

SUMÁRIO

APRESENTAÇÃO	5-6
---------------------	------------

ARTIGOS E ENSAIOS

Análise das plataformas de compartilhamento online e de suas práticas colaborativas	7-23
--	-------------

Sergio Amadeu da Silveira
Joyce Ariane de Souza
Débora Franco Machado
Carla Oliveira Santos

Visões do Congresso Nacional em sites engajados na campanha pró-Conferência Nacional de Comunicação	24-36
--	--------------

Rafael Fortes

A cena do mundo se organiza pela função do olhar: as estratégias do capitalismo sobre as formas de comunicação e expressão	37-53
---	--------------

Rosane Silva Borges

Heranças censórias: mecanismos, efeitos e significado cultural da censura a livros em momentos de ditadura e democracia	54-69
--	--------------

Nara Lya Cabral Scabin

DOSSIÊ TEMÁTICO

Apresentação do Dossiê temático: “Golpe, <i>impeachment</i>, comunicação e a atual conjuntura brasileira”	70-74
--	--------------

Carlos Figueiredo

Entrevista com Maria Eduarda da Mota Rocha	75-86
---	--------------

Carlos Figueiredo

A mobilização digital através das redes sociais: a frágil estrutura que possibilita uma janela de oportunidades aproveitada pela nova direita no Brasil	87-102
--	---------------

Bruno Lima Rocha
Júlia Klein

<i>Impeachment</i> versus golpe: a disputa de narrativas no contexto político brasileiro de 2016	103-124
---	----------------

Mariana Rezende dos Passos
Érica Anita Baptista

El tratamiento de la prensa española de la crisis política de Brasil: el <i>impeachment</i> de Dilma Rousseff en los periódicos <i>El País</i> y <i>El Mundo</i>	125-141
---	----------------

Julieti Sussi Oliveira
Ana Ortega Perez
Ramón Reig



Para além do #ForaDilma: atores, estratégias e discursos políticos conservadores no Twitter durante a manifestação de 13 de março de 2016 142-163

Caio Cesar Giannini Oliveira
Teresinha Maria C. Cruz Pires

O golpe político-institucional e o desmonte da Empresa Brasil de Comunicação (EBC) 164-177

Ivonete da Silva Lopes

Do ato fóbico ao ato mágico pós-político: o novo mercado discursivo do Ministério da Cultura 178-195

João Domingues
Leandro de Paula Santos
Mariana de Oliveira Silva

Telecomunicações: sob o signo da lógica privatista 196-215

Helena Martins

Publicidade institucional e o hábito de consumo de mídia: entre Dilma e Temer 216-235

Francisco Verri

INVESTIGAÇÃO

Publicidade e Discurso: um gesto de leitura sobre o discurso publicitário 236-245

Renata Corrêa Coutinho

RESENHA

Afetos, controle e política: novas estratégias de vigília 246-251

Muriel Emídio Pessoa do Amaral