criar um ambiente propício para o debate das questões suscitadas por esses exemplos.

Serão ofertadas 20 vagas, para alunos de ensino superior e comunidade em geral.

Descritores: mídia; crítica; produtos midiáticos.