

Comunicação & Cultura

n.º 3 | primavera-verão 07

Título
COMUNICAÇÃO & CULTURA

Directora
Isabel Capelo Gil

Editor
José Alfaro

Conselho Consultivo
Gabriele Brandstetter (Freie Universität Berlin), Elisabeth Bronfen (Universität Zürich), Marcial Murciano (Universitat Autònoma de Barcelona), Christiane Schönfeld (Huston School of Film, National University of Ireland), Michael Schudson (Journalism School, Columbia University, University of California, San Diego), Michel Walrave (Universiteit Antwerpen)

Conselho Editorial
Aníbal Alves, Carlos Capucho, Estrela Serrano, Fernando Ilharco, Gustavo Cardoso, Horácio Araújo, Isabel Ferin, José Augusto Mourão, José Miguel Sardica, José Paquete de Oliveira, Manuel Pinto, Maria Augusta Babo, Maria Luísa Leal de Faria, Mário Jorge Torres, Roberto Carneiro, Rogério Santos

Conselho de Redacção
Carla Ganito, Catarina Duff Burnay, Fátima Patrícia Dias, Maria Alexandra Lopes, Nelson Ribeiro, Rita Figueiras, Verónica Policarpo

Arbitragem
Aníbal Alves, Fernando Ilharco, Horácio Araújo, Isabel Ferin, José Miguel Sardica, Manuel Pinto, Maria Augusta Babo, Maria Luísa Leal de Faria, Mário Jorge Torres, Roberto Carneiro, Rogério Santos

Edição
Com uma periodicidade semestral, *Comunicação & Cultura* é uma revista da Faculdade de Ciências Humanas da UCP, editada pela editora Quimera

Artigos e recensões
A revista *Comunicação & Cultura* aceita propostas de artigos para publicação que se enquadrem na área das Ciências da Comunicação e da Cultura. Todos os elementos relativos a essas colaborações – normas de apresentação de artigos, temas dos próximos números, princípios gerais de candidaturas, contactos e datas – devem ser consultados no final desta publicação

Assinatura anual
Custo para Portugal e Espanha: 20 euros. Para outros países, contactar a editora. Os pedidos de assinatura devem ser dirigidos à editora Quimera: quimera@quimera-editores.com | www.quimera-editores.com | R. do Vale Formoso, 37, 1959-006 Lisboa | telefone: 21 845 59 50 | fax: 21 845 59 51

Revisão
Conceição Candeias

Impressão
Rolo & Filhos II, SA

Depósito legal: 258549/07
ISSN: 1646-4877

Comunicação
& Cultura
n.º 3 | primavera-verão 07

comunidade
mobilidade

Índice

Editorial	
Comunidade e mobilidade	11
CARLA GANITO	
dossier	17

Portugal móvel.....	19
GUSTAVO CARDOSO, MARIA DO CARMO GOMES, RITA ESPANHA, VERA ARAÚJO	

Hoje em dia, os telemóveis tornaram-se parte integrante do nosso quotidiano, funcionando como telefone, agenda, lista de contactos, arquivo de ficheiros, *walkman*, rádio, despertador, consola de jogos, calculadora e relógio, sendo, por isso, inegável o seu impacto na sociedade actual. O telemóvel deixou de ser apenas um dispositivo que permite comunicar, para se tornar uma ferramenta da interacção social. Em poucos anos, passou de mero instrumento de trabalho a equipamento de massas, utilizado não só para comunicar, como também para estruturar as relações sociais e o quotidiano. O presente artigo analisa as alterações sociais provocadas pela possibilidade da comunicação a qualquer momento e em qualquer local no contexto português, levantando pistas de análise mais abrangentes, que visam perceber as transformações sociais decorrentes da mobilidade.

