



**Escola de Comunicação e Artes**

**Curso de Licenciatura em Jornalismo**

Trabalho de Culminação de Curso

**JORNALISMO DIGITAL EM MOÇAMBIQUE: UMA ANÁLISE DA  
INTERACTIVIDADE NO JORNAL O PAÍS DIGITAL**

**Candidata:** Vânia Pedro Guila

**Supervisor:** Hélio Felisberto Norberto

**Maputo, Dezembro de 2023**

**Escola de Comunicação e Artes**

**Curso de Licenciatura em Jornalismo**

Trabalho de Culminação de Curso

**JORNALISMO DIGITAL EM MOÇAMBIQUE: UMA ANÁLISE DA  
INTERACTIVIDADE NO JORNAL O PAÍS DIGITAL**

Monografia apresentada no Curso de Jornalismo da  
Escola de Comunicação e Artes, como requisito parcial  
para a obtenção do grau de Licenciatura em Jornalismo.

Candidata: Vânia Pedro Guila

Supervisor: Hélio Felisberto Norberto

Maputo, Dezembro de 2023

**Escola de Comunicação e Artes  
Curso de Licenciatura em Jornalismo**

**JORNALISMO DIGITAL EM MOÇAMBIQUE: UMA ANÁLISE DA  
INTERACTIVIDADE NO JORNAL O PAÍS DIGITAL**

Monografia apresentada no Curso de Jornalismo da Escola de Comunicação e Artes, como requisito parcial para a obtenção do grau de Licenciatura em Jornalismo.

Candidata: Vânia Pedro Guila

**JÚRI**

---

Presidente: Adão Matimbe  
Escola de Comunicação e Artes

---

Supervisor: Hélio Norberto  
Escola de Comunicação e Artes

---

Oponente: Daniel Tinga  
Escola de Comunicação e Artes

Maputo, Dezembro de 2023

### **Dedicatória**

Aos meus preciosíssimos pais, Pedro Banguela Guila e Olga Tinga Tualufo Guila. Adjectivos faltam-me para qualifica-los pelo esforço que nunca pouparam para me verem formada. E porque sempre confiaram em mim à eles dedico este trabalho.

## AGRADECIMENTOS

Em primeiro lugar, agradeço ao altíssimo, todo-poderoso, Allah, que sempre esteve na minha dianteira nos momentos mais difíceis, para iluminar a minha mente e abençoar a minha caminhada, durante todas as fases do meu percurso acadêmico.

À minha família, em especial aos meus progenitores, Pedro Banguela Guila e Olga Tinga Tualufô Guila, que tudo fazem para concretização dos meus objetivos, apoiando-me moral, material e espiritualmente. Aos meus irmãos, Nilza Pedro Guila, Carima Pedro Guila, Zuhura Pedro Guila, Rassula Pedro Guila, Nasser Pedro Guila e Ancha Pedro Guila, e à família em geral, pelo apoio e suporte que me deram ao longo desta caminhada acadêmica.

Agradeço ao professor Hélio Norberto, meu orientador, pelo acolhimento e acompanhamento louvável, desde o início deste Trabalho de Culminação de Curso. Agradeço-lhe pela sua especial atenção e disponibilidade para esclarecimento de dúvidas e partilha de conhecimentos úteis a este trabalho. O mérito desta pesquisa foi, por um lado, pela confiança que meu supervisor depositou em mim e, por outro lado, pela sua ajuda exaustiva na área em estudo.

Não posso deixar de agradecer à grande família que a academia me deu, Clementino Abdala pelo incentivo de sempre, apoio que prestou e foi o melhor “maza” que podia ter. Aos meus colegas da residência universitária (Tangará), especialmente minha colega de quarto, Belita Mutaulima por sempre terem estado ao meu lado e por serem os que me motivaram a nunca desistir do sonho de ser uma jornalista.

Tenho muito a agradecer ao meu colosso, Nilton Dimande, por sempre se mostrar disponível para qualquer esclarecimento, pois se não tivesse sido a motivação prestada por ele, tenho a certeza que este trabalho não teria sido feito e entregue neste ano.

À Turma de Jornalismo de 2018, pelas discussões realizadas em sala de aulas, em seminários e encontros dentro e fora do recinto escolar. Em particular, dirijo os meus elevados agradecimentos ao “SEGUNDO GRUPO”, da turma referida, constituído, além de mim, por

meus companheiros “CEFALEAS” de todas as batalhas académicas, nomeadamente, Mafalda Ligela, Paulino Nhusi e Silvino Baessa.

Meus sinceros agradecimentos vão também a Universidade Eduardo Mondlane por ter-me concedido a oportunidade de formação e pela bolsa de estudo. Aos meus professores da Escola de Comunicação e Artes (ECA) do curso de jornalismo, tenho-lhes a dizer que me lapidaram intelectualmente com tamanho profissionalismo. Foram vocês verdadeiros mineiros na ciência.

À todos os que directa ou indirectamente contribuíram para que hoje se concretizasse este sonho de infância, licenciar-me em jornalismo, recebam o meu obrigada. Que a bondade prestada não seja somente a mim, mas a todos quanto precisarem, dêem-na gratuitamente.

## Epígrafe

*“A interactividade está na disposição ou predisposição para mais interacção, para uma hiper-interacção, para bidireccionalidade (fusão emissão-recepção), para participação e intervenção.”*

Silva *apud* Amaral e Assumpção (2008)

## RESUMO

A génese do jornalismo digital é norteada por uma estrutura própria, onde estão presentes as principais características modificadoras desta profissão na actualidade — dentre elas a interactividade — que vem evoluindo em novos formatos de interacção, participação, produção, relacionamento e conversação.

Esta pesquisa foi movida pela seguinte pergunta: *Até que ponto o jornal digital moçambicano O País respeita a interactividade, enquanto uma característica do jornalismo digital?* Para responder a esta questão, procedeu-se à análise de conteúdo e à técnica de colecta electrónica dos dados numa amostra de um total de sessenta artigos extraídos do Jornal O País digital, publicados em Agosto, Setembro e Outubro de 2022.

Considerando as variáveis propostas por Zamith (2011) para a análise da interactividade no jornalismo digital (troca de emails entre utilizadores e jornalistas, comentários publicados junto às notícias, fóruns de discussão, salas de comunicação instantânea, inquéritos ou sistemas de votação/valoração dos conteúdos, publicação de informações dos utilizadores, conteúdo jornalístico multimédia interactivo), da pesquisa constata-se que o jornalismo digital moçambicano ainda possui índices muito baixos concernentes a interactividade.

**Palavras-chave:** *interactividade; jornalismo digital; O País digital; Moçambique*



## ABSTRACT

The genesis of digital journalism is guided by its own structure, where the main characteristics that modify this profession are present today's interactivity are present been evolving into new formats of interaction, participation, production, relationship and conversation.

This research was driven by the following question: To what extent does the Mozambican digital newspaper *O País* respect interactivity, as a characteristic of digital journalism? To answer this question, a content analysis and electronic data collection technique were performed on a sample of a total of sixty articles extracted from the digital newspaper *O País digital* published in August, September and October 2022.

Considering the various proposals by Zamith (2011) for analysis of interactivity in digital journalism (exchange of emails between users and journalists, comments published alongside the news, discussion forums, instant communication, rooms, surveys or voting systems, content valuation, publication of user information, interactive multimedia journalistic content) from the research it appears that Mozambican digital journalism still has very low indices regarding interactivity.

**Keywords:** *interactivity; digital journalism; O País digital ; Mozambique*

## Lista de tabelas

Tabela 1: Principais jornais impresso em Moçambique com versoes digitais (JOANGUETE, 2013, p. 156).....	11
Tabela 2: Diferencas entre interactividade selectiva e interactividade comunicativa (ROST, 2014, p. 59 <i>apud</i> Nishuyama, 2015, p. 178).....	17
Tabela 3: Grelha de categorias de análise da interactividade no jornalismo digital. Adaptado por Zamith (2011, p.90) .....	22
Tabela 4: Email como recurso interactivo.....	27
Tabela 5: Publicação das informações dos visitantes .....	33
Tabela 6: Resumo da análise da interactividade:.....	41

## Lista de Figuras

Figura 1: Email/formulário de contacto genérico do jornal O País digital. Fonte: O País digital.	30
Figura 2: Ficha técnica do Jornal O País digital. Fonte: O País digital .....	30
Figura 3: Sequência para verificação do autor dos artigos. Fonte: jornal O País digital .....	31
Figura 4: Únicos conteúdos de visitantes com publicação retardada. Fonte O País digital.....	36
Figura 5: Exemplos de uso de fotografia acompanhada ao texto. Fonte: O País digital.....	38
Figura 6: Sequência de hiperligação. Fonte: O País digital.....	39
Figura 7: Parte reservada aos vídeos. Fonte: O País digital .....	40

## **Siglas, abreviaturas e acrónimos**

**EMAIL** - Electronic Mail

**INTERNET** – Sistema mundial de redes de computadores

**SFM** - Super Frequência Modular (Folha de Maputo)

**SOICO** - Sociedade Independente de Comunicação

**STV** - SOICO Televisão

**TIC's** - Tecnologias de Informação e Comunicação

**WWW** - World Wide Web

## Sumário

Dedicatória.....	i
Epígrafe .....	iv
ABSTRACT .....	vi
Lista de tabelas.....	vii
Siglas, abreviaturas e acrónimos.....	viii
Sumário .....	ix
<b>CAPÍTULO I</b> .....	<b>1</b>
1-Introdução .....	1
2-Problemática .....	3
3-Hipóteses .....	5
4-Justificativa.....	6
5-Objectivos.....	7
5.1-Objectivo geral: .....	7
5.2-Objectivos específicos:.....	7
<b>CAPÍTULO II</b> .....	<b>8</b>
6-Quadro Teórico e Conceptual.....	8
6.1- Jornalismo digital .....	8
6.2- Jornalismo digital em Moçambique.....	10
6.3-Interactividade .....	12
6.4-Tipos de interactividade .....	15
6.4.1-Interactividade selectiva .....	15
6.4.2-Interactividade comunicativa .....	16
6.5-Jornal O País digital.....	17
6.6-Teoria de base .....	18
<b>CAPÍTULO III</b> .....	<b>19</b>
7- Metodologia.....	19
7.1- Quanto à natureza: qualitativa e quantitativa .....	19
7.2- Quanto à técnica de colecta de dados da pesquisa:.....	20
7.3- Quanto a base lógica de investigação .....	20
7.4- Quanto ao Tipo de Amostragem: .....	21
7.5- Quanto ao procedimento: pesquisa bibliográfica .....	21

7.6- O universo da pesquisa e delimitação da pesquisa (espácio-temporal) .....	21
7.8- Quanto a técnica de análise de dados: .....	22
8-Categorias de análise.....	23
8.1- PRIMEIRA CATEGORIA: Email como recurso interactivo .....	23
8.2- SEGUNDA CATEGORIA: Fórum de discussão como recurso interactivo .....	24
8.3- TERCEIRA CATEGORIA: disponibilização de sala de comunicação instantânea .....	24
8.4- QUARTA CATEGORIA: Uso de inquérito .....	25
8.5- QUINTA CATEGORIA: Publicação das informações dos visitantes .....	25
8.6- SEXTA CATEGORIA: Votação nos artigos .....	26
8.7- SÉTIMA CATEGORIA: Blog ou wiki aberto à participação dos visitantes .....	26
8.8- OITAVA CATEGORIA: Conteúdo jornalístico multimédia interactivo .....	26
CAPÍTULO IV .....	27
9- Apresentação, análise e interpretação dos dados.....	27
9.1-PRIMEIRA CATEGORIA: Email como recurso interactivo .....	27
9.2- SEGUNDA CATEGORIA: Fórum de discussão como recurso interactivo .....	32
9.3- TERCEIRA CATEGORIA: disponibilização de sala de comunicação instantânea (chat).....	32
9.4- QUARTA CATEGORIA: Uso de inquérito .....	33
9.5-QUINTA CATEGORIA: Publicação das informações dos visitantes .....	33
9.6- SEXTA CATEGORIA: Votação nos artigos .....	37
9.7- SÉTIMA CATEGORIA: Blog ou wiki aberto à participação dos visitantes .....	37
9.8- OITAVA CATEGORIA: Conteúdo jornalístico multimédia interactivo .....	38
CAPÍTULO V.....	42
10- Considerações finais .....	42
11-Referências bibliográficas .....	45
12-Apêndice.....	48

## CAPÍTULO I

### 1-Introdução

A necessidade de garantir o espaço dos leitores nos media, como um dos princípios básicos democráticos do jornalismo na sua actividade diária de ouvir, observar, investigar e reportar à sociedade as diversas estórias sobre os acontecimentos, data desde os primórdios da chamada grande imprensa do mundo.

Hoje, com o advento da internet, a interactividade é uma das características essenciais da comunicação na Web. E cada vez que se analisa a linguagem da internet, apela-se à ideia da interactividade como um dos seus pilares. (ROST *apud* CANAVILHAS, 2014, p. 53)

Segundo Assumpção e Amaral (2008, p. 11) é válido falar da interactividade, uma vez que esta representa um dos maiores avanços tecnológicos da humanidade, causando impacto de nível global, proporcionando uma nova forma de pensar e de fazer comunicação por meio deste desenvolvimento na sociedade actual.

É nesse contexto, que o presente trabalho propõe o estudo sobre a interactividade, fazendo uma análise de até que ponto essa potencialidade está sendo explorada no jornalismo digital moçambicano, actualmente, mas especificamente, no Jornal O País digital ([www.opais.co.mz](http://www.opais.co.mz)).

