

Bravo mundo novo

Novas configurações da comunicação e do consumo

alameda

Resumo de Bravo Mundo Novo

Faz parte de uma percepção geral e difusa, a crença de que nossa época é um momento de ruptura e reconfiguração. Tal percepção não deixa de ecoar entre aqueles que estudam as articulações entre comunicação e consumo, como em Bravo mundo novo.

Sabe-se que algo de extremamente novo está em gestação não só em comerciais ou propagandas, mas também na política ou no entretenimento. Em Bravo mundo novo, os pesquisadores da CAEPM (Centro de Altos Estudos em Propaganda e Marketing) abordam, de forma inovadora, alguns desses problemas essenciais do mundo da comunicação contemporânea.

Bravo mundo novo reúne artigos que exploram o universo da comunicação orientada para o mercado. Estudantes e pesquisadores da área de comunicação percebem tais desafios e resistências de maneira cada vez mais clara.

Estamos no limiar de um novo mundo novo, onde nada será como antes. Mas, como analisá-lo? Para onde caminha a mídia? Neste livro, os autores refletem em como pensar tais fenômenos da nova mídia.

Refletem também sobre o tipo de habilidade conceitual e investigativa seria necessária para decifrá-los. Acabam, dessa forma, expondo aquilo que tem forte presença no campo do consumo e afeta práticas sociais mais amplas.

Por isso, nos diversos capítulos são abordadas modificações maiores na retórica de consumo que obrigam os processos de comunicação a operarem a partir de lógicas diferenciadas. O livro procura fornecer, dessa forma, um quadro mais amplo de análise de fenômenos sociais que derivam das novas configurações da comunicação de massa, uma nova configuração alimentada pelas novas exigências do campo do consumo de massa.

Pois se há algo que nossa época nos ensina é como economia, política e

sociedade não conseguem mais se separar.

Acesse aqui a versão completa deste livro