Palavras-chave: Mobilidade, Sociedade em rede, Telemóvel

As mulheres e os telemóveis: uma relação por explorar 41

CARLA GANITO

Neste artigo, pretende-se, a partir de uma revisão da literatura, apresentar uma análise, sob uma perspectiva funcionalista e assente nos conceitos-chave de McLuhan, dos «usos» e «gratificações» do telemóvel condicionados pelo género. Esta tem sido uma variável subestimada pelos investigadores e pela indústria, na sua oferta de produtos e serviços, e que, no entanto, pode ajudar a identificar a futura evolução deste *media*. O artigo pretende evidenciar o esquecimento de que as mulheres têm sido objecto, enquanto público-alvo e utilizadoras das comunicações móveis. Procura-se igualmente identificar as diferenças de apropriação entre homens e mulheres.

Palavras-chave: Comunicações móveis, Género, McLuhan, Telemóvel

Where are you? A Heideggerian analysis of the mobile phone 59

FERNANDO ILHARCO

Este *paper* investiga os contornos essenciais do fenómeno sobre o qual assentam os actuais desenvolvimentos na comunicação móvel: o telemóvel. Assim, pretende-se responder à pergunta: o que é, enquanto tal, um telemóvel? O *paper* apresenta uma descrição fenomenológica do telemóvel, contextualizada por dois dos trabalhos de Martin Heidegger (1889-1976), tentando apontar o modo como no-mundo o telemóvel é o que é. Assentando a análise na ontologia de Heidegger apresentada em *Ser e Tempo* (Heidegger 1962 [1927]), propomos, neste artigo, que o telemóvel só se nos mostrará tal qual ele é desde que acedido no-mundo onde os telemóveis já são o que são. Esta análise é complementada por uma exploração de uma outra noção Heideggeriana, a de *Ge-stell* (Heidegger 1977) como essência da tecnologia moderna, visando desta forma obter uma melhor compreensão do envolvimento humano com os telemóveis. Neste contexto ontológico, a nossa investigação aponta as noções de *ser-com*, de juntar e de *timing* como contornos essenciais do telemóvel. Estas ideias, por sua vez, sugerem as noções mais fundas de *momento* e de *descorporização* como essenciais no fenómeno do telemóvel.

Palavras-chave: Comunicação, Fenomenologia, Heidegger, Ontologia, Tecnologia de informação, Telemóvel

O impacto do telemóvel na sociedade contemporânea:
panorama de investigação em Ciências Sociais 77

PATRÍCIA DIAS

A utilização generalizada e frequente do telemóvel na sociedade contemporânea e as mudanças sociais a ela associadas tornam o modo de apropriação

desta tecnologia um objecto de estudo relevante. Este artigo oferece uma revisão da literatura actualizada sobre a investigação deste tema em Ciências Sociais, que, apesar de recente, é já vasta, de âmbito internacional e está em constante desenvolvimento. As investigações incidem sobre oito temas: (i) práticas de utilização e factores de variação; (ii) conectividade social; (iii) coordenação; (iv) atenuamento de fronteiras e negociação de regras sociais; (v) dimensão simbólica; (vi) estímulo aos sentidos e personalização; (vii) emoção; e (viii) dependência.

Palavras-chave: Conectividade, Coordenação, Sociedade, Tecnologia, Telemóvel, Utilização

Fractura digital e literacia:

reequacionar as questões do acesso 97

JOSÉ AFONSO FURTADO

Os modos de pensar e agir sobre a produção e transmissão da informação e do saber, historicamente ligados ao mundo do impresso, alteram-se com a informação a ser gerada e a circular cada vez mais em canais electrónicos, complexificando as relações entre processos de desenvolvimento tecnológico e práticas e instituições sociais e culturais. Das mesmas Tecnologias de Informação e Comunicação (TIC) que potenciam o desenvolvimento emergem novas desigualdades, por dificuldades várias na interacção com as tecnologias e, assim, no acesso a conteúdos e serviços de informação. Designadas como «fractura digital», tais desigualdades são em geral vistas de forma redutora, mais focada nas infra-estruturas, nos equipamentos ou na largura de banda, do que nas motivações, nas novas competências ou nos diferentes padrões sociais de uso do acesso. Estes são aspectos cruciais que confrontam a literacia tradicional com novas e mais complexas questões.