E para o problema levantado constrói-se como possíveis respostas que: o jornal O País digital tem uma baixa aplicação da interactividade, porque raramente inclui o usuário na produção dos conteúdos; e que o jornal O País digital tem uma alta aplicação da interactividade, pois abre-se espaço para fóruns de discussão, chats, e votação nos artigos.

Este estudo justifica-se pela necessidade de análise do nível actuação dos media digitais em Moçambique face às novas dinâmicas da evolução do jornalismo, principalmente na garantia de interacção e participação dos usuários. Ademais, a pesquisa contribui para os escassos estudos sobre a interactividade no jornalismo digital no contexto moçambicano; e para a sociedade desperta o leitor/utilizador sobre o potencial que os media digitais tem para que ele aja activamente no processo comunicativo.

Para a pesquisa elaboram-se como objectivos específicos: (i) identificar os recursos interactivos do jornalismo digital adoptados pelo órgão em estudo; (ii) medir a frequência com que esses elementos (chats, comentários, envio de notas/fotografias/vídeos e hiperlinks) são utilizados no jornal *O País* digital; (iii) avaliar se as opções interactivas que o órgão em estudo adopta incentivam a participação dos utilizadores.

Em relação à metodologia aplica-se o método misto, que é uma combinação de método qualitativo e quantitativo; quanto à técnica de colecta de dados é electrónica em concomitância com entrevista, de referir que por questões burocráticas do órgão em estudo houve limitação para a execução da entrevista presencialmente, ela teve de ser feita por email; quanto à base lógica de investigação recorre ao método indutivo; quanto à escolha do objecto de estudo recorre à amostragem não probabilística intencional; quanto ao procedimento adopta a pesquisa bibliográfica; e em relação à técnica de análise de dados utiliza a análise de conteúdo.

Em termos estruturais, o trabalho encontra-se dividido em cinco capítulos. No primeiro, desenvolvemos os seguintes elementos: a problemática, as hipóteses, a justificativa, e os objectivos a que se propõe alcançar.

No segundo capítulo, apresenta-se o manancial teórico seleccionado (o qual oferece um conjunto de reflexões que permitem analisar a interactividade no jornalismo digital no Jornal *O País digital*).

Para o terceiro capítulo demonstra-se a metodologia usada, de modo detalhado. Nesta fase, arrola-se, portanto, todos os aspectos metodológicos seguidos nesta pesquisa, incluído às categorias de análise.

Por conseguinte, no quarto capítulo dedica-se à análise e interpretação dos dados colhidos, de acordo com as metodologias descritas. Nesta etapa, analisa-se, entre outros aspectos, a observância da interactividade no objecto em estudo, apoiando-se no manancial teórico já consultado.

Já no final do trabalho, no quinto capítulo dedica-se às considerações finais, às referências bibliográficas das obras consultadas.

## 2-Problemática

A interacção entre leitores e os media é uma realidade historicamente indissociável da actividade jornalística e que, há décadas, vem evoluindo em novos formatos de interacção e participação, como uma parte integrante da trajectória de evolução tecnológica dos jornais, desde o papel até o computador (PAIVA, 2013, p. 6).

Nos dias actuais, com o advento da internet — sinalizado como um fenómeno cheio de potencialidades para a qualificação da interacção construída entre utilizadores e os media — desperta-se o interesse em estudos sobre a interactividade.

Segundo Joanguete (2013, p. 259) às novas ferramentas da Web 2.0 abrem espaço de maior interacção e participação, ou seja, elas contribuem fortemente no esbatimento da barreira entre as empresas jornalísticas e o cidadão.

Schmitt et al (2008, p. 6) *apud* Joanguete (2013, p. 260) explicam que o aparecimento da Web 2.0 aplicado ao jornalismo digital resultou numa nova forma de consumo de produtos jornalísticos e que transformou o usuário como parte do processo de produção, partilha e distribuição de informação. A interacção, colaboração, produção, relacionamento e conversação, transformaram a Web 2.0 em prática do jornalismo digital baseado em comunidade, colaboração e auto-organização.

Várias são definições da interactividade no jornalismo digital, mas a convergência das mesmas, encontra-se na necessidade de participação do usuário quer na produção de conteúdos, nos comentários sobre os mesmos, quer no reforço ou na sua elaboração como produtor. Tal como afirma Schultz (2006, p.19)<sup>1</sup> o jornalismo somente será interactivo se adoptar uma verdadeira inserção do leitor no seu processo de comunicação interno e externo, indo além da reacção.

Schultz (2006, p. 28) observa que há uma “ilusão” de interactividade na maioria dos jornais em seus meios tecnológicos de interacção. Afirma que esses meios são utilizados ainda dentro de um formato tradicional de comunicação, que faz a via única emissor-receptor e que não oferece uma verdadeira troca de informações, participada por muitos.

Palácios (2004) *apud* (Silva 2018, p. 6) sugere que para garantir a interactividade, a notícia publicada na internet deve oferecer condições para que o leitor possa agir no processo, através de

---

<sup>1</sup> <https://academic.oup.com/jcmc/article/5/1/JCMC513/4584183?login=false>



fóruns de discussão, chats e e-mails, como também no âmbito da própria notícia, recorrendo aos recursos do hipertexto.

Para além dos indicadores de interactividade acima apresentados, a literatura académica (ROCHA, 2000; PALACIOS, 2002; MIELNICZUK, 2001), citada por Amaral e Assumpção (2008, p. 2) acrescenta os comentários dos leitores, as matérias enviadas pelos usuários (textos, fotografias e /ou vídeos) e os hiperlinks.

Numa observação feita ao objecto em estudo –Jornal O País digital – foi possível constatar que há indícios de não observância de algumas opções interactivas sugeridas pelos autores acima citados. Por exemplo, constata-se que no objecto em estudo não tem espaço para comentários dos usuários nos artigos publicados.

Segundo Mottoso (p. 22) o uso do sistema de comentários no jornalismo digital torna possível a interactividade de forma massiva. Ademais, uma vasta literatura sobre a produção noticiosa reconhece o poder do jornalismo, não apenas na projecção social de tópicos, mas também na sua capacidade para enquadrar esses tópicos como recursos para discussão pública (MOLOTCH e LESTER (1974) *apud* PAIVA, 2013, p. 13).

Um outro recurso interactivo que o objecto em estudo não observa é o uso de email ou contacto de alguns ou de todos jornalistas para o processo de interacção. Segundo Silva citado por Amaral e Assumpção (2008, p. 8) a interactividade está na disposição ou predisposição para mais interacção, para uma hiper-interacção, para bidireccionalidade (fusão emissão-recepção), para participação e intervenção. A interactividade entre o leitor e o produtor de conteúdos é uma das mais interessantes aplicações que a internet trouxe para dar fôlego ao “novo” jornalismo nas redes.

As constatações de inobservância de alguns recursos que garantem a efectivação da interactividade no nosso objecto de estudo leva-nos a questionar: *Até que ponto o jornal digital moçambicano O País respeita a interactividade, enquanto uma característica do jornalismo digital?*

### **3-Hipóteses**

Segundo MARCONI e LAKATOS (2003, p. 20) a hipótese constitui uma suposta, provável e provisória resposta a um problema, cuja adequação (comprovação, sustentabilidade ou validade) será verificada através da pesquisa. Assim, como resposta à pergunta de partida elaboramos as hipóteses abaixo apresentadas:

**H1-** O jornal O País digital tem uma baixa aplicação da interactividade, porque raramente inclui o usuário na produção dos conteúdos.

**H2-** O jornal O País digital tem uma alta aplicação da interactividade, pois abre-se espaço para fóruns de discussão, chats, e votação nos artigos.

#### **4-Justificativa**

O jornalismo digital é uma maneira de se trabalhar profissionalmente nos dias actuais. E os jornalistas tradicionais acompanham a evolução do jornalismo, que passou a ser feito na Web, com o intuito de dar novas dinâmicas à profissão jornalística.

Neste âmbito, o tema **“Jornalismo digital em Moçambique: uma análise sobre a interactividade no Jornal O País digital”** foi escolhido pelo facto de contribuir para a evolução da área jornalística, no que diz respeito a melhor forma de actuação dos media digitais em Moçambique.

De acordo com Salgado (2012, p. 53), o jornalismo tem o papel fundamental de divulgar informações, despertando assim o senso crítico nas pessoas em todas as esferas e níveis da sociedade. Portanto, ainda no âmbito profissional jornalístico espera-se com este tema que todos praticantes do jornalismo digital sejam advertidos e/ou recordados da importância da observação da interactividade num modelo comunicativo assente na participação do usuário.

Esta pesquisa é de extrema relevância para a academia, pois será um contributo para os escassos estudos sobre a interactividade no jornalismo digital no contexto moçambicano. Ou seja, servirá de material de consulta aos estudantes de jornalismo, assim como de outras áreas, podendo ser para a produção de trabalhos de pesquisa no geral ou especificamente no estudo da interactividade no jornalismo digital no nosso país.

Ainda no contexto académico, o estudo permitirá trazer análises mais profundas sobre a observância ou o nível de interactividade no jornalismo digital, criando assim padrões cientificamente comprovados pelas ciências sociais, humanas no jornalismo digital de Moçambique.

Olhando para aspectos sociais, o trabalho em questão vai contribuir para despertar o leitor/utilizador sobre o potencial que os media digitais tem para que ele deixe de ser um sujeito passivo no processo comunicativo, tal como aponta (JOANGUETE, 2013, p. 264).

Ainda no âmbito social, esta pesquisa mostrará às várias opções interactivas que o cidadão pode utilizar para participar no processo comunicativo, quer em forma de críticas, quer pela participação na produção dos conteúdos mediáticos.

## **5-Objectivos**

### **5.1-Objectivo geral:**

- Analisar a interactividade no jornalismo digital no jornal O País digital.

### **5.2-Objectivos específicos:**

- Identificar os recursos interactivos do jornalismo digital adoptados pelo órgão em estudo;
- Medir a frequência com que esses elementos (chats, comentários, envio de notas/fotografias/vídeos e hiperlinks) são utilizados no jornal O País digital;
- Avaliar se as opções interactivas que o órgão em estudo adopta incentivam a participação dos usuários.

## CAPÍTULO II

### 6-Quadro Teórico e Conceptual

Nesta fase do trabalho, iremos apresentar os conceitos gerais que envolvem o objecto de análise do mesmo, dentre os quais: Jornalismo digital, Jornalismo digital em Moçambique, interactividade, tipos de interactividade, e o historial do jornal em análise: “*O País digital*” e a teoria de base do estudo.

#### 6.1- Jornalismo digital

A história do jornalismo digital começa nos Estados Unidos com os primeiros jornais digitais “The Nando Times (1994) e o The San Jose Mercury Center”, disponibilizado na Web no início de 1995. A iniciativa foi de um grupo de empresários que teve a ideia de distribuir notícias na Internet, por causa da rapidez de difusão da informação. O destaque conquistado pelos primeiros jornais digitais foi obtido através da exploração das vantagens da Internet, oferecendo muito mais que a transposição das informações dos jornais impresso (JOANGUETE (p. 21)).

Segundo Rasêra (2010, p. 2) o surgimento do jornalismo digital representa uma revolução na maneira de apurar, produzir e distribuir conteúdo jornalístico. Ou seja, o meio digital vem propiciar a visibilização de produzir e distribuir conteúdo multimídia de forma rápida e precisa, a fim de possibilitar a interactividade e com isso, despertar o interesse e a participação do público.

Barbosa (2002) *apud* Neto (200, p. 57) identifica algumas fases do jornalismo digital:

- **Fase da transposição** – caracterizada pela entrada do impresso na internet;
- **Fase da agregação** – quando alguns recursos da web são apropriados há uma produção de conteúdos originais;
- **Fase da exclusividade** – quando surge algo totalmente mergulhado na linguagem da rede, com um conteúdo totalmente exclusivo.

Apesar da explosão da internet para fins jornalísticos ter ocorrido há quase uma década e estudos significativos já terem sido desenvolvidos sobre o assunto, ainda não há um consenso sobre a terminologia a ser utilizada quando nos referimos ao jornalismo praticado na internet, para internet ou com o auxílio da internet.

Em linhas gerais, observa-se que autores norte-americanos utilizam o termo «jornalismo online» ou «jornalismo digital», já os autores espanhóis preferem o termo «jornalismo electrónico». Também são utilizadas as nomenclaturas «Jornalismo multimídia ou ciberjornalismo» (MACHADO e PALACIOS, 2003, p. 46).

De acordo com Mielniczuk (2008) citado por Rasêra (2010, p. 3), até meados da década de 1990, o termo jornalismo digital ou ciberjornalismo referia-se, na maioria das vezes, às versões desenvolvidas para a web de jornais impressos, diários e de modelo comercial. E eram poucas, ou praticamente nenhuma, as alterações na forma de narrativa jornalística. Após aprontar o conteúdo da edição do produto impresso, tal conteúdo era disponibilizado na web.

Machado (2000) *apud* Machado e Elias (2003, p. 41), pensando na questão do suporte, prefere a denominação “jornalismo digital”. Segundo o autor, o conceito de “digital” remete à particularidade deste novo suporte e o “jornalismo on-line”, mais restrito do que digital, refere-se a apenas uma característica do meio e não contemplaria todas as especificidades da nova realidade, por isso melhor utilizar o termo “jornalismo digital”.

Já, Kawamoto (2003) citado por Rasêra (2010, p. 3) propõe uma única definição ao termo jornalismo digital: o uso de tecnologias digitais para pesquisar, produzir e distribuir (ou tornar acessível) notícias e informações para uma audiência informativa. Contudo, admite que a definição do jornalismo digital está em constante transformação devido aos avanços tecnológicos, e mais importante ainda, devido a mudanças no jornalismo como instituição, assim como conceito.

