

Elementos para a discussão da ultra-personalização de mídia proporcionada por impressões digitais, web e aparatos portáteis.

Prof. Dr. Eduardo Campos Pellanda

**PUCRS. Porto Alegre, Brasil.
eduardo.pellanda@pucrs.br**

**Grupo de Trabalho: Novos Média e Sistemas de Informação Digital
IX Congreso IBERCOM
Sevilla-Cádiz, 2006.**

Até a década de 90 grande parte da produção científica na área das Ciências da Comunicação estavam voltadas para a comunicação de massa pautadas por meios como rádio, TV e jornal. Há dez anos quando a Web surgiu comercialmente começou a surgir o diálogo um-para-um e todos-para-todos alterando profundamente modelos de comunicação que trabalhava-se até o momento. Possibilidades técnicas como a impressão digital e meios portáteis como o papel eletrônico (e-ink) e telefones celulares expandem as possibilidades para níveis ainda maiores de possibilidades de interatividades e personalização de conteúdo. No presente artigo serão abordadas estas questões bem como as pertinências de conteúdos de personalização e as dificuldades intrínsecas a este tipo de distribuição.