Palavras-chave: Acesso à informação, Fractura digital, Literacia, Tecnologias digitais

outros artigos 113

O modelo americano de jornalismo:

excepção ou exemplo? 115

MICHAEL SCHUDSON

O artigo discute os grandes ideais do jornalismo americano, articulando-os na dependência de formantes socioculturais particulares à realidade dos EUA. Traça a sua evolução desde a proximidade indiferenciada com o poder político, ao afastamento radical, chegando ao modelo actual, que se pauta por uma articulação cívica. Conclui-se que o modelo americano não pode

ser implantado em nenhum outro sistema. Surgiu de uma história única e foi moldado por uma relação com instituições políticas distintas e uma cultura política única, podendo, contudo, servir como inspiração democrática ideal.

Palavras-chave: Excepcionalismo, História dos *media*, Jornalismo americano

Sobre a Economia da Cultura..... 131

EMÍLIO RUI VILAR

A expressão «economia da cultura» revela uma noção funcional da cultura associada a determinadas actividades económicas relacionadas com a criatividade e os seus respectivos produtos. As indústrias culturais podem definir-se como as actividades que permitem produzir, distribuir e colocar no mercado bens e serviços culturais. Nos últimos anos, assistiu-se à democratização e à industrialização da cultura, questionando-se, no entanto, se isto significa uma melhoria da qualidade de vida ou, pelo contrário, a diminuição do nível qualitativo das manifestações culturais. A questão do papel da cultura e das políticas culturais levanta a questão da sustentabilidade dos mercados de bens culturais. De acordo com a teoria clássica de Baumol e Bowen, o crescimento da produtividade permanece limitado, ou quase impossível, na produção de espectáculos (*v.g.* ópera, teatro). Assim se coloca a questão do papel do Estado, que, para além da responsabilidade que lhe cabe na defesa do património, surge como indispensável na sustentação de determinado tipo de espectáculos ou de indústrias (*v.g.* cinema) sem dimensão competitiva.

Palavras-chave: Criatividade, Cultura, Economia da cultura, Indústrias culturais

Descobrir o tesouro..... 145

ROBERTO CARNEIRO

Portugal padece há, pelo menos, 150 anos de um défice estrutural em matéria de educação e de qualificações. Esse desequilíbrio face aos demais parceiros europeus resulta de um desinvestimento sistemático no capital humano dos portugueses verificado até há cerca de 30 anos. O artigo começa por evidenciar a importância estratégica da opção de investir duradouramente na superação deste atraso e na reversão deste “ciclo longo” de atávica desqualificação da maioria da população, evidenciando como noutros países foi possível realizar a “revolução educativa”. Defende-se, de seguida, a evolução para um novo paradigma de educação como serviço – de proximidade – e o abandono de um modelo fabril – industrial – de formação. A iniciativa Novas Oportunidades representa também uma grande oportunidade para reorganizar a oferta inclusiva de educação-formação segundo padrões mais flexíveis e próximos das verdadeiras necessidades da procura. Por último, elabora-se sobre a missão da educação naquilo que ela encerra de redescoberta do imenso tesouro que habita o “interior” de Portugal e a alma de cada

português. A final, a educação visa tornar as pessoas mais felizes e ajudá-las a descobrir o tesouro que reside na profundidade do sentido da vida.

Palavras-chave: Capital humano, Educação, Educação portuguesa, Inclusão, Formação, Novas oportunidades, Qualificação, Sentido da vida

As sondagens pré-eleitorais nas autárquicas de 2005 157

PEDRO MAGALHÃES, DIOGO MOREIRA

Este artigo tem dois objectivos principais. O primeiro é fornecer um panorama descritivo das sondagens pré-eleitorais realizadas nas eleições autárquicas de 2005, analisando as suas características técnicas e a forma como os seus resultados foram divulgados pelos meios de comunicação social. O segundo é analisar o grau de precisão dessas sondagens, confrontando as estimativas apresentadas com o que vieram a ser os resultados eleitorais e testando algumas hipóteses acerca dos factores que podem influenciar essa precisão.