Como se pode deparar, as definições ou harmonização do conceito do jornalismo praticado na Internet não são consensuais no mundo da academia. Portanto, para esta pesquisa, a terminologia que se vai usar é “jornalismo digital”, por considerar que este conceito expressa todo e qualquer procedimento jornalístico que implica o uso das várias plataformas de comunicação para a disseminação do jornalismo. Enquanto, “jornalismo on-line” refere-se ao jornalismo desenvolvido utilizando tecnologias de transmissão de dados em rede e em tempo real.

Este novo fazer do jornalismo apresenta algumas características específicas em relação a aspectos que quase sempre existiram nas mais diversas media, de acordo com Brito (s/d), nomeadamente: **Instantaneidade, Perenidade (memória), Multimídia (convergência),**

**Hipertextualidade, Personalização de Conteúdo (customização), e Interactividade.** Esta última que tem especial atenção para a nossa pesquisa.

## **6.2- Jornalismo digital em Moçambique**

A história de jornais digitais em Moçambique começa com pequenos jornais em formato PDF. Os jornais electrónicos eram lançados a partir dos pequenos jornais que eram inicialmente distribuídos via fax. Com meios muito modestos e pequenas equipas de apenas três a quatro jornalistas, os jornais via fax prosperaram com estas formas de publicações tipicamente moçambicanas, adaptando-as e distribuindo-as por via electrónica aos respectivos assinantes (ZAMITH, 1999, p. 2 *apud* JOANGUETE, 2013, p.155).

Diz o autor que o mercado destes jornais era bastante reduzido, pois era distribuído sobretudo, nas embaixadas, Organizações Não-Governamentais, empresas e instituições do Estado, gestores seniores das empresas públicas e outros profissionais. A condição essencial para receber os jornais é ter um aparelho de fax ou conta de correio electrónico (e-mail), e poder pagar uma quantia que varia entre 20 a 60 dólares norte-americanos por mês. *Idem*

Joanguete (2013, p. 155) explica que pequenos jornais por fax, como Tribuna Fax, Vertical, Media Fax, Correio da Manhã, Diário do País, Diário de Notícias, Pungue, Ponto Zero, Expresso, Canal de Moçambique, Diário Independente, Diário da Zambézia, Wampula Fax e outros, têm uma circulação que ronda entre 500 a 600 exemplares. Porém, a dificuldade em controlar a sua reprodução e reencaminhamento electrónico tem prejudicado em grande medida as empresas jornalísticas que os produzem.

Aos poucos, a partir de 2006 os jornais moçambicanos começaram a enveredar-se pela comunicação digital e, dessa forma, eles se aproximavam ao ciberespaço mundial através do processo de transposição directa de conteúdos do papel para o digital. Até agora existe uma tentativa de alguns jornais que desenham os seus conteúdos pensando no digital aproveitando as potencialidades que estes meios oferecem (JOANGUETE, 2013, p. 156).

O primeiro jornal digital lançado em Moçambique foi o Jornal Notícias, no dia 15 de Abril de 2006. E o objectivo de acordo com o Conselho de Administração da empresa citado por Joanguete (2013, p. 155) era de alargar a audiência e de transpor as fronteiras geográficas. No

início disponibilizava conteúdos transcritos directamente do seu congénere em papel, depois do fecho da edição.

Joanguete (2013, p. 155) explica ainda que dos principais jornais em papel em circulação em Moçambique, em destaque para os jornais: Notícias, Domingo, Savana, Zambeze, Magazine Independente, Canal de Moçambique, Desafio, Diário de Moçambique, Fim-de-semana e O País, apenas 6 produzem versões digitais:

Jornais digitais	Descrição
Jornal <i>Noticias</i> , <a href="http://www.jornalnoticias.co.mz">www.jornalnoticias.co.mz</a>	Criado em 2006, o jornal eletrónico, Notícia online até hoje as notícias se apresentam como cópia fiel da informação do formato papel ). Joanguete (2023, p. 155) acrescenta que este tem fraca qualidade gráfica da página, e não explora as potencialidades do jornalismo digital como a interactividade, recursos da multimédia, hipertextualidade, etc. Porém, destaca-se pela actualização diária dos seus conteúdos.
<i>O País</i> , <a href="http://www.opais.co.mz">www.opais.co.mz</a>	Faz parte de uma <i>holding</i> (Grupo SOICO), e foi criado em 2006. A sua página <i>Web</i> ainda não ganhou autonomia interna em relação aos outros órgãos de comunicação do grupo, pois reproduz os conteúdos noticiosos dos outros meios pertencentes ao grupo como, por exemplo, a rádio SFM, jornal <i>O País</i> e a STV, facto que torna as suas notícias repetitivas mas apresenta notável qualidade gráfica.
<i>Canal de Moçambique</i> , <a href="http://www.canalmoz.co.mz">www.canalmoz.co.mz</a>	Começou por ser um jornal Fax, com página <i>Web</i> , contudo, a sua página <i>Web</i> ainda não ganhou autonomia redactorial relativamente ao seu “progenitor” impresso. Este é o primeiro jornal digital que fornece conteúdos actualizados ao impresso.
<i>Savana On-line</i> , <a href="http://www.savana.co.mz">www.savana.co.mz</a>	Criado em 2017, apresenta apenas notícias breves que podem ser lidas na íntegra no jornal em formato papel. Ele começou com o MediaFax, anterior ao Savana, como o primeiro jornal a inaugurar o formato digital em Moçambique e era enviado primeiramente por fax e depois passou a ser por e-mail.
Jornal @ Verdade <a href="http://www.verdade.co.mz/">http://www.verdade.co.mz/</a>	Este começou por ser um jornal em formato de papel de distribuição gratuita em 2008, mais tarde marcou presença na Internet com conteúdos autónomos.
Diário de Moçambique, <a href="http://www.diariomoz.com">www.diariomoz.com</a>	Fundado na década 60, na cidade da Beira, é um dos jornais mais antigos de Moçambique. E actualmente pertence a Sociedade Comercial de Notícias da Beira.

**Tabela 1: Principais jornais impresso em Moçambique com versoes digitais (JOANGUETE, 2013, p. 156)**

Joanguete (2013, p. 156) sintetiza que a migração de alguns jornais moçambicanos para Internet tem sido feita com muitas dificuldades. A primeira dificuldade está associada ao aspecto técnico de produção, ou seja, a largura da banda e adaptação de textos jornalístico ao novo meio;



segunda está relacionada com os recursos financeiros para arcar com as despesas de manutenção e a terceira tem a ver com a mudança do perfil do jornalista para o novo modelo de jornalismo.

Por um lado, as alternativas de alguns media moçambicanos em marcar a sua presença no ciberespaço são feitas através de *blogs*.

A opção por *blog* é justificada em termos de custo e manutenção reduzida. Por outro, individualmente, as pessoas mais instruídas da sociedade moçambicana foram se apropriando dos espaços de *blogs* para expressarem as suas opiniões, críticas e análises dos factos sociais, políticos ou mesmo para transformá-los em espécie de diário ou de lugar de expressão poética (JOANGUETE, 2013, p. 157).

### **6.3-Interactividade**

A interactividade não é uma característica exclusiva à Internet. Tal como explica Joanguete (s/d) assim como a internet transcende o jornalismo, que tem como forma de expressão a Web, a interactividade também vai além do jornalismo digital, e cola-se nas rotinas de trabalho de todos os jornalistas, independentemente do meio em que trabalhem.

Segundo Rost (2014) *apud* Nishiyama (2015, p. 312) no jornalismo, o conceito de interactividade começou a ser usado na década de 1970, quando se criaram os primeiros serviços de televisão interactiva, teletexto e, sobretudo, videotex. Mas, foi só na década de 1980 que ganhou relevância nos estudos de comunicação e foi definido e, na década de 1990 com a expansão e a popularização do acesso à internet, ganhou impulso.

Assumpção e Amaral (2008, p. 11) também defendem que foi nos anos 90 que o termo interactividade ganhou espaço nos estudos de muitas pesquisas na área das Novas Tecnologias de Informação e Comunicação e passou a ser largamente utilizado. O diferencial da Internet em relação aos outros meios foi ter sido capaz de conciliar duas características até então inconciliáveis: massividade e interactividade.

A configuração tecnológica da rede possibilita a manifestação imediata, por parte do leitor através do mesmo canal utilizado para a difusão da informação, o que não acontece nas mídias tradicionais (MIELNICZUK, p. 2).

Motter e Stoch (2019, p. 9) apontam que, com as tecnologias digitais, os processos de interactividade com os meios de comunicação e os conteúdos jornalísticos se tornam ainda mais complexos, possibilitando ao usuário tomar decisões acerca de como, o que e quando consumir determinado conteúdo.

Segundo Rost *apud* Canavilhas (2014, p. 53) a interactividade é uma das características essenciais da comunicação na Web. Cada vez que se analisa a linguagem da internet, apela-se à ideia da interactividade como um dos seus pilares. E a interactividade é uma das mais propaladas vantagens da Internet permitida pelo novo meio e que, dizem alguns estudiosos, poderá ser o grande trunfo do jornalismo on-line (JOANGUETE, p. 43).

Para Rost (2014, p. 53) citado por Silva (2021, p. 60):

A interatividade é um conceito ponte entre o meio e os leitores/utilizadores, porque permite abordar esse espaço de relação entre ambas as partes e analisar as diferentes instâncias de seleção, intervenção e participação nos conteúdos do meio. Insere-se nessas zonas de contacto entre jornalistas e leitores, que as tecnologias têm alargado e simplificado (ROST, 2014, p. 53).

Canavilhas (2007) citado por Joanguete (2013, p. 262) sistematiza as modalidades de interactividade e participação em quatro categorias:

**Interactividade de transmissão-** é aquela que se realiza de forma unilateral, ou seja, do emissor para o receptor. Nesta dimensão o receptor assume o papel passivo;

**Interactividade conversacional-** é aquela em que o usuário produz e distribui os conteúdos;

**Interactividade de consulta-** é aquela que ocorre quando os conteúdos são produzidos e distribuídos por um meio, enquanto o usuário controla quando e que informação lhe interessa. Ela implica bidirecionalidade e uma participação activa do usuário no processo;

**Interactividade de registo-** Ocorre quando a informação é produzida pelo usuário, mas controlada e processada pelo meio que a devolve em seguida ao usuário sob forma de informação. Esta interactividade ocorre nos sites que implica o registo do usuário para obtenção de um serviço ou conteúdo.

Já, Marco Silva *apud* Assumpção e Amaral (2008, p. 8) apontam que a interactividade está na disposição ou predisposição para mais interacção, para uma hiper-interacção, para bidireccionalidade (fusão emissão-recepção), para participação e intervenção.

Para Rost citado por Canavilhas (2014, p. 55) a interactividade implica uma certa transferência de poder do meio para os seus leitores. Poder este, por um lado, quanto aos caminhos de navegação, recuperação e leitura que podem seguir entre os conteúdos que oferece. E, por outro lado, relativamente às opções para se expressar e/ou se comunicar com outros utilizadores/as.

Na Internet, as possibilidades de interacção dos visitantes/utilizadores, quer entre si quer com os jornalistas, são muito maiores, podendo assumir a forma de, por exemplo, comentários publicados junto às notícias, troca de emails entre utilizadores e jornalistas, fóruns de discussão, salas de comunicação instantânea, inquéritos ou sistemas de votação/avaliação dos conteúdos. Paralelamente, o cibermeio pode permitir que o utilizador participe activamente no processo de construção noticiosa, nomeadamente, através do envio ou publicação de informações, correcções, notícias ou reportagens, em texto, fotografia e/ou vídeo (ZAMITH, 2011, p. 178).

Barbosa (2001) *apud* Sousa e Aroso (2003, p. 179) acrescenta que num jornal digital os leitores podem dar a conhecer aos jornalistas novas perspectivas sobre determinados assuntos, fornecendo-lhes informações e sugerir temas de notícia, e reportagem, o que diversifica as fontes dos jornalistas. Ao mesmo tempo, os cidadãos interessados terão novos meios de participação cívica e podem fazer-se ouvir mais facilmente.

Paiva (2013, p. 64) aponta que últimos tempos, as empresas jornalísticas buscam manter a interacção com os leitores através das redes sociais de internet. A funcionalidade para atrair os leitores ao media pelas redes sociais (Facebook, Twitter, G+, Youtube) tem sido cada vez mais utilizada graças ao grande poder de partilha e de difusão das informações. O Facebook leva sempre a preferência dos leitores por ser a rede social de maior utilização pelos internautas actualmente.

Para Joanguete (p. 45) a interacção entre jornalista e leitor, desde mandar e receber notícias, mandar e receber sugestões, mandar críticas, são factores de grande potencial para o meio de comunicação. E é também uma maneira da redacção ter conhecimento dos impactos que suas notícias fazem ao receptor. Quanto mais amigável a interface de comunicação entre leitor e

redactor, mais interactivo se torna o jornal. Então o leitor passa a querer se comunicar muito mais com a redacção e compreender mais o jornal, fazendo com que a redacção tenha a impressão ou até mesmo, que este leitor venha a se tornar um arquiteitor. E quanto mais rápida for a resposta para um usuário, pode até ser simultânea, mais a redacção estará no caminho da qualidade do diálogo interactivo.

#### **6.4-Tipos de interactividade**

Primo (2009, p. 21) *apud* Reges (p. 44) observa dois grandes grupos de processos interactivos mediados por computador. O primeiro, que chama de interacção reactiva, caracterizada pelas trocas mais automatizadas, processos de simples acção e reacção. Ora, as trocas encontram-se previstas. O segundo tipo, baseado na construção cooperativa da relação, cuja evolução repercute de novos eventos futuros, que chama de interacção mútua.

