

CULTURA E imaginação publicitária

Everardo Rocha e Cláudia Pereira (Orgs.)



Resumo de Cultura E Imaginação Publicitaria

Os textos que integram a coletanea sao resultado de diferentes pesquisas realizadas pelo PECC - Programa de estudos em comunicacao e consumo Academia Infoglo-bo/PUC-Rio. Desde 2011, o PECC desenvolve estudos que tem como foco questoes relacionadas ao universo do consumo, visto como um processo de troca simbolica e de pratica social.

O Programa investiga o consumo em sua dimensao de sistema cultural e como narrativa constante nos meios de comunicacao. Assim, suas investigacoes estao voltadas para o significado cultural do consumo, sua expressividade como forma de comunicacao e os modos assumidos por suas praticas sociais.

A obra apresenta um conjunto de reflexoes que enfatizam o debate sobre as representacoes do consumo nas narrativas publicitarias e midiaticas em alguns de seus diferentes modos de realizacao e acontecimento.

[Acesse aqui a versão completa deste livro](#)