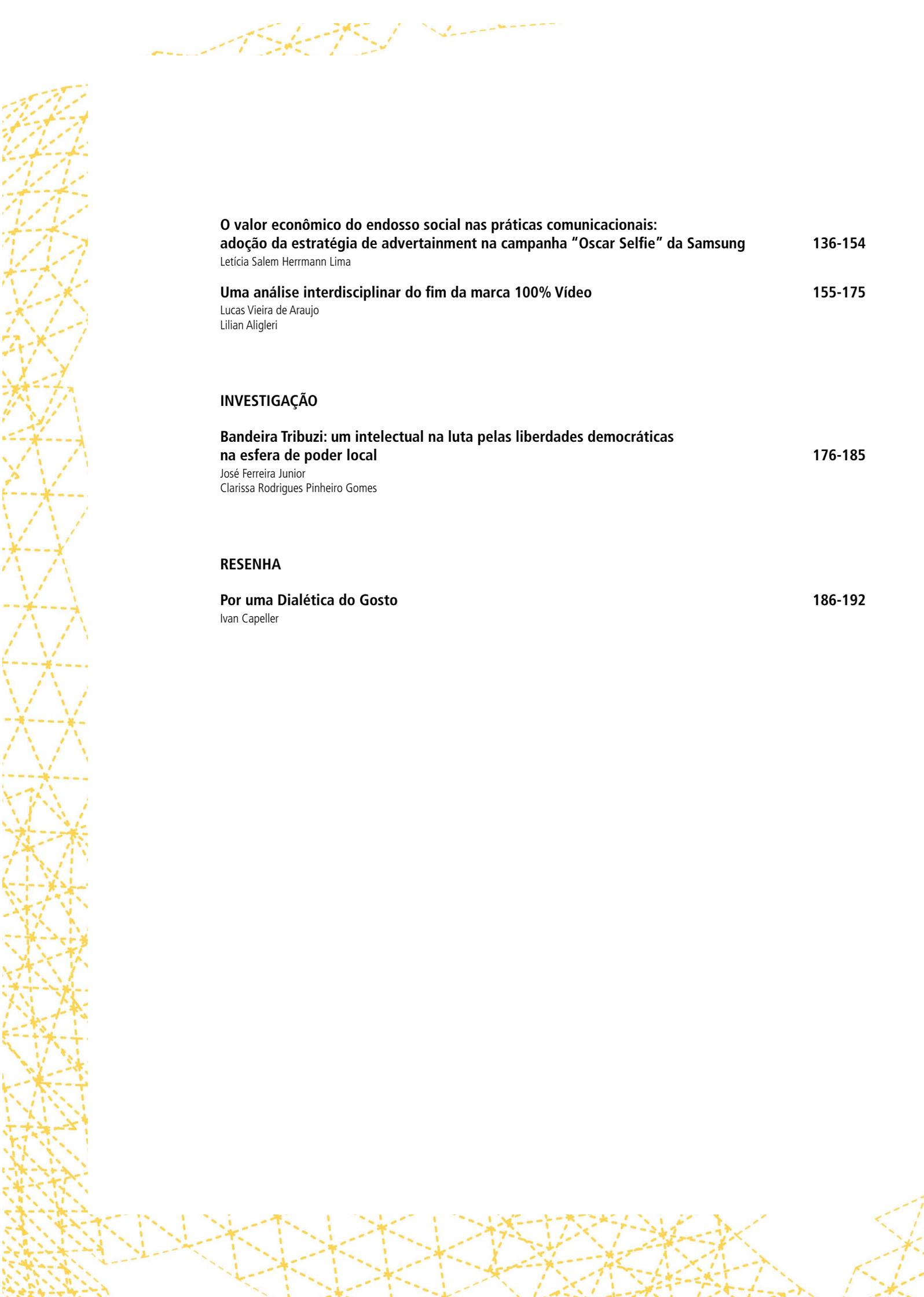


SUMÁRIO

APRESENTAÇÃO	5-6
ARTIGOS E ENSAIOS	
Hipótese substancial, valor e produção simbólica: uma “arqueologia” da Economia Política da Comunicação.	7-12
Alain Herscovici	
O financiamento à cultura no Brasil: o caso do Ceará nos governos Cid Gomes (2007-2014)	13-33
Alexandre Barbalho Ivete Maurício de Lima Jacqueline Franco	
La política del Estado mexicano para regular los contenidos de la televisión abierta	34-50
Javier Esteinou Madrid	
Insegurança, (re)partidarização e “fogo amigo”: a economia política da mídia na Era Lula	51-74
Fernando Lattman-Weltman Viktor Chagas	
DOSSIÊ TEMÁTICO	
Entrevista com Hilda Salagridas Medina: O Desafio Cubano: Continuar se Abrindo ao Mundo e Manter um Sistema Midiático de Responsabilidade Social	75-87
Carlos Figueiredo	
Quando religião, política e mídia se confundem: as estratégias políticas e midiáticas do PRB, da Record e da Igreja Universal do Reino de Deus*	88-108
Janaine Sibelle Freires Aires Clara Camara Marco Antonio Roxo da Silva Suzy Santos	
Espetacularização do vazamento de áudios pelo telejornalismo brasileiro: estratégias adotadas pelo Jornal Nacional na cobertura da conversa entre Romero Jucá e Sérgio Machado	109-121
Juliana Fernandes Teixeira Denise Maria Moura da Silva Lopes Denise Freitas Jacqueline Lima Dourado	
Narrativas da felicidade mediadas pelas práticas do consumo	122-135
Fabio Luiz Witzki Tarcis Prado Junio Moisés Beio Cardoso	



**O valor econômico do endosso social nas práticas comunicacionais:
adoção da estratégia de advertainment na campanha “Oscar Selfie” da Samsung** 136-154
Letícia Salem Herrmann Lima

Uma análise interdisciplinar do fim da marca 100% Vídeo 155-175
Lucas Vieira de Araujo
Lilian Aligleri

INVESTIGAÇÃO

**Bandeira Tribuzi: um intelectual na luta pelas liberdades democráticas
na esfera de poder local** 176-185
José Ferreira Junior
Clarissa Rodrigues Pinheiro Gomes

RESENHA

Por uma Dialética do Gosto 186-192
Ivan Capeller