Já, Rost (2006) *apud* Motter e Stoch (2019, p. 10) aponta dois tipos de interactividade que convém diferenciar: **a interactividade selectiva e a interactividade comunicativa.**

##### **6.4.1-Interactividade selectiva**

Para Rost (2006) *apud* Motter e Stoch (2019, p. 10) **a interactividade selectiva** diz respeito à relação que o leitor estabelece com os conteúdos do meio ou com o sistema informático. Nesse caso, o leitor é basicamente um receptor, que tem à disposição uma diversidade de opções predeterminadas para seleccionar.

Há uma série de elementos que incluem em diferentes medidas: o tipo de estrutura hipertextual que propõe o meio para navegar os conteúdos, o menu de ligações semânticas presente em cada notícia, a utilização de motores de busca, hemerotecas, nuvens de etiquetas, índices (geográficos, onomásticos, temáticos), opções de personalização de cada página (tamanho da fonte, cores, ordenação de temas, etc.), diferentes alterações do desenho e da interface perante acções dos utilizadores, e um diversificado menu de alternativas de distribuição/recepção de conteúdos (envios de conteúdos por correio electrónico, distribuição pelas redes sociais, alertas em dispositivos móveis) ROST (s/d) *apud* CANAVILHAS (2014, p. 57).

Todos estes factores definem em algum grau as possibilidades de recepção interactiva dos conteúdos pelos utilizadores: seja a partir das possibilidades de navegação e recuperação de

conteúdos, seja das alternativas de personalização ou a partir do aspecto visual e estético. O hipertexto – com as suas estruturas e ligações semânticas – é a principal ferramenta para tecer possibilidades interactivas de selecção, embora não a única. *Idem*

#### **6.4.2-Interactividade comunicativa**

Já a segunda modalidade, a **interactividade comunicativa**, Rost (2006) *apud* Motter e Stoch (2019, p. 10), implica nas relações entre indivíduos e coloca o leitor não apenas como um receptor, mas como um produtor de conteúdos. Com esse tipo de interactividade, o leitor pode expressar uma opinião e se comunicar com outras pessoas através dos recursos possibilitados pela internet e pela máquina.

Este tipo de interactividade manifesta-se em opções como: comentários abaixo das notícias, perfis em redes sociais abertas à participação de utilizadores, blogues de cidadãos/as, pesquisas, fóruns, entrevistas a personalidades com perguntas de utilizadores, publicação de endereços de correio electrónico de jornalistas, ranking de notícias, chats, envio de notícias/fotografias/vídeos, sistemas de correcção de notas, entre outros (ROST *apud* CANAVILHAS (2014, p. 58)).

Silva (2021, p. 60) acrescenta que na “interactividade comunicativa” o usuário cria uma linha de diálogo directo com as redacções dos meios de comunicação, de uma maneira muito mais rápida e efectiva com o advento das redes sociais. Anteriormente, essas interacções eram feitas através de cartas, fax ou telefonemas, processos mais burocráticos, que diminuía em muito o fluxo de interactividade com as redacções. Para além disso, hoje em dia, com o advento das redes, é cada vez mais fácil para o leitor interagir directamente com o jornalista/ profissional de comunicação.

Há autores que estabelecem outras diferenças dentro do que aqui Rost chamou de interactividade comunicativa. Suau e Masip (2011) citado por Canavilhas (2014, p. 57) distinguem a “interactividade participativa” da “interactividade produtiva”. Na primeira, a contribuição não implica uma criação genuína por parte do utilizador (por exemplo, comentários abaixo das notícias). Na segunda, o utilizador produz um conteúdo próprio original (por exemplo, envio de uma estória ou material videográfico para a sua publicação).

Rost (2014, p.59) *apud* Nishiyama (2015, p. 178) diferenciando a interactividade selectiva e a comunicativa.

	Interactividade selectiva	Interactividade comunicativa
<b>Interatuentes</b>	A interacção das pessoas com os conteúdos (ou com a máquina ou com o sistema)	Interacção entre pessoas
<b>Em que consiste a interacção</b>	Um indivíduo escolhe uma opção e o sistema responde	Há emissores e receptores que podem trocar de papéis
<b>Papel do leitor</b>	O utilizador é um receptor (interactivo de conteúdos)	O utilizador é também produtor de conteúdos
<b>Previsibilidade das respostas</b>	Número de possibilidades de respostas limitado	Infinitas possibilidades de resposta
<b>Dimensão da interactividade</b>	A participação do leitor não adquire relevância pública: só tem uma dimensão individual	O resultado da participação do utilizador toma uma dimensão pública
<b>Opções interactivas</b>	Ligações hipertextuais, motores de busca, infografias, modalidades de personalização, RSS	Comentários, blogues, fóruns, entrevistas abertas, chats, envio de notas/fotografias/vídeos

**Tabela 2: Diferenças entre interactividade selectiva e interactividade comunicativa (ROST, 2014, p. 59 *apud* Nishuyama, 2015, p. 178)**

## 6.5-Jornal O País digital

O País digital ou electrónico é a versão digital do jornal O País e ambos são pertença do Grupo SOICO, o maior grupo privado de comunicação social em Moçambique, que para além destes, dispõe de televisão, rádio e outras plataformas online, organiza eventos e conferências.

Segundo Joanguete (2013, p. 156) *O País*, sendo parte de uma *holding* (Grupo SOICO), a sua página *Web* ainda não ganhou autonomia interna em relação aos outros órgãos de comunicação do grupo, pois reproduz os conteúdos noticiosos dos outros meios pertencentes ao grupo, facto que torna as suas notícias respectivas, mas apresenta notável qualidade gráfica.

Fundado no ano de 2000, o Grupo SOICO tornou-se uma referência regional no sector dos media através de um jornalismo irreverente, produção de conteúdos multimédia, espectáculos ao vivo e eventos corporate.

Em 2020, com a eclosão da pandemia da COVID-19, que trouxe algumas restrições, o formato digital do jornal O País passou a ser mais explorado uma vez o formato impresso deixou de existir.

Com uma linha editorial inovadora e uma forte aposta na tecnologia, o Grupo SOICO tem desempenhado um papel fundamental em colocar Moçambique entre os países da região com maior abertura em termos de pluralismo e exercício da cidadania. Este jornal é também de publicação diária (disponível em [www.opais.co.mz](http://www.opais.co.mz)).

Em sua página O País disponibiliza editorias como: Política, Economia, Sociedade, Internacional, Desporto, Cultura, e Opinião.

## **6.6-Teoria de base**

Para esta pesquisa será usada a teoria de Zamith (2011, p. 27) segundo a qual “ *a interactividade refere-se à capacidade de interação humana (entre dois ou mais seres humanos) potenciada pela máquina e não apenas da reação do homem ao que outro lhe oferece por intermédio da tecnologia*”. A interactividade no jornalismo digital transforma o jornalista em “líder de um fórum” ou em mediador, deixando de ser simplesmente um professor ou conferencista. E os leitores transformam-se não em consumidores mas em “prosumidores”, uma forma híbrida de produtor e consumidor. *idem*

Assim sendo, para Zamith (2011, p. 29) na Internet, as possibilidades de interacção dos visitantes/utilizadores, quer entre si quer com os jornalistas, são muito maiores, podendo assumir a forma de, por exemplo, comentários publicados junto às notícias, troca de emails entre utilizadores e jornalistas, fóruns de discussão, salas de comunicação instantânea, inquéritos ou sistemas de votação/avaliação dos conteúdos. Paralelamente, o cibermeio pode permitir que o utilizador participe activamente no processo de construção noticiosa, nomeadamente através do envio ou publicação de informações, correcções, notícias ou reportagens, em texto, fotografia e/ou vídeo.

Para o efeito, procurar-se-á olhar quais desses recursos acima citados o Jornal O País digital adopta, a frequência com que são usados e se os mesmos incentivam a participação dos usuários.

## CAPÍTULO III

### 7- Metodologia

Nesta etapa do trabalho procura-se demonstrar os caminhos que serão usados para responder os objectivos do mesmo, sendo assim, importa delimitar o tema em estudo e apresentar os meios, vias ou ainda critérios que nos permitirão responder a pergunta de partida. Deste modo, para a concretização do presente trabalho de pesquisa, obedecemos, à seguinte metodologia:

#### 7.1- Quanto à natureza: qualitativa e quantitativa

Para se atingir ou alcançar o objectivo deste trabalho de pesquisa, recorre-se a pesquisa mista, na medida em que vai se utilizar o método qualitativo e quantitativo.

Segundo Moraes (1999, p. 12), a pesquisa qualitativa é aquela que busca entender um fenómeno específico em profundidade, por meio de descrições, comparações e interpretações.

Bogdan & Biklen (2003) *apud* Oliveira (2011, p. 24) acrescentam que a pesquisa qualitativa supõe o contacto directo e prolongado do pesquisador com o ambiente e a situação que está sendo investigada via de regra, por meio do trabalho intensivo de campo.

Deste modo, a pesquisa qualitativa ao se analisar a interactividade no jornalismo digital moçambicano será privilegiado o contacto directo e prolongado com a situação estudada, os dados em processo serão inspeccionados de baixo para cima, trar-se-á a descrição do cenário em estudo.

Já pesquisa quantitativa que segundo Fonseca (2002, p. 56) é aquela em que os resultados podem ser quantificados, por ser uma pesquisa que recorre a linguagem matemática para descrever as causas de um fenómeno, relações entre variáveis e entre outras aplicações.

Esta será de grande relevância para a nossa pesquisa, na medida em que será útil na exposição numérica dos recursos interactivos do jornalismo digital adoptados pelo órgão em estudo, no período em análise.



## **7.2- Quanto à técnica de colecta de dados da pesquisa:**

Neste campo, a pesquisa classifica-se como electrónica. Segundo Gerhardt e Silveira (2009, p. 69) este tipo de pesquisa é constituída por informações extraídas de endereços electrónicos, disponibilizadas em home-pages e sites, livros, folhetos, manuais, guias, artigos de revistas, artigos de jornais, etc.

E no caso desta pesquisa, serão colectados dados inerentes à interactividade do jornal O País digital.

Mas também esta pesquisa vai recorrer à entrevistasemi-estruturada para a obtenção de mais dados que merecerão junto dos que forem levantados electronicamente.

Segundo Cervo & Bervian (2002) *apud* Oliveira (2011, p. 72), a entrevista é uma das principais técnicas de colectas de dados e pode ser definida uma forma de diálogo assimétrico, em que uma das partes busca obter dados, e a outra se apresenta como fonte de informação.

## **7.3- Quanto a base lógica de investigação**

Vai-se privilegiar o método indutivo, que segundo Marconi & Lakatos (2003, p.89), é um processo mental por intermédio do qual, partindo de dados particulares, suficientemente constatados, infere-se uma verdade geral ou universal, não contida nas partes examinadas. Portanto, o objectivo dos argumentos indutivos é levar a conclusões que é muito mais amplo do que o das premissas nas quais se basearam.

Neste caso, para aplicação do método indutivo, faz-se uma amostra representativa do jornal O País digital no universo dos seis primeiros jornais impressos com versão digital: Canal de Moçambique, Jornal Notícias, Savana on-line, Jornal @ Verdade, Diário de Moçambique, pois o nosso objecto em estudo apresenta-se com maior abertura em termos de pluralismo e exercício da cidadania e apresenta uma notável qualidade gráfica segundo Joanguete (2013, p. 156). Neste caso, faz-se uma representatividade num total de 60 publicações dos meses de Agosto, Setembro, e Outubro de 2022 (extraídos vinte artigos de cada mês; de segunda à sexta-feira) e a partir dos resultados obtidos dessa amostra iremos inferir um resultado universal sobre a imprensa moçambicana.

#### **7.4- Quanto ao Tipo de Amostragem:**

Na pesquisa em análise optamos pela amostragem intencional por conveniência, onde se fez a escolha racional do jornal digital a ser analisado, sendo O País digital.

Na amostragem não-probabilística **intencional ou por julgamento**: os elementos são seleccionados seguindo um critério de julgamento pessoal do pesquisador (MALHOTRA, 2001; MATTAR, 2001; AAKER, KUMAR & DAY 2004, citados por OLIVEIRA, 2011, p. 31).

Escolheu-se o jornal O País digital por ser um dos primeiros jornais digitais a surgirem no país, segundo afirma Joanguete (2013, p. 156), tendo-se, assim, o entendimento de que ele possa estar em altura de ser representativo da classe. Igualmente, este órgão pertence ao Grupo SOICO, que tem desempenhado um papel fundamental em colocar Moçambique entre os países da região com maior abertura em termos de pluralismo e exercício da cidadania. Ademais, escolheu-se O País digital, tendo em conta que este órgão desde o início da pandemia da COVID-19 em Moçambique em 2020 extinguiu a versão impressa, e explora mais o formato digital.

#### **7.5- Quanto ao procedimento: pesquisa bibliográfica**

Segundo Marconi e Lakatos (2003, p. 174) a pesquisa bibliográfica, ou de fontes secundárias, abrange toda bibliografia já tornada pública em relação ao tema de estudo, até meios de comunicação orais: rádio, gravações em fita magnética e audiovisuais: filmes e televisão. Com essa base teórica vai-se fazer uma pesquisa bibliográfica, na qual se poderá obter várias concepções de diversos teóricos que argumentam a respeito da interactividade no jornalismo digital.

