

Editorial

Esta edição da *Revista Comunicação, Mídia e Consumo*, a primeira do ano de 2016, é também o reinício da trajetória da publicação. Apresentamos o novo projeto visual de capa, o padrão adotado a partir deste número, com variações de cor a cada nova edição de temas livres. Essa identidade será preservada, com variações mínimas, no padrão visual dos dossiês temáticos – agora reservados a números especiais, nesta nova fase do periódico. Dessa maneira, damos continuidade ao processo de transformação da Revista CMC, com melhorias contínuas que objetivam alçá-la a outro patamar, seja na sua apresentação formal, seja no seu conteúdo, nos trabalhos articulados ao campo da comunicação e do consumo.

A novidade no âmbito visual acompanha a notória atualidade dos artigos que compõem esta edição. A discussão inicial sobre o reencantamento do mundo pelo consumo é basilar para a compreensão dos processos históricos e do contexto mais amplo que correspondem ao escopo da Revista CMC. Em seguida, temos um painel da publicidade e das marcas contemporâneas, entre mobilidades e *performances* audiovisuais. O mágico, o arquetípico e o ficcional dialogam nas análises dos *videogames* e da trilogia cinematográfica *O Cavaleiro das Trevas*. Os cosmopolitismos juvenis, as culturas urbanas e populares complementam um conjunto instigante de artigos que nos convidam a pensar, a renovar nossos interesses na exploração das múltiplas possibilidades de abordar a temática da comunicação e do consumo. Nada mais adequado a

um recomeço, para celebrarmos, enfim, o moto-contínuo da produção científica.

Desejamos a todos uma ótima leitura.

Denise Cogo e Vander Casaqui
Editores da Revista CMC