

## **Apresentação**

O dossiê desta edição da *Revista Comunicação, Mídia e Consumo*, intitulado “Comunicação e estetização do cotidiano”, demonstra a multiplicidade de leituras que o tema suscita. O debate, a partir do campo da comunicação e do consumo, amplia o leque de possibilidades de enquadramento das relações entre cotidiano e estética. Se, para Agnes Heller, a vida cotidiana é “a vida do homem inteiro”, lugar possível tanto da experiência singular dos sujeitos quanto da reprodução do social, esse lugar se estabelece em nosso tempo na conexão com as imagens midiáticas, com as práticas de consumo, com a dimensão imaginária da existência.

Os textos que compõem o dossiê propõem trajetões bastante variados para enfrentar esse debate, da gênese da sociedade de consumo presente na literatura moderna de Zola aos megaeventos contemporâneos como o Rock in Rio, passando pelas intervenções urbanas lidas como forma de resistência. Ou das questões da subjetividade relativas à infância na publicidade, ao envelhecimento tematizado na programação televisiva, à visibilidade em site de relacionamentos na mídia digital. Em comum, a qualidade das discussões, que se espriam pelos artigos agrupados na seção de temas livres, todos em relação próxima com o tema dessa edição.

Este número da revista do Programa de Pós-Graduação em Comunicação e Práticas de Consumo da ESPM inaugura um novo ciclo, em que passa a ser somente publicada na versão digital. Simultaneamente, começamos uma nova trajetória como editores, em sucessão ao reco-

nhecido trabalho de nossos colegas Tânia Hoff, Gisela Castro e João Carrascoza, que tanto contribuíram para que o nosso periódico se consolidasse no campo da comunicação brasileiro. Cientes do desafio de dar continuidade e avançar nesse trabalho, convidamos à leitura de mais um número da *Comunicação, Mídia e Consumo*.

*Denise Cogo e Vander Casaqui*  
*Os editores*