#### **7.6- O universo da pesquisa e delimitação da pesquisa (espácio-temporal)**

A pesquisa vai contar com uma amostra total de sessenta (60) publicações e artigos extraídos do Jornal digital O País, onde o principal foco é analisar a interactividade no jornalismo digital moçambicano no que concerne, principalmente ao nosso objecto em estudo.

O período da pesquisa vai ser a partir do mês de Agosto até Outubro de 2022. Outrossim, salientar que durante a pesquisa foram extraídos vinte artigos de cada mês (de segunda à sexta-feira), começando de Agosto, Setembro e Outubro de 2022, respectivamente.

### 7.8- Quanto a técnica de análise de dados:

Para analisar os dados desta pesquisa recorrer-se-á à análise de conteúdo. Segundo Moraes (1999, p. 02), a análise de conteúdo constitui uma metodologia de pesquisa usada para descrever e interpretar o conteúdo de toda classe de documentos e textos. Nesta pesquisa recorre-se à esta técnica para analisar, descrever e interpretar todo o conteúdo a ser levantado neste estudo da interactividade do jornalismo digital em Moçambique. E a análise do objecto de estudo será feita tendo-se como base a grelha de categorias adaptadas por Zamith (2011, p. 90):

<b>INTERACTIVIDADE/PARTICIPAÇÃO</b>	
E-mail/formulário de contacto genérico	0
E-mail/formulário de contacto de alguns jornalistas	0
E-mail/formulário de contacto de todos os jornalistas	0
E-mail de alguns autores dos artigos	0
E-mail de todos os autores dos artigos	0
E-mail de fontes originais	0
Fórum de discussão sem participação de jornalistas	0
Fórum de discussão com participação de jornalistas	0
Sala de comunicação instantânea ( <i>chat</i> ) sem participação de jornalistas	0
Sala de comunicação instantânea ( <i>chat</i> ) com participação de jornalistas	0
Inquérito isolado	0
Inquérito associado a outro elemento	0
Publicação online de cartas ao director	0
Publicação de outros conteúdos dos visitantes	0
Publicação retardada de comentários aos artigos	0
Publicação instantânea de comentários aos artigos	0
Votação nos artigos	0
Votação nos artigos com reflexo na sua visibilidade	0
Blog ou wiki aberto à participação dos visitantes	0
Conteúdo jornalístico multimédia interactivo	0
Total	0

Tabela 3: Grelha de categorias de análise da interactividade no jornalismo digital. Adaptado por Zamith (2011, p.90)

## **8-Categorias de análise**

Com vista a alcançar os objectivos traçados para a realização desta pesquisa, a seguir define e explica-se as categorias de análise que servirão de instrumentos para orientar e controlar cada fase de análise subsequente. A explicação de categorias, em alguns casos, embasa-se em pressupostos teóricos de certos autores, numa perspectiva de conferir alinhamento científico ao exercício.

Para se fazer este estudo foram elaboradas as categorias de análise que se basearam nas categorias desenvolvidas por Zamith (2011) por se entender que melhor podem servir para a execução da pesquisa e permitem melhor compreensão do fenómeno a que se propõe estudar.

### **8.1- PRIMEIRA CATEGORIA: Email como recurso interactivo**

O correio electrónico, ou simplesmente email (abreviatura de electronic mail), é uma ferramenta que permite compor, enviar e receber mensagens, textos, figuras e outros arquivos através da internet. É um modo assíncrono de comunicação, ou seja, independente da presença simultânea do remetente e do destinatário da mensagem, sendo muito prático quando a comunicação precisa ser feita entre pessoas que estejam muito distantes.

Para Levy (1997) a troca de mensagens através do correio electrónico encontra-se entre “as mais importantes e mais funções do ciberespaço<sup>2</sup>”.

Esta categoria permite aferir o uso do email no órgão em estudo enquanto um recurso interactivo do jornalismo digital.

Para esta categoria vai analisar-se:

- **E-mail/formulário de contacto genérico** – Presença de um endereço de e-mail ou formulário de contacto genérico com a direcção ou redacção da noticiosa);
- **E-mail/formulário de contacto de alguns jornalistas** – Presença de lista com pelo menos três endereços de e-mail ou formulários de contacto com directores, editores ou outros jornalistas do Jornal O País digital;
- **E-mail/formulário de contacto de todos os jornalistas** – Presença de lista de endereços de e-mail ou de formulários de contacto com todos os jornalistas do órgão em estudo;

---

<sup>2</sup> [http://www.virtual.ufc.br/cursousa/modulo\\_web2/parada\\_01/para\\_saber\\_mais/diferenca.htm](http://www.virtual.ufc.br/cursousa/modulo_web2/parada_01/para_saber_mais/diferenca.htm)

- **E-mail de alguns autores dos artigos** – Presença junto a pelo menos seis artigos dos mais destacados, no período em análise, endereços de e-mail dos respectivos autores;
- **E-mail de todos os autores dos artigos** – Presença, junto aos sessenta artigos a serem analisados, dos endereços de email dos respectivos autores;
- **E-mail de fontes originais** – Presença de pelo menos seis endereço de e-mail de uma fonte original de um artigo publicado (político, analista, cientista ou assessor de imprensa, por exemplo).

## **8.2- SEGUNDA CATEGORIA: Fórum de discussão como recurso interativo**

Segundo HostMidia o fórum de discussão é uma ferramenta para páginas de internet destinada a promover a interação entre os usuários ou comunidades, reunidos em torno de temas ou assuntos específicos<sup>3</sup>.

Para esta categoria irá se verificar a abertura do Jornal O País digital para criação de fóruns de discussão.

- **Fórum de discussão externo e sem participação de jornalistas** – Presença de pelo menos seis fóruns de discussão aberto à participação de visitantes, mas criado ou alojado externamente (fora da página) e sem a participação de jornalistas do Jornal O País digital;
- **Fórum de discussão interno e/ou com participação de jornalistas** – Presença de pelo menos seis fóruns de discussão aberto à participação de visitantes, criado ou alojado internamente e/ou com a participação de pelo menos um jornalista do órgão em estudo.

## **8.3- TERCEIRA CATEGORIA: disponibilização de sala de comunicação instantânea (chat)**

Sala de comunicação instantânea é uma sala virtual de comunicações em tempo real, disponível online para conversar com os participantes, mesmo que sejam desconhecidos sobre os mais variados assuntos (TOSCANO,2014)<sup>4</sup>.

Para esta categoria irá medir-se a frequência com que foram utilizadas as salas de comunicação instantânea (chat).

<sup>3</sup> <https://www.hostmidia.com.br/blog/foruns-de-discussao-o-que-sao-como-funciona/>

<sup>4</sup> <https://sites.google.com/site/toscanis8/ferramenta-de-comunicao/mensageiro-e-chat>

- **Canal de comunicação instantânea (chat) sem participação de jornalistas** – Presença de pelo menos uma caixa ou página de comunicação instantânea (chat ou instant messaging), mas criada ou alojada na página do O País digital e sem a participação de jornalistas do órgão em estudo dentro do período em análise;
- **Canal de comunicação instantânea (chat) com participação de jornalistas** – Presença de pelo menos uma caixa ou página de comunicação instantânea (chat ou instant messaging), criada ou alojada internamente e/ou com a participação de pelo menos um jornalista do órgão em estudo dentro do período em análise.

#### **8.4- QUARTA CATEGORIA: Uso de inquérito**

- **Inquérito isolado** – Presença de inquérito (que permita apenas um voto – de escolha simples ou múltipla – por computador) separado de qualquer outro elemento do Jornal O País digital;
- **Inquérito associado a outro elemento** – Presença de inquérito (que permita apenas um voto – de escolha simples ou múltipla – por computador) associado a outro elemento jornalístico do O País (artigo ou conteúdo multimédia, por exemplo).

#### **8.5- QUINTA CATEGORIA: Publicação das informações dos visitantes**

Para esta categoria irá verificar-se com que frequência o órgão em estudo faz a publicação das informações enviadas pelos visitantes/usuário.

- **Publicação online de cartas ao director** – Presença de pelo menos três cartas de visitante(s) dirigida ao director/editor do órgão em estudo dentro do período em estudo;
- **Publicação retardada de outros conteúdos dos visitantes** – Presença de pelo menos seis outros conteúdos (que não sejam carta ao director/editor) enviados ou colocados por visitante(s) no Jornal O País digital, independentemente da forma de envio (carta ou e-mail, por exemplo), mas com visualização retardada;
- **Publicação instantânea de outros conteúdos dos visitantes** – Presença de pelo menos um outro conteúdo (que não seja carta ao director/editor) enviado ou colocado por visitante(s) no jornal O País digital, independentemente da forma de envio (carta ou e-

mail, por exemplo) e do local de colocação (blog, wiki ou canal de jornalismo participativo, por exemplo), com visualização instantânea;

- **Publicação retardada de comentários aos artigos** – Possibilidade de comentar artigos, mas com visualização do comentário retardada;
- **Publicação instantânea de comentários aos artigos** – Possibilidade de comentar artigos, com visualização instantânea do comentário na página O País.

#### **8.6- SEXTA CATEGORIA: Votação nos artigos**

Nesta categoria iremos analisar se o órgão em estudo adota a ferramenta de votação de artigos na sua página.

- **Votação nos artigos** – Possibilidade de votar nos artigos, mas sem reflexo no espaço ou tempo de exposição/visualização na página O País;
- **Votação nos artigos com reflexo na sua visibilidade** – Possibilidade de votar nos artigos, com reflexo no espaço ou tempo de exposição/visualização desse artigo na página O País (lista de mais votados, por exemplo).

#### **8.7- SÉTIMA CATEGORIA: Blog ou wiki aberto à participação dos visitantes**

Segundo a Spot the Difference o wiki é um site colaborativo, que pode ser editado, actualizado e excluído por seus usuários relevantes. E blog é um site interativo, que fornecem a conversa entre os usuários da web e os gerenciadores de conteúdo<sup>5</sup>. Para esta categoria iremos verificar se o órgão em estudo tem um Blog ou wiki aberto à participação dos visitantes.

#### **8.8- OITAVA CATEGORIA: Conteúdo jornalístico multimédia interativo**

Nesta categoria iremos verificar que recursos o Jornal O País digital possui como conteúdos jornalísticos multimédia interativo acompanhados ao texto: vídeos, fotografias, áudios, hiperlinks. Para esta categoria iremos avaliar sessenta (60) edições e sessenta artigos (vinte artigos por cada mês, um artigo por dia, de segunda à sexta-feira).

---

<sup>5</sup> <https://pt.spot-the-difference.info/difference-between-wiki>

## CAPÍTULO IV

### 9- Apresentação, análise e interpretação dos dados

A análise de dados é uma das fases mais importantes da pesquisa, pois, a partir dela, é que serão apresentados os resultados e a conclusão da pesquisa, conclusão essa que poderá ser final ou apenas parcial, deixando margem para pesquisas posteriores (MARCONI e LAKATOS, 1996, p. 167).

Este capítulo apresenta e discute teoricamente os resultados obtidos da pesquisa. E a análise qualitativa apoia-se não somente na teoria base que sustém a pesquisa, no caso a teoria de Zamith, como também sempre que necessário, recorre-se a vasta literatura dos autores para através da visão destes ajudar na interpretação dos resultados obtidos em cada categoria de análise.

#### 9.1-PRIMEIRA CATEGORIA: Email como recurso interactivo

Tabela 4: Email como recurso interactivo

Datas das edições	Contacto genérico	Contacto de alguns jornalistas	Contacto de todos os jornalistas	Alguns autores dos artigos	Todos os autores dos artigos	Fontes Originais
01/08/2022	Contém	N/Contém	N/Contém	N/Contém	N/Contém	N/Contém
02/08/2022	Contém	N/Contém	N/Contém	N/Contém	N/Contém	N/Contém
03/08/2022	Contém	N/Contém	N/Contém	N/Contém	N/Contém	N/Contém
04/08/2022	Contém	N/Contém	N/Contém	N/Contém	N/Contém	N/Contém
05/08/2022	Contém	N/Contém	N/Contém	N/Contém	N/Contém	N/Contém
08/08/2022	Contém	N/Contém	N/Contém	N/Contém	N/Contém	N/Contém
09/08/2022	Contém	N/Contém	N/Contém	N/Contém	N/Contém	N/Contém
10/08/2022	Contém	N/Contém	N/Contém	N/Contém	N/Contém	N/Contém
11/08/2022	Contém	N/Contém	N/Contém	N/Contém	N/Contém	N/Contém
12/08/2022	Contém	N/Contém	N/Contém	N/Contém	N/Contém	N/Contém
15/08/2022	Contém	N/Contém	N/Contém	N/Contém	N/Contém	N/Contém
16/08/2022	Contém	N/Contém	N/Contém	N/Contém	N/Contém	N/Contém
17/08/2022	Contém	N/Contém	N/Contém	N/Contém	N/Contém	N/Contém
18/08/2022	Contém	N/Contém	N/Contém	N/Contém	N/Contém	N/Contém
19/08/2022	Contém	N/Contém	N/Contém	N/Contém	N/Contém	N/Contém





13/10/2022	Contém	N/Contém	N/Contém	N/Contém	N/Contém	N/Contém
14/10/2022	Contém	N/Contém	N/Contém	N/Contém	N/Contém	N/Contém
17/10/2022	Contém	N/Contém	N/Contém	N/Contém	N/Contém	N/Contém
18/10/2022	Contém	N/Contém	N/Contém	N/Contém	N/Contém	N/Contém
19/10/2022	Contém	N/Contém	N/Contém	N/Contém	N/Contém	N/Contém
20/10/2022	Contém	N/Contém	N/Contém	N/Contém	N/Contém	N/Contém
21/10/2022	Contém	N/Contém	N/Contém	N/Contém	N/Contém	N/Contém
24/10/2022	Contém	N/Contém	N/Contém	N/Contém	N/Contém	N/Contém
25/10/2022	Contém	N/Contém	N/Contém	N/Contém	N/Contém	N/Contém
26/10/2022	Contém	N/Contém	N/Contém	N/Contém	N/Contém	N/Contém
27/10/2022	Contém	N/Contém	N/Contém	N/Contém	N/Contém	N/Contém
28/10/2022	Contém	N/Contém	N/Contém	N/Contém	N/Contém	N/Contém

A partir da Tabela 1, que faz a compilação da primeira categoria de análise (**Email como recurso interactivo**) que contem seis (6) variáveis: **e-mail/formulário de contacto genérico; email/formulário de contacto de alguns jornalistas; e-mail/formulário de contacto de todos os jornalistas; e-mail de alguns autores dos artigos; e-mail de todos os autores dos artigos; e-mail de fontes originais** pode-se depreender que das 60 edições analisadas entre os meses de Agosto, Setembro e Outubro publicadas pelo Jorna O País digital apenas houve observância da primeira variável (**email/formulário de contacto genérico**), tal como se explica detalhadamente abaixo:

Quanto a primeira variável (e-mail/formulário de contacto genérico), O País digital possui um email organizacional através do qual o leitor pode se dirigir em caso de necessidade, tal como afirmou a Gestora do Jornal O País digital, Cleidy Tarmamade. O mesmo é possível encontra-lo no fim da página oficial [opais@soico.co.mz](mailto:opais@soico.co.mz).