Palavras-chave: Comunicação social, Eleições autárquicas, Portugal, Sondagens pré-eleitorais

A Emissora Nacional: das emissões experimentais à oficialização (1933-1936)..... 175

NELSON RIBEIRO

Em Portugal, o nascimento da radiodifusão oficial surge na década de 1930, após um período marcado por um monopólio de iniciativas privadas. Coincidindo no tempo com a fase de afirmação do Estado Novo, os primeiros anos da Emissora Nacional ficariam marcados por questões técnicas e por uma intensa luta pelo controlo da estação. No decorrer do período experimental são desde logo visíveis as várias tendências que, no interior do regime, procuram definir o papel que a radiodifusão oficial deve assumir como meio de divulgação do ideário do Estado Novo. São essas tendências que o presente artigo procura apresentar, fornecendo também alguns dados sobre o tipo de conteúdos emitidos pela Emissora Nacional.

Palavras-chave: António Ferro, Emissora Nacional, Estado Novo, Fernando Homem Christo, Henrique Galvão, Programação, Radiodifusão

entrevista..... 201

Marcas portuguesas – uma questão de identidade diferenciada?

– entrevista a Teresa Carvalho 203

RITA CURVELO

recensões.....211

Dominique Wolton, *É Preciso Salvar a Comunicação*
(NELSON RIBEIRO)

Alain Touraine, *Um Novo Paradigma – Para compreender o mundo de hoje*
(VERÓNICA POLICARPO)

Zygmunt Bauman, *Community: Seeking safety in an insecure world*
(DIANA GONÇALVES)

Fernando Ilharco, *Filosofia da Informação*
Fernando Ilharco, *A Questão Tecnológica*
(MANUEL SÉRGIO)

Henry Jenkins, *Convergence Culture. Where old and new media collide*
Henry Jenkins, *Fans, Bloggers and Gamers. Exploring participatory culture*
(ROGÉRIO SANTOS)

montra de livros.....227**teses defendidas.....233****agenda237****abstracts241****próximos números249****normas para o envio de artigos e recensões.....253**

Editorial

Comunidade e mobilidade

CARLA GANITO

«O conteúdo é o utilizador.»
MCLUHAN, 1964

As redes, colecções de entidades coordenadas, estão por todo o lado: na biologia, na economia, na organização social, nas tecnologias de informação. A análise de redes sociais, denominada teoria das redes, tem-se afirmado como uma técnica-chave em várias áreas de saber.

A criação de redes sociais é uma característica da nossa espécie. Somos criaturas sociais. Evoluímos para sermos excelentes construtores de redes. Podemos até dizer que foram estas que garantiram a nossa sobrevivência. Usamos todos os meios possíveis para estarmos juntos, comunicar e construir comunidades.

As tecnologias de informação não vieram senão permitir a gestão destas redes à distância. A Internet potenciou todo o processo de construção de redes, alargando a possibilidade de interacção a grupos que normalmente estariam impedidos de interagir por constrangimentos de tempo, geográficos ou simplesmente pelo seu lugar na estrutura social.

As novas tecnologias de comunicação deram corpo à «aldeia global» de McLuhan. A aldeia é um ambiente informacional que permite aos receptores tornarem-se, em qualquer altura, emissores. Qualquer membro da aldeia pode interagir com o emissor, colocar questões e ter acesso a toda a informação pública. Esta possibilidade de interacção, de diálogo imediato, perdeu-se com a comunicação escrita e, até ao surgimento dos *media* electrónicos, nenhum outro *media* tinha corrigido esta situação (Levinson, 2001).

* Assistente da Faculdade de Ciências Humanas da Universidade Católica Portuguesa

O conceito de aldeia global de McLuhan significa também o fim dos centros e o caminho para o que Manuel Castells virá mais tarde a chamar «a sociedade em rede». À semelhança da aldeia global de McLuhan, a sociedade em rede de Castells tem centros e margens variáveis (Castells, 2002). A hierarquia dos espaços já não está subjugada a uma condicionante geográfica, mas à geometria variável dos fluxos de informação.

