

Chegamos à quinta edição da revista *Interin* no ano em que a TUIUTI completa 50 anos de existência. Assim, a capa na cor verde, de Claudio Lopes dos Santos, com intersecções dos números 5 e 50, traz, implícita e explicitamente, a homenagem do Mestrado em Comunicação e Linguagens a esse festejado aniversário de uma das mais tradicionais instituições educacionais de Curitiba. É tempo, então, de refletir sobre o passado e projetar o futuro.

Quanto ao presente, dentro desse amplo espectro de teorias, metodologias, temas e objetos compreendidos pelo campo da comunicação e refletidos no quinto número da *Interin*, vislumbram-se as linhas de pesquisa do MCL, que refletem a convergência entre os projetos de pesquisa de docentes e discentes.

Ainda tratando do *hic et nunc*, nada mais atual que a temática em franca expansão do dossiê *Blogosfera*, além da pluralidade teórica dos artigos livres. Em tempos de liberação do pólo emissor, de produção, consumo e circulação de informações através das redes digitais, as discussões e teorizações sobre a ferramenta blog encontram-se no epicentro dos debates teóricos e nas práticas de conexão dos usuários das redes, seja a partir de análises conceituais mais amplas sobre a própria estrutura personalizada dos blogs, seja em um tangenciamento que pretende dar conta de alguns de seus usos e aplicações em nichos e segmentos comunicacionais cada vez mais distintos.

Mágda Rodrigues Cunha (PUCRS) levanta o debate e apresenta reflexões sobre a relação dos blogs e a sociedade a partir da prática do jornalismo cidadão e de suas audiências em *Blogs: reinvenção em um cenário tecnológico*. Dado o presente contexto de reconfiguração e apropriação tecnológica, Carolina Frazon Terra (USP) apresenta a faceta corporativa dos blogs, enquanto ferramenta que atende aos padrões de bidirecionalidade, instantaneidade e desintermediação da comunicação organizacional em suas variadas tendências em *Blogs de empresas: a bola da vez da comunicação corporativa digital?*

Já o artigo *Os lurkers e a relação com a blogosfera: um estudo de caso do blog de Alex Primo* é pautado pela análise empírica das práticas de sociabilidade da audiência dos blogs, de Aletéia Ferreira e Josiany Fiedler Vieira (UTP), em um original ensaio introdutório a respeito da figura dos *lurkers*, os anônimos que perpassam a blogosfera sem deixar comentários, e tem como objeto o próprio blog de um pesquisador da comunicação. Finalmente, o artigo *Das telas para o papel: blogs como fonte para a literatura de massa*, de Elisa Vidal, Patrícia Azevedo e Gláucio Aranha (UFF), nos leva ao diálogo entre a blogosfera brasileira e a literatura de massa, apresentando os fluxos comunicacionais e midiáticos encontrados nos blogs literários que contribuem para a experimentação e seleção de novos autores para a produção editorial brasileira.

Para além da blogosfera, as práticas colaborativas também estão presentes no fazer publicitário, seja através da participação do consumidor em sites e fóruns ou mesmo em ações nas quais ele faz parte do processo criativo das peças de

comunicação publicitária. Discussões a respeito dessa práxis, denominada publicidade colaborativa, são o que encontramos na entrevista com o publicitário Franco Rosário, conduzida por Fabio Luiz Witzki (UTP), que desenvolve sua dissertação de Mestrado sobre esse tema.

Da *colaboração*, termo em voga e amplamente discutido na comunicação, passamos ao não menos controverso termo *interpretação*, abordado sob a perspectiva dos processos de construção de sentido em *Incidentes peirceanos: a lógica do constante jogo das abduções* de Humberto Ivan Keske (FEEVALE). Ainda na intersecção entre comunicação e linguagens, encontra-se o artigo de Luiz Antonio Zahdi Salgado (PUCSP), *Hipermídia: a linguagem prometida*, que trata da subutilização dos recursos hipermidiáticos e do vácuo entre as argumentações teóricas e a práticas.

Na passagem da linguagem fotográfica à cinematográfica, os efeitos visuais constituem o objeto de análise do artigo de Roberto Tietzmann (PUCRS), que destaca a importante contribuição da técnica da fotografia composta (*composite printing*) nos artifícios, colagens e efeitos visuais do cinema ao longo de sua história. Saindo do domínio da estética e adentrando o universo micro-político da relação entre ativismo midiático e produção cultural, encontra-se o artigo de Henrique Mazetti (UFRJ), apresentando a clivagem entre as manifestações que compõem uma dimensão de crítica ideológica da mídia comercial e as que almejam a construção de novas formas de sociabilidade através do uso dos meios de comunicação.

O texto lúdico desta edição é de André Malinski, artista plástico premiado e prestigiado que está expondo seus outdoors nas ruas de Curitiba, uma prática de intervenção urbana que busca a reflexão em meio ao cotidiano apressado do trânsito em vias de movimento intenso.

Boa leitura

Os Editores