Igualmente, o Jornal O País digital dispõe de um contacto genérico para o leitor, que para além de outros fins como comerciais, está à disposição do público para casos de dúvidas ou mesmo observações, como refere Tarmamade: +258 21 313517/8 é o contacto.



Figura 1: Email/formulário de contacto genérico do jornal O País digital. Fonte: O País digital

Quanto a segunda e terceira variável (**e-mail/formulário de contacto de alguns jornalistas e e-mail/formulário de contacto de todos os jornalistas**) não verificou-se a presença de uma lista com pelo menos três endereços de e-mail ou formulários de contacto com directores, editores ou outros jornalistas do Jornal O País digital. Ao clicar na opção de ficha técnica na parte de baixo da página O País é possível apenas encontrar os nomes dos que ocupam os cargos directivos, entretanto, não é acompanhado de contactos ou email, tal como pode observar-se na imagem abaixo:

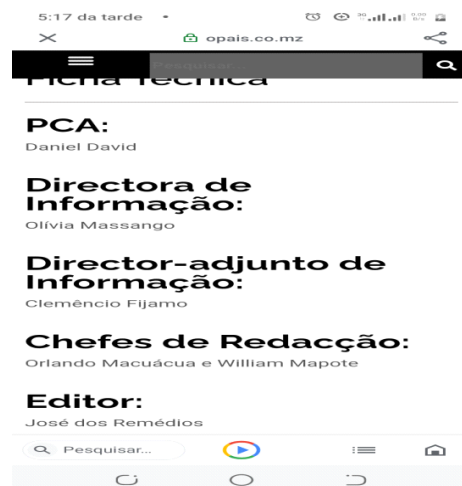


Figura 2: Ficha técnica do Jornal O País digital. Fonte: O País digital

No tange a quarta e quinta variável (**e-mail de alguns autores dos artigos e e-mail de todos os autores dos artigos**) não verificou-se presença de e-mail dos respectivos autores, junto a pelo menos seis artigos dos mais destacados, muito menos junto aos sessenta artigos analisados no período em análise, e a entrevistada confirmou a não existência. O que pode encontrar-se no Jornal O País digital é o nome do autor de cada texto e ao clicar no nome verifica-se todas matérias redigidas pelo autor, tal como observa-se nas ilustrações abaixo:

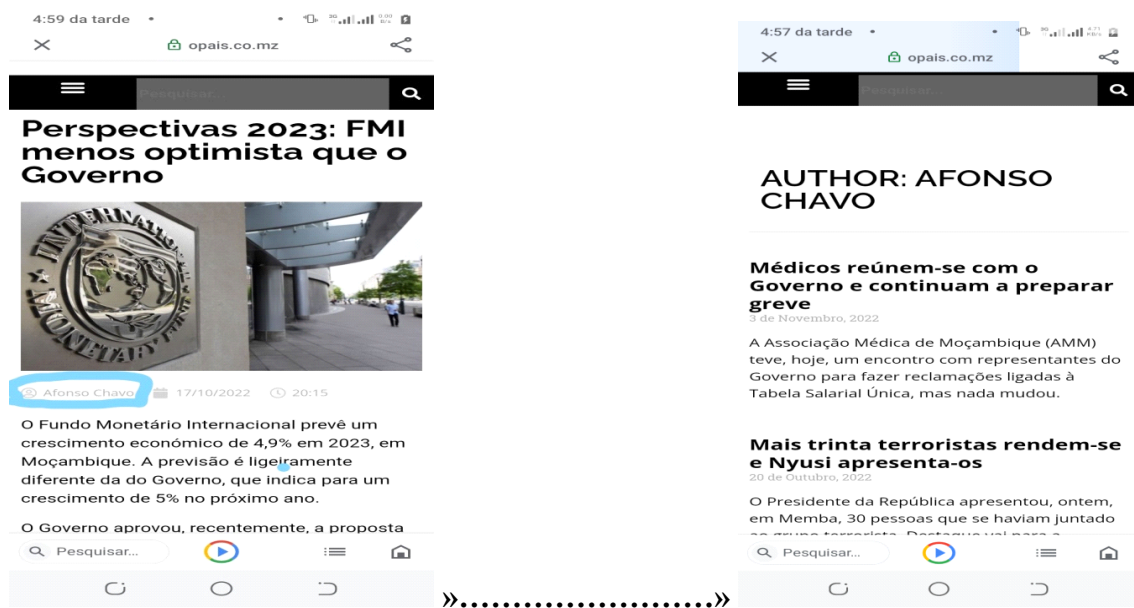


Figure 3: Sequência para verificação do autor dos artigos. Fonte: jornal O País digital

No que diz respeito a sexta variável (**e-mail de fontes originais**) não foi possível identificar nos 60 artigos abertos algum deles que trouxesse consigo, para além da assinatura do jornalista, algum email ou contacto de alguma fonte original da matéria veiculada seja político, analista, cientista ou assessor de imprensa, etc. E quando questionada em entrevista, Marinela respondeu que este não constitui um dos mecanismos de interactividade actualmente em uso no jornal.

Para esta categoria pode concluir-se que das seis (6) variáveis propostas por Zamith (2011) quanto ao uso do email como recurso interactivo, apenas uma está em uso. Ademais, o órgão em estudo não usa email como recurso para mais interacção entre os autores dos artigos e os usuários singularmente, uma vez que só disponibiliza o email e contacto genérico organizacional.

## **9.2- SEGUNDA CATEGORIA: Fórum de discussão como recurso interactivo**

Segundo Zamith (2011) a abertura dos mídias digitais para a criação de fóruns de discussão possibilita mais interação dos visitantes/utilizadores, quer entre si quer com os próprios jornalistas. A HostMídia acrescenta que o fórum de discussão é uma ferramenta que promove a interação entre os usuários ou comunidades, reunidos em torno de temas ou assuntos específicos<sup>6</sup>.

Sendo o Jornal O País digital uma página de conteúdos para o público deveria incluir os fóruns de discussão como recursos interactivos como forma de garantir e /ou motivar debate sobre os assuntos publicados.

Entretanto, durante o período em análise não foi possível verificar algum fórum de discussão seja ele interno ou externo, com e sem participação de jornalistas, e que estivesse aberto a participação dos visitantes. E o não uso deste mecanismo naquele órgão digital foi confirmado pela Cleidy Tarmamade na entrevista com ela realizada, alegadamente porque a actual configuração da plataforma não permite.

## **9.3- TERCEIRA CATEGORIA: disponibilização de sala de comunicação instantânea (chat)**

Segundo Joanguete (2013, p. 256) o uso de chats é útil para ajudar a empresa de comunicação a melhorar os seus conteúdos e estabelecer plano de desenvolvimento de conteúdos orientados para a qualidade de notícias, tornando os critérios noticiosos menos subjectivos.

Entretanto, da observação feita às sessenta (60) publicações e sessenta artigos no Jornal O País digital não foi possível encontrar também alguma sala de comunicação instantânea (chat) aberta a participação dos visitantes, independentemente de ser ou não com a participação de jornalistas do órgão em estudo. E Cleidy Tarmamade confirmou também em entrevista que este não é um meio em uso para a interactividade na página.

Quanto a frequência de uso dos chats na página O País, que constitui um dos objectivos do estudo conclui-se que ela não existe.

---

<sup>6</sup> <https://www.hostmidia.com.br/blog/foruns-de-discussao-o-que-sao-como-funciona/>

#### 9.4- QUARTA CATEGORIA: Uso de inquérito

Segundo Joanguete (2013, p. 256) os questionários online, são o manancial perfeito para aferição da qualidade de notícia do jornal digital. Contudo, igualmente às últimas duas categorias, em verificação, não foi possível encontrar algum inquérito que tenha sido usado tanto de forma isolada ou associado a um outro elemento jornalístico do Jornal O País digital seja (artigo ou conteúdo multimédia, por exemplo), como forma de incrementar a interactividade na página.

E Tarmamade confirmou em entrevista o não uso também deste recurso, devido a actual configuração da plataforma que não permite.

#### 9.5- QUINTA CATEGORIA: Publicação das informações dos visitantes

Tabela 5: Publicação das informações dos visitantes

Datas das edições	Publicação online de cartas ao director	Publicação retardada de outros conteúdos dos visitantes	Publicação instantânea de outros conteúdos dos visitantes	Publicação retardada de comentários aos artigos	Publicação instantânea de comentários aos artigos
01/08/2022	N/Contém	N/Contém	N/Contém	N/Contém	N/Contém
02/08/2022	N/Contém	N/Contém	N/Contém	N/Contém	N/Contém
03/08/2022	N/Contém	N/Contém	N/Contém	N/Contém	N/Contém
04/08/2022	N/Contém	N/Contém	N/Contém	N/Contém	N/Contém
05/08/2022	N/Contém	<b>Contém ( Marcelo Panguana)</b>	N/Contém	N/Contém	N/Contém
08/08/2022	N/Contém	N/Contém	N/Contém	N/Contém	N/Contém
09/08/2022	N/Contém	N/Contém	N/Contém	N/Contém	N/Contém
10/08/2022	N/Contém	N/Contém	N/Contém	N/Contém	N/Contém
11/08/2022	N/Contém	N/Contém	N/Contém	N/Contém	N/Contém
12/08/2022	N/Contém	N/Contém	N/Contém	N/Contém	N/Contém
15/08/2022	N/Contém	N/Contém	N/Contém	N/Contém	N/Contém
16/08/2022	N/Contém	N/Contém	N/Contém	N/Contém	N/Contém
17/08/2022	N/Contém	N/Contém	N/Contém	N/Contém	N/Contém
18/08/2022	N/Contém	N/Contém	N/Contém	N/Contém	N/Contém
19/08/2022	N/Contém	N/Contém	N/Contém	N/Contém	N/Contém

22/08/2022	N/Contém	N/Contém	N/Contém	N/Contém	N/Contém
23/08/2022	N/Contém	N/Contém	N/Contém	N/Contém	N/Contém
24/08/2022	N/Contém	N/Contém	N/Contém	N/Contém	N/Contém
25/08/2022	N/Contém	N/Contém	N/Contém	N/Contém	N/Contém
26/08/2022	N/Contém	N/Contém	N/Contém	N/Contém	N/Contém
Setembro					
01/09/2022	N/Contém	N/Contém	N/Contém	N/Contém	N/Contém
02/09/2022	N/Contém	N/Contém	N/Contém	N/Contém	N/Contém
05/09/2022	N/Contém	N/Contém	N/Contém	N/Contém	N/Contém
06/09/2022	N/Contém	N/Contém	N/Contém	N/Contém	N/Contém
07/09/2022	N/Contém	N/Contém	N/Contém	N/Contém	N/Contém
08/09/2022	N/Contém	N/Contém	N/Contém	N/Contém	N/Contém
09/09/2022	N/Contém	N/Contém	N/Contém	N/Contém	N/Contém
12/09/2022	N/Contém	N/Contém	N/Contém	N/Contém	N/Contém
13/09/2022	N/Contém	N/Contém	N/Contém	N/Contém	N/Contém
14/09/2022	N/Contém	N/Contém	N/Contém	N/Contém	N/Contém
15/09/2022	N/Contém	N/Contém	N/Contém	N/Contém	N/Contém
16/09/2022	N/Contém	N/Contém	N/Contém	N/Contém	N/Contém
19/09/2022	N/Contém	N/Contém	N/Contém	N/Contém	N/Contém
20/09/2022	N/Contém	N/Contém	N/Contém	N/Contém	N/Contém
21/09/2022	N/Contém	N/Contém	N/Contém	N/Contém	N/Contém
22/09/2022	N/Contém	N/Contém	N/Contém	N/Contém	N/Contém
23/09/2022	N/Contém	N/Contém	N/Contém	N/Contém	N/Contém
26/09/2022	N/Contém	N/Contém	N/Contém	N/Contém	N/Contém
27/09/2022	N/Contém	N/Contém	N/Contém	N/Contém	N/Contém
28/09/2022	N/Contém	<b>Contém ( de Jorge Ferrão)</b>	N/Contém	N/Contém	N/Contém
Outubro					
03/10/2022	N/Contém	N/Contém	N/Contém	N/Contém	N/Contém
04/10/2022	N/Contém	N/Contém	N/Contém	N/Contém	N/Contém
05/10/2022	N/Contém	N/Contém	N/Contém	N/Contém	N/Contém
06/10/2022	N/Contém	N/Contém	N/Contém	N/Contém	N/Contém
07/10/2022	N/Contém	N/Contém	N/Contém	N/Contém	N/Contém
10/10/2022	N/Contém	N/Contém	N/Contém	N/Contém	N/Contém
11/10/2022	N/Contém	N/Contém	N/Contém	N/Contém	N/Contém