Manuel Castells toma como ponto de partida a revolução das tecnologias de informação, em especial a Internet, para explicar o surgimento de uma nova sociedade, com novas formas de organização económica e cultural. Castells (2002) diz-nos que este novo paradigma social tem cinco características principais: a informação é a matéria-prima; a capacidade de penetração dos efeitos nas novas tecnologias atinge toda a actividade humana; a lógica de redes; a flexibilidade e capacidade de reconfiguração; a convergência de tecnologias específicas para um sistema altamente integrado.

De forma crescente, as pessoas estão a tomar o poder da Internet nas suas mãos: expressam as suas opiniões em blogues, partilham ficheiros de música e vídeo, editam uma enciclopédia *on-line* – a Wikipédia. Os *sites* que promovem os círculos de amigos – redes sociais *on-line* – começaram a surgir em 2002. Comunidades virtuais como o Friendster, o LinkedIn, o Orkut e o Ryze dão forma a uma nova Web, que Dale Dougherty e Tim O'Reilly cunharam de Web 2.0. Esta veio trazer uma nova dinâmica de relação dos utilizadores com a rede. Com o advento dos blogues, das *wikis*, dos *sites* de partilha de áudio e vídeo como o YouTube, terminam as barreiras que inibiam a fácil criação e partilha de conteúdos.

Paralelamente, há uma tendência social de mobilidade: viajamos mais, já não vivemos ou trabalhamos uma vida inteira no mesmo local, as forças de trabalho e de vendas estão a tornar-se móveis e temos tecnologia para suportar a realização de actividades económicas em contexto de mobilidade. A mesma tendência afecta o capital e os conteúdos, que, sendo digitais, são movimentados através das redes globais. As tecnologias móveis podem ser usadas não só para mobilizar o nosso espaço social, mas também pessoas e recursos (Green *et al.*, 2001).

A procura da computação ubíqua tem conduzido à miniaturização, à personalização e à democratização das tecnologias, que convergem para um novo ambiente de computação que Lyytinen e Yoo (2002) designam como «ambiente informacional nómada».

Hoje, assistimos à mobilização da interacção social, de dados, de conteúdos e de um vasto conjunto de comunicações mediadas e suportadas por computadores e que incluem a Internet, o telefone, a rádio, o vídeo, etc.

As tecnologias móveis não são um fenómeno recente. Os jornais, as revistas, o rádio e outros *media* já eram móveis. No entanto, o que é novo é a possibilidade de, através do telemóvel, se chegar directamente a uma pessoa e não a um local (Feldmann, 2005).

O telemóvel satisfaz uma necessidade humana tão velha como a própria espécie – a de falarmos enquanto nos deslocamos. Esta é até uma necessidade que define a espécie humana – somos o único mamífero bípede que libertou as mãos para usar ferramentas (Levinson, 2003).

Os telemóveis contribuem assim para o fenómeno da globalização e da construção de uma sociedade em rede, aproximando pessoas e empresas. O telemóvel é o complemento perfeito da actual configuração social de regresso aos primórdios do nomadismo. Durante o século passado, com o movimento de globalização, as pessoas tornaram-se crescentemente móveis. O telemóvel mais não fez do que potenciar esta transformação social.

Tal como outros *media*, o telemóvel tem vindo a provocar profundas alterações no nosso contexto: novos usos do tempo, novas formas de interacção social e o esbater das barreiras espaciais. Desta forma, o telemóvel vem sendo analisado não apenas como uma tecnologia, mas também como um artefacto social. Um artefacto que tem tido um profundo impacto na reconfiguração do sistema comunicacional e das práticas quotidianas.

O novo modelo de sociabilidade da sociedade em rede caracteriza-se também pelo «individualismo em rede». Os indivíduos constroem as suas redes *on-line* e *off-line* com base nos seus interesses, valores, afinidades e projectos.

