

Sumário

Editorial	6
A publicidade como ação coletiva: agências, modelos de negócios e campos profissionais	8
Everardo Pereira Guimarães Rocha Bruna Santana Aucar	
O que são, afinal, os media?	25
Adriano Duarte Rodrigues	
Em busca de um conceito pretérito de Jornalismo	38
Franco Iacomini Junior Tarcis Prado Junior Moisés Cardoso	
Uma apostila de Teoria da Comunicação de 1970: esboço de uma micro-história do pensamento teórico da Área	54
Luis Mauro Sá Martino	
Para una revisión de las tesis sobre el melodrama: amor maternal y anarquismo en <i>La ley que olvidaron</i> de José Agustín Ferreyra (Argentina, 1937)	71
Mirta Varela	
A literatura como acontecimento jornalístico na imprensa paraense	91
Lívea Pereira Colares da Silva Netília Silva dos Anjos Seixas	
A formação da imprensa pentecostal no Brasil: um olhar a partir da Casa Publicadora das Assembleias de Deus - (CPAD) – 1930-1970	109
André Dionei Fonseca	
Cartões Telefônicos como fontes para a Pesquisa Histórica: Possibilidades de pesquisa em Cultura Visual	128
Eduardo Cristiano Hass da Silva	
Bases históricas para os modelos de programação das rádios universitárias públicas	146
Nísio Teixeira Rafael Medeiros	
O invencível exército de Hitler: propaganda de guerra alemã e imprensa periódica em Santa Catarina, durante a Segunda Guerra Mundial	162
Wilson de Oliveira Neto	