12/10/2022	N/Contém	N/Contém	N/Contém	N/Contém	N/Contém
13/10/2022	N/Contém	N/Contém	N/Contém	N/Contém	N/Contém
14/10/2022	N/Contém	N/Contém	N/Contém	N/Contém	N/Contém
17/10/2022	N/Contém	N/Contém	N/Contém	N/Contém	N/Contém
18/10/2022	N/Contém	N/Contém	N/Contém	N/Contém	N/Contém
19/10/2022	N/Contém	N/Contém	N/Contém	N/Contém	N/Contém
20/10/2022	N/Contém	N/Contém	N/Contém	N/Contém	N/Contém
21/10/2022	N/Contém	N/Contém	N/Contém	N/Contém	N/Contém
24/10/2022	N/Contém	N/Contém	N/Contém	N/Contém	N/Contém
25/10/2022	N/Contém	N/Contém	N/Contém	N/Contém	N/Contém
26/10/2022	N/Contém	N/Contém	N/Contém	N/Contém	N/Contém
27/10/2022	N/Contém	N/Contém	N/Contém	N/Contém	N/Contém
28/10/2022	N/Contém	N/Contém	N/Contém	N/Contém	N/Contém

A partir da Tabela 2, que faz a compilação da quinta categoria de análise (**publicação das informações dos visitantes**) que contem cinco (5) variáveis: **publicação online de cartas ao director; publicação retardada de outros conteúdos dos visitantes; publicação retardada de outros conteúdos dos visitantes; publicação retardada de outros conteúdos dos visitantes; e publicação instantânea de outros conteúdos dos visitantes**, nenhuma delas foi observada de acordo com as balizas desenhadas para tal.

Quanto a primeira variável em que pretendia verificar-se a presença de pelo menos três cartas de visitante(s) dirigida ao director/editor do órgão em estudo dentro do período em estudo, não observou-se sequer uma carta. E Cleidy confirmou, e acrescentou que sempre que se justifica há editorias, normalmente é aquando dos aniversários do jornal.

No que diz respeito a **publicação retardada de outros conteúdos dos visitantes** também não verificou-se a presença de pelo menos seis outros conteúdos (que não sejam carta ao director/editor) enviados ou colocados por visitante (s) na página do O País, independentemente da forma de envio (carta ou e-mail, por exemplo), mas com visualização retardada. Segundo a gestora do Jornal O País digital os únicos conteúdos que o órgão abre espaço para receber apenas artigos de opinião dos visitantes, sendo que a sua publicação depende da análise feita pela equipe e se os mesmos corresponderem aos critérios de selecção.

Sendo o Jornal O País digital um órgão que disponibiliza editorias como: Política, Economia, Sociedade, Internacional, Desporto, Cultura, e Opinião, questiona-se o porquê da abertura deste



órgão apenas para a publicação de conteúdos dos visitantes na sessão de opinião, entretanto a entrevistada não responde a esta questão.

Um outro aspecto encontrado da observação feita, é que no total de catorze (14) artigos de opinião publicados no período de três meses (Agosto, Setembro e Outubro) apenas dois foram dos visitantes, sendo um de autoria de Marcelo Panguana (publicado à 05 de Agosto) e outro de Jorge Ferrão (publicado à 28 de Setembro) o que não corresponde nem a metade do universo de pelo menos seis (6) conteúdos de visitantes que esperava-se encontrar na página O País durante o período de análise. Abaixo encontram-se os únicos conteúdos de visitantes que tiveram publicação retardada:



Figura 4: Únicos conteúdos de visitantes com publicação retardada. Fonte O País digital

No que tange a terceira variável (**publicação instantânea de outros conteúdos dos visitantes**) não verificou-se a presença de pelo menos um outro conteúdo (que não seja carta ao director/editor) enviado ou colocado por visitante (s) na página O País, independentemente da forma de envio (carta ou e-mail, por exemplo) e do local de colocação (blog, wiki ou canal de jornalismo participativo, por exemplo), com visualização instantânea, isso porque o órgão não disponibiliza um espaço para o efeito e os conteúdos dos visitantes enviados ao órgão passam primeiro de uma selecção e análise para posterior publicação, e a gestão de conteúdos é feita pela equipe do jornal, tal como afirmou Tarmamade.

Quanto a quarta e quinta variável (**publicação retardada de comentários aos artigos e publicação instantânea de comentários aos artigos**) Zamith (2011, p.92) refere os comentários possibilitam a interacção dos visitantes/utilizadores, quer entre si quer com os jornalistas. Molotch e Lester 1974 apud Paiva (2013, p. 13) acrescentam que a produção noticiosa reconhece o poder do jornalismo, não apenas na projecção social de tópicos, mas também na sua capacidade para enquadrar esses tópicos como recursos para discussão pública.

Ademais, quanto a inclusão do espaço para comentário nas páginas jornalísticas, Joanguete (2013, p. 256) defende ser útil para ajudar a empresa de comunicação a melhorar os seus conteúdos e estabelecer plano de desenvolvimento de conteúdos orientados para a qualidade de notícias, tornando os critérios noticiosos menos subjectivos. Entretanto, do estudo feito constatou-se que não há possibilidade de comentar artigos no Jornal O País digital, seja com visualização do comentário instantânea ou retardada, tal como confirmou a gestora, alegando que o actual desenho do site não permite.

#### **9.6- SEXTA CATEGORIA: Votação nos artigos**

De acordo com Joanguete (2013, p. 256) a votação ou “like” ou o gosto feito na página do jornal, a avaliação feita a cada peça de notícia, é um manancial perfeito para aferição da qualidade de notícia do jornal digital. Contudo, igualmente, nas sessenta edições e sessenta artigos não foi possível constatar alguma votação num dos artigos, independentemente de se reflectir ou não na sua visibilidade.

O não uso destas ferramentas foi confirmado pela entrevistada e avançou que isso deve-se ao desempenho actual da página.

#### **9.7- SÉTIMA CATEGORIA: Blog ou wiki aberto à participação dos visitantes**

À semelhança às salas de comunicação instantânea (chats) e outros elementos, no Jornal O País digital não foi possível verificar algum blog ou wiki que tenha sido aberto ou à participação dos visitantes.

E o não uso destes elementos interactivos no jornal foi confirmado pela entrevistada.

## 9.8- OITAVA CATEGORIA: Conteúdo jornalístico multimédia interactivo

Quanto a última categoria verificou-se que no Jornal O País digital os únicos conteúdos jornalísticos multimédia interactivo acompanhados ao texto que faz-se uso são fotografias (o que não se diferencia do seu original impresso), e hiperlinks (faz-se uso em todas matérias, e denominam “tags”, em que ao clicar leva-lhe a outros conteúdos já publicados na página relacionados as palavras hiperlinkadas). A seguir algumas ilustrações de uso de fotografia acompanhada ao texto e também de hiperlinks:

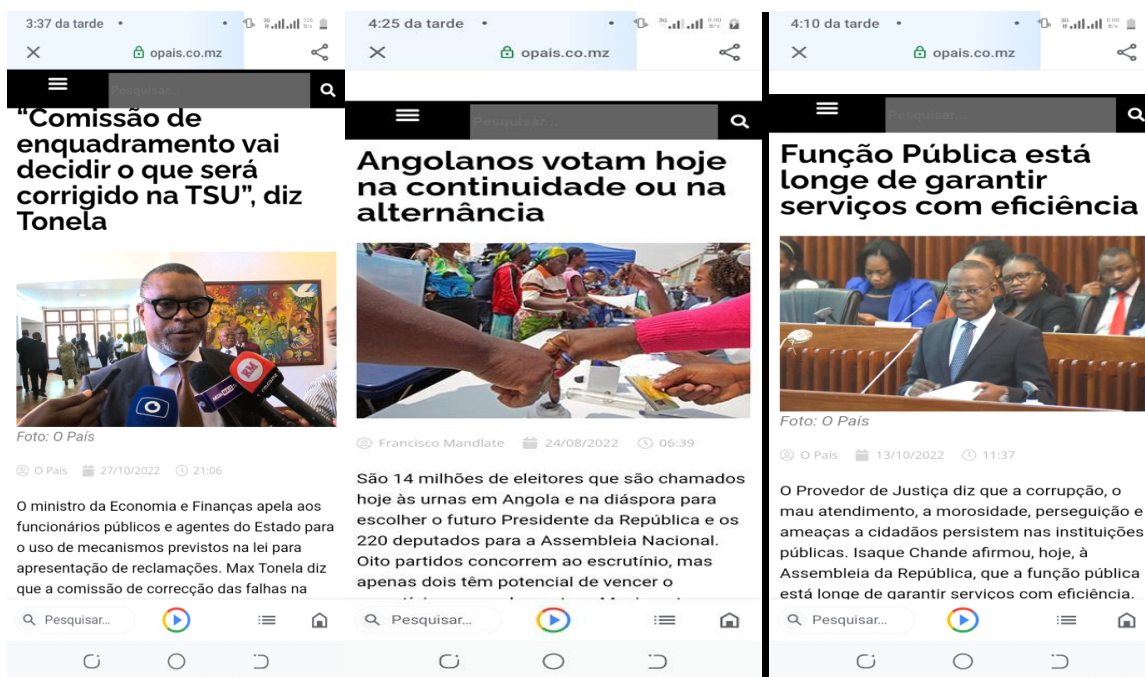


Figura 5: Exemplos de uso de fotografia acompanhada ao texto. Fonte: O País digital

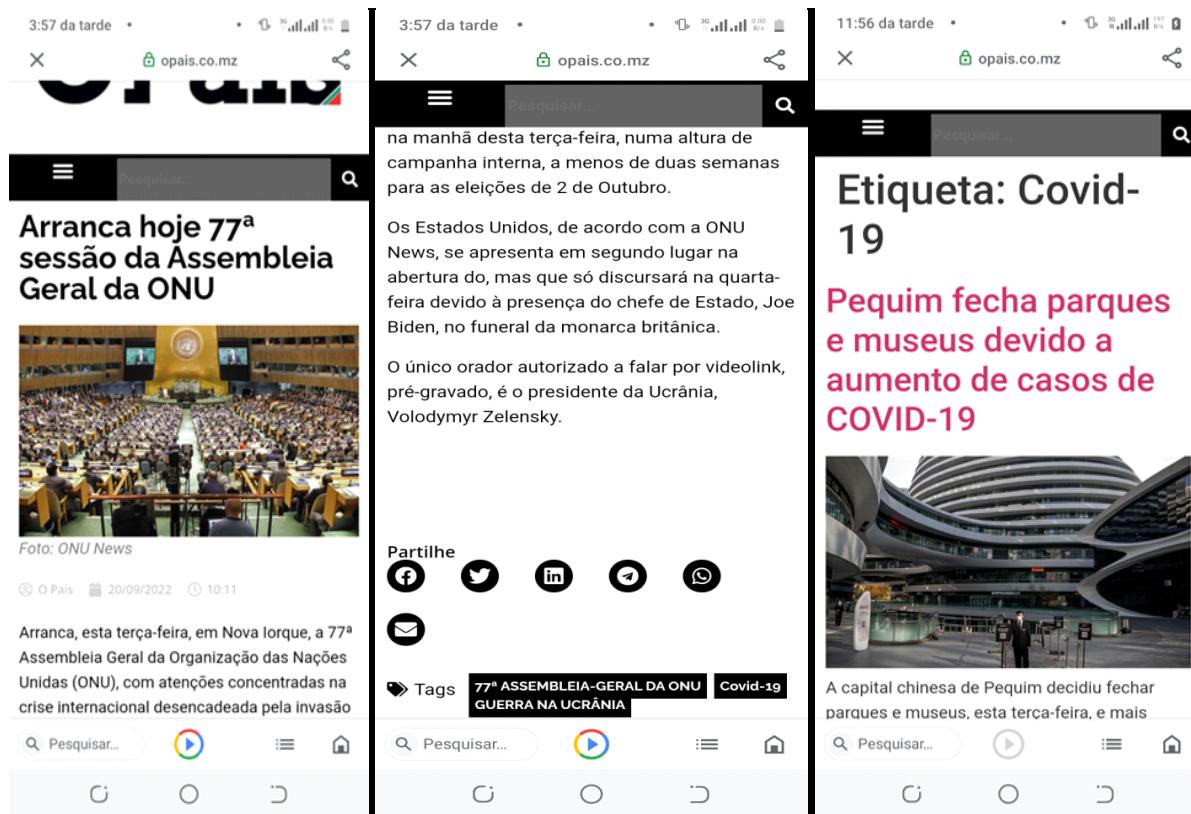


Figura 6: Sequência de hiperligação. Fonte: O País digital

Quanto aos vídeos é possível encontrar numa janela dedicada aos vídeos e transmissões em directo de eventos tais como julgamento do caso das dívidas ocultas, tal como referenciou Cleidy Tarmamade, entretanto nenhum destes vídeos estão associados à um dos sessenta textos publicados no período em análise.



