



Mídias e Culturalidades. Análise de Produtos, Fazeres e Interações.¹

Cláudio Cardoso de PAIVA (apresentador); Emília Barbosa BARRETO; Virgínia SÁ BARRETO²

Editora Universitária - UFPB

Cidade Universitária, Campus I – João Pessoa

Resumo

Em sintonia com as tendências contemporâneas no campo da Comunicação, das Ciências Humanas e Sociais, privilegiando o diálogo permanente entre o local e o global, o individual e o coletivo, o particular e o geral, este trabalho apresenta um conjunto de reflexões sobre os processos culturais e comunicacionais contemporâneos, com ênfase nos recortes locais, em diálogo com as manifestações da cultura global, procurando decifrar as configurações da sociedade midiaticizada.

.

Palavras-chave

Mídia; Culturalidade; Interações Sociais.

¹ Publicação lançada no III Encontro de Autores/Editores de Publicações Recentes sobre Comunicação - Publicom, evento componente do XXXI Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação.

² Departamento de Comunicação, Universidade Federal da Paraíba.



MÍDIAS & CULTURALIDADES

ANÁLISE DE PRODUTOS, FAZERES E INTERAÇÕES

Cláudio Cardoso de Paiva
Emília Barbosa Barreto
Virgínia Sá Barreto