O telemóvel vem reforçar esta tendência social. Temos assim «comunidades personalizadas» (Wellman, 2004) e interacções individualizadas pela possibilidade de seleccionar o tempo, o lugar e os companheiros para a interacção. Assistimos hoje a uma verdadeira reconstrução das estruturas da sociabilidade, alicerçadas em redes centradas no eu, em redes de escolha.

Hoje, o telemóvel é o nosso repositório de informação pessoal: contactos, aniversários, reuniões, mensagens. De tal forma que nos sentiríamos desligados da nossa rede social caso perdéssemos o telemóvel (Castells, 2004).

Estes novos consumos e estilos de vida requerem novas e apuradas competências de selecção, processamento e interpretação da informação. A Internet e as redes móveis estão a avançar de maneira desigual por todo o planeta, reproduzindo padrões antigos de exclusão social. A infoexclusão torna-se assim uma das dimensões mais importantes da exclusão social e acaba muitas vezes por ser um dos seus factores de ampliação. Os desafios tornaram-se deste modo mais complexos, uma vez que o acesso, embora sendo um requisito prévio, não constitui já uma solução em si mesma.

Face a este contexto, surge a escolha de «Comunidade e mobilidade» como tema central do terceiro número da revista *Comunicação & Cultura*. Sendo o telemóvel a ferramenta mais massificada de construção de redes e de suporte à mobilidade, a maioria dos artigos do *dossier* temático debruça-se sobre este artefacto que faz já parte da vida das sociedades dos cinco continentes. Mas o que é efectivamente o telemóvel? No seu artigo, «Where are you? A Heideggerian analysis of the mobile phone», Fernando Ilharco pretende responder a essa pergunta e ajudar à compreensão do nosso envolvimento com esta ferramenta tecnológica.

É já vasta a investigação sobre o telemóvel em Ciências Sociais, pelo que, no seu artigo «O impacto do telemóvel na sociedade contemporânea: panorama de investigação em Ciências Sociais», Patrícia Dias apresenta-nos uma revisão da literatura, organizada em oito temas relativos à apropriação do telemóvel. A autora não deixa no entanto de referir as muitas linhas de investigação ainda por explorar, explicando que o artigo «pretende ser um ponto de partida para um estudo mais aprofundado da utilização desta tecnologia».

O artigo de abertura, da autoria de Gustavo Cardoso, Maria do Carmo Gomes, Rita Espanha e Vera Araújo, denominado «Portugal móvel: utilização do telemóvel e transformação da vida social», explora exactamente um dos temas mais prevalentes na investigação desta área, enunciado no artigo de Patrícia Dias «Práticas de utilização e factores de variação». O estudo traça um retrato nacional dos usos sociais do telemóvel, identificando as tendências mais significativas em termos da sua utilização.

Portugal é, reconhecidamente, um estudo de caso interessante nesta área. Embora seja um mercado pequeno, apresenta uma taxa de penetração das tecnologias móveis acima da média europeia. Esta tendência para a inovação e para a adopção de novas tecnologias não é, aliás, inédita entre nós; basta pensar no êxito de integração e de gestão tecnológica que a Via Verde ou a rede Multibanco representam em Portugal. No contexto das tecnologias móveis, Portugal foi o primeiro país do mundo a oferecer um produto de comunicação móvel pré-pago.¹ À semelhança de outros estudos internacionais similares, Gustavo Cardoso propõe ainda uma categorização dos utilizadores nacionais.

Também de uma perspectiva funcionalista, o artigo «As mulheres e os telemóveis: uma relação por explorar» foca a variável género e o seu impacto nos diferentes usos e apropriações. Esta é uma variável de análise que tem sido ignorada ou subestimada, quer pelos investigadores, quer pela própria indústria, mas que pode ajudar a identificar a futura evolução deste *media*.

Mas não podemos esquecer que toda a mudança gera dissonância. Como nos diz Guy Almes, um dos pioneiros do desenvolvimento da Internet, «existem três tipos de morte: a morte cerebral, o coração deixar de funcionar, e estarmos desligados da rede». Na linha desta problemática, José Afonso Furtado propõe-nos justamente reflectir sobre a realidade da exclusão e sobre as dimensões do conceito de «literacia», no seu artigo «Fractura digital e literacia: reequacionar as questões do acesso». Embora não versando especificamente a questão do telemóvel, José Afonso Furtado ajuda-nos a perspectivar as várias dimensões de exclusão, que vão muito para além da questão do acesso à tecnologia. Numa «sociedade em rede» móvel ou ubíqua, em que se espera que todos estejam ligados e disponíveis em qualquer lugar e em qualquer momento, qual o futuro daqueles que não podem, não sabem ou não querem estar ligados?

Neste terceiro número publicamos igualmente um conjunto de artigos que, não estando directamente enquadrados no tema central, contribuem para o enriquecimento do debate nas áreas das Ciências da Comunicação e da Cultura. Esta secção abre com o artigo de Michael Schudson, «O modelo americano de jornalismo: excepção ou exemplo?», em que o autor defende a excepcionalidade deste modelo. «Sobre a Economia da Cultura», de Emílio Rui Vilar, revela-nos uma dimensão funcional da cultura. Em «Descobrir o tesouro», Roberto Carneiro fala-nos do crónico défice português relativamente à educação e à qualificação dos recursos humanos, e da necessidade de um novo paradigma de educação, que nos ajude a «descobrir o tesouro que reside na profundidade do sentido da vida». O artigo de Pedro Magalhães e Diogo Moreira, «As sondagens pré-eleitorais nas autárquicas de 2005», visa descrever estas eleições e analisar a precisão das sondagens. Por fim, no artigo «A Emissora Nacional: das emissões experimentais à oficialização (1933-1936)», Nelson Ribeiro apresenta-nos o retrato histórico da Emissora.

Este número conta ainda com uma entrevista de Rita Curvelo a Teresa Carvalho, directora da Unidade de Comunicação e Marca do ICEP, intitulada «Marcas portuguesas – uma questão de identidade diferenciada?».

Esperamos, assim, que a diversidade dos artigos apresentados permita abrir novas perspectivas de reflexão e de investigação para além do tema central deste número.

¹ A TMN lançou o cartão pré-pago, MIMO, a 7 de Setembro de 1995. À data o MIMO constituiu um importante factor de crescimento do mercado.

BIBLIOGRAFIA

- CASTELLS, M., FERNÁNDEZ-ARDÈVOL, M., QIU, J., SEY, A. (2004), *The Mobile Communication Society: A cross-cultural analysis of available evidence on the social uses of wireless communication technology*. Relatório preparado para o *workshop* internacional *Políticas e Perspectivas Futuras da Comunicação sem Fios: Uma Perspectiva Global*, Los Angeles: Annenberg Research Network on International Communication.
- CASTELLS, M. (2002), *A Era da Informação: Economia, sociedade e cultura*, Vol. 1: *A Sociedade em Rede*, Lisboa: Fundação Calouste Gulbenkian [Trabalho original em inglês publicado em 2000].
- FELDMANN, V. (2005), *Leveraging mobile media: Cross-media strategy and innovation policy for mobile media communication*, Heidelberg: Physica-Verlag.
- GREEN, N., HARPER, R., MURTAGH, G., COOPER, G. (2001), «Configuring the Mobile User: Sociological and industry views», *Personal and Ubiquitous Computing*, Londres: Springer-Verlag, pp. 146-156.
- LEVINSON, P. (2003), *Realspace: The fate of physical presence in the digital age, on and off planet*, Londres: Routledge.
- LEVINSON, P. (2001), *Digital McLuhan: A guide to the information millennium*, Londres: Routledge.
- LYYTINEN, K., YOO, Y. (2002), «The Next Wave of Nomadic Computing», *Information System Research*, Vol. 13(4), pp. 377-388.
- WELLMAN, B. (2004), «The Mobile-ized Society – Communication modes and social networks», *Receiver #1 Connecting to the Future*. Recuperado em 2005, Janeiro 12, de www.receiver.vodafone.com/archive/index.html.