**Figura 7: Parte reservada aos vídeos. Fonte: O País digital**

No que diz respeito aos áudios, não foi possível encontrar das sessenta publicações e sessenta artigos algum texto que estivesse associado a um áudio.

Abaixo encontra-se o resumo da análise da interactividade no Jornal O País digital.

**Tabela 6: Resumo da análise da interactividade:**

<b>INTERACTIVIDADE/PARTICIPAÇÃO</b>	
E-mail/formulário de contacto genérico	Sim
E-mail/formulário de contacto de alguns jornalistas	Não
E-mail/formulário de contacto de todos os jornalistas	Não
E-mail de alguns autores dos artigos	Não
E-mail de todos os autores dos artigos	Não
E-mail de fontes originais	Não
Fórum de discussão sem participação de jornalistas	Não
Fórum de discussão com participação de jornalistas	Não
Sala de comunicação instantânea ( <i>chat</i> ) sem participação de jornalistas	Não
Sala de comunicação instantânea ( <i>chat</i> ) com participação de jornalistas	Não
Inquérito isolado	Não
Inquérito associado a outro elemento	Não
Publicação online de cartas ao director	Não
Publicação de outros conteúdos dos visitantes	Sim
Publicação retardada de comentários aos artigos	Não
Publicação instantânea de comentários aos artigos	Não
Votação nos artigos	Não
Votação nos artigos com reflexo na sua visibilidade	Não
Blog ou wiki aberto à participação dos visitantes	Não
Conteúdo jornalístico multimédia interactivo	Sim
<b>Total</b>	<b>3</b>

**Fonte:** Adaptado por Zamith (2011)

## CAPÍTULO V

### 10- Considerações finais

Este trabalho procurou reflectir sobre a interactividade, no quadro do jornalismo dº8igital, tomando como objecto de análise o jornal digital O País, no período de Agosto a Outubro de 2022. Para o efeito, elaborou-se a seguinte pergunta de partida: *Até que ponto o jornal digital moçambicano O País respeita a interactividade, enquanto uma característica do jornalismo digital?*

Para responder a esta questão, o trabalho formulou duas hipóteses, nomeadamente: (i) o jornal O País digital tem uma baixa aplicação da interactividade, porque não inclui o usuário na produção dos conteúdos, (ii) o jornal O País digital tem uma alta aplicação da interactividade, pois abre-se espaço para fóruns de discussão, chats, e votação nos artigos.

Dos resultados obtidos através da confrontação feita entre o manancial teórico seleccionado e a amostra recolhida e analisada, emergem as seguintes notas conclusivas:

Foi respondida a pergunta de partida, na medida em que se verificou que O País Digital respeita a interatividade, mas não enquanto característica essencial do jornalismo digital, uma vez que das 20 variáveis da grelha de Zamith (2011) apenas três estão em uso que corresponde a 15%, e as 17 restantes, que equivalem a 85 % não estão em activo/jornalismo digital moçambicano ainda explora pouco os mecanismos/ferramentas da interactividade enquanto característica primordial do jornalismo da digital. Com base nisto, alcançamos o nosso objectivo geral de analisar a interactividade no jornalismo digital no jornal O País digital.

Em relação a primeira categoria analisada (**email como recurso interactivo**), chegou-se a conclusão que das seis variáveis definidas para a mesma, o órgão em estudo apenas faz o uso do e-mail/formulário de contacto genérico; e as outras cinco (5) variáveis: e-mail/formulário de contacto de alguns jornalistas; e-mail/formulário de contacto de todos os jornalistas; e-mail de alguns autores dos artigos; e-mail de todos os autores dos artigos; e e-mail de fontes originais não são observadas. Das opções não usadas quando se analisa o email como recurso interactivo depreende-se que o jornal O País digital ainda limita-se para mais interacção entre os usuários e os autores dos conteúdos e também com as fontes originais.

No que diz respeito a segunda categoria (**fórum de discussão como recurso interactivo**), durante o período em análise não constatou-se o uso de algum fórum de discussão seja ele

interno ou externo, com e sem participação de jornalistas, e que estivesse aberto à participação dos visitantes, e na entrevista confirmou-se o não uso desta ferramenta para garantir e /ou motivar debate sobre os assuntos publicados.

Relativamente a terceira categoria (**disponibilização de sala de comunicação instantânea (chat)**), da observação feita ao O País digital não foi possível encontrar também alguma sala de comunicação instantânea (chat) aberta a participação dos visitantes, independentemente de ser ou não com a participação de jornalistas do órgão em estudo. E Cleidy Tarmamade confirmou também em entrevista que este não é um meio em uso para a interactividade na página. Quanto a frequência de uso dos chats no jornal O País digital, que constitui um dos objectivos do estudo conclui-se que ela não existe.

Igualmente, às últimas duas categorias, na quarta (**uso de inquérito**) conclui-se, o não uso esta ferramenta para tanto de forma isolada ou associado a um outro elemento jornalístico do jornal O País digital seja (artigo ou conteúdo multimédia, por exemplo), como forma de incrementar a interactividade na página.

No que tange a quinta categoria de análise (**publicação das informações dos visitantes**) que contém cinco (5) variáveis: publicação online de cartas ao director; publicação retardada de outros conteúdos dos visitantes; publicação retardada de outros conteúdos dos visitantes; publicação retardada de outros conteúdos dos visitantes; e publicação instantânea de outros conteúdos dos visitantes, nenhuma delas foi observada de acordo com as balizas desenhadas para o estudo.

Para a sexta categoria (**votação nos artigos**), das sessenta edições e sessenta artigos verificados conclui-se que esta ferramenta não é usada, independentemente de se reflectir ou não na visibilidade dos artigos.

Quanto a sétima categoria (**blog ou wiki aberto à participação dos visitantes**) à semelhança às salas de comunicação instantânea (chats) e outros elementos, também consta-se que no jornal O País digital não utiliza-se de algum blog ou wiki aberto ou à participação dos visitantes.

Por fim, da oitava categoria (**conteúdo jornalístico multimédia interactivo**) conclui-se que os únicos conteúdos jornalísticos multimédia interactivo acompanhados ao texto que faz-se uso na regularmente são fotografias e hiperlinks. Já os vídeos apesar de estarem disponíveis na página não encontram-se associados aos textos. E os áudios não fazem parte de conteúdos usados.



### **Quanto aos objectivos específicos:**

O **primeiro** objectivo foi alcançado pois identificamos que os recursos interactivos do jornalismo digital adoptados são: E-mail/formulário de contacto genérico, Publicação de outros conteúdos dos visitantes, e Conteúdo jornalístico multimédia interativo.

A **segunda** meta foi atingida pois verificamos que O País digital não usa chats, comentários, mas recebe notas/fotografias/vídeos usou hiperlinks no período que analisamos.

O **terceiro** objectivo foi atendido, tendo em conta que se chegou à conclusão de que das opções interactivas que o órgão em estudo adopta pelo menos dos sugeridos por Zamith (2011) pouco incentivam a participação dos usuários, pois ainda estão centralizadas ao poder dos gestores da página.

A Gestora do jornal O País digital o recurso de interactividade actualmente em uso são as redes sociais (Instagram, Facebook e Twitter), pois ajudam a fazer um bom “*pushing*” de leitores para a página e os leitores/ internautas sentem-se motivados porque são respondidos e isso ajuda a gerar mais engajamento.

### **Sobre as hipóteses:**

É confirmada a primeira hipótese, segundo a qual “*O jornal O País digital tem uma baixa aplicação da interactividade, porque raramente inclui o usuário na produção dos conteúdos*” pois ao longo da análise do conteúdo do site do jornal no total de sessenta edições e artigos publicados, apenas dois artigos foram produzidos por usuários. E das sete (7) editorias do O País digital apenas uma (Opinião) está aberta a participação na produção dos visitantes, tal como referiu a Gestora do O País digital, Cleidy Marinele Tarmamade.

É refutada a segunda hipótese segundo a qual “*O jornal O País digital tem uma alta aplicação da interactividade, pois abre-se espaço para fóruns de discussão, chats, e votação nos artigos*”, pois ao longo da análise foi possível constatar que nenhum destes elementos está em uso no País digital.

## 11-Referências bibliográficas

- ASSUMPÇÃO, F.B. Alice & MARAL, M.L. Ana. *Interatividade no Jornalismo Online: estudo de caso do site G1 e proposta de um novo modelo de site jornalístico interativo*. Universidade Federal de Rio de Janeiro. Rio de Janeiro.2008.
- CANAVILHAS, João. *Webjornalismo: 7 características que marcam a diferença*. Livros LabCom.2014.
- CAPUTO, Stela Guedes. *Sobre Entrevistas: teoria, prática e experiências*. Petrópolis, 2ª ed. 2010
- Da SILVA, Ariane. *Narrativas Interativas como Linguagem do Jornalismo*. U.PORTO.2021
- DE OLIVEIRA, Maxwell Ferreira. *METODOLOGIA CIENTÍFICA: um manual para a realização de pesquisas em administração*. CATALÃO-GO, Universidade Federal de Goiás - Brasil, 2011.
- FONSECA, J. João *Apostila de Metodologia de Pesquisa Científica*. Fortaleza: UEC. 2002.
- GERHARDT, Tatiana & SILVEIRA, Marina. *Métodos de Pesquisa*. UFRGS Editora.1ª Edicao.2009.
- JOANGUETE, Celestino. *Manual de Jornalismo On-line*.
- JOANGUETE, Celestino. *As mudanças para o jornalismo digital na imprensa pública e privada moçambicana: estudo comparativo dos jornais Notícias e a @ Verdade*. Universidade do Minho- Instituto de Ciências Sociais.2013.
- LAKATOS, Eva & MARCONI, Marina. *Fundamentos de metodologia científico*. Atlas. 5ª Edição. São Paulo.2003.

- MACHADO, Elias e PALACIOS, Marcos. *Modelos de Jornalismo digital*. Edições GJO.v.1.Calamdra.2003.
- MORAES, Roque. *Análise de Conteúdo*. Revista Educação, Porto Alegre, v. 22, nº 37. 1999.
- MOTTER, Andressa & STORCH, Laura. *A interatividade como recurso narrativo no jornalismo infantil*. JPJOR. Goiânia. Novembro,2019.
- MOTTOSO, Guilherme. *Internet, Jornalismo e Weblogs: uma alternativa de informação*.
- NETO, R.M. Edmundo. *Por uma história do Jornalismo digital: algumas considerações*.2008
- NISHIYAMA, Alexandra. *A produção da notícia e o interlocutor: as 7 Características do Webjornalismo*. Intercom – Sociedade Brasileira de Estudos Interdisciplinares da Comunicação. Universidade Metodista de São Paulo. XVII Congresso de Ciências da Comunicação na Região Centro-Oeste – Campo Grande - MS – 4 a 6/6/2015.
- PAIVA, Ariane. *A interatividade no Jornalismo online para o conteúdo das notícias - o perfil interativo dos jornais de língua portuguesa: Folha de São Paulo (Brasil) e Publico (Portugal)*. Universidade Nova de Lisboa. 8ºSOPCOM.2013
- RASERA, Marcella. *Jornalismo digital: do boom aos dias actuais. Uma reflexão sobre a necessidade da convergência de meios decorrente da mudança de hábitos de consumo da notícia*. Icone.V.12,n,1. Agosto, 2010.
- REGES, Thiara. *Características e gerações do webjornalismo: análise dos aspectos tecnológicos, editoriais e funcionais*. Faculdade São Francisco de Barreiras (FASB).
- SOUSA, P. Jorge & AROSO, Inês. *Técnicas jornalísticas dos meios electrónicos-princípios de radiojornalismo, telejornalismo e jornalismo on-line*. Edições Universidade Fernando Pessoa. 2013

## Fontes da internet

- SCHULTZ, Tanjev. *Interactive Options in Online Journalism: A Content Analysis of 100 U.S. Newspapers*. 2006 - Disponível em: <https://academic.oup.com/jcmc/article/5/1/JCMC513/4584183?login=false>. Acesso: 12 de Agosto de 2022.
- Spot the Difference. *Diferença entre Wiki e Blog*. Disponível em: <https://pt.spot-the-difference.info/difference-between-wiki>. Acesso: 20 de Setembro de 2022
- HOSTMEIDIA. *Fóruns de discussão: O que são? Como funcionam?*. Disponível em <https://www.hostmidia.com.br/blog/foruns-de-discussao-o-que-sao-como-funciona/>. Acesso: 22 de Outubro de 2022.
- TOSCANO, Joaquim. *Ferramentas de comunicação*. Publicado a 24 de Outubro de 2014. Disponível em: <https://sites.google.com/site/toscanis8/ferramenta-de-comunicacao/mensageiro-e-chat>. Acesso: 21 de Outubro de 2022

## **12-Apêndice**

Abaixo segue a transcrição da entrevista usada em concomitância com os dados levantados electronicamente, no Jornal País digital, realizada via email com a Gestora do jornal O País digital, Cleidy Marinela Tarmamade:

**Vânia:** Sendo o site O País uma página de conteúdos jornalísticos digital, que recursos interactivos tem usado?

**Cleidy:** O recurso de interactividade actualmente em uso são as redes sociais (Instagram, Facebook e Twitter).

**Vânia:** As redes sociais associadas à página servem para interacção com os leitores ou estão apenas para partilha dos conteúdos?

**Cleidy:** Servem para os dois fins. Sendo que o objectivo principal é partilha de conteúdos a fim de puxar os leitores para a página.

**Vânia:** A página possui um email através do qual os leitores pode interagir com a redacção/órgão?

**Cleidy:** A página possui o email O [pais@soico.co.mz](mailto:pais@soico.co.mz) através do qual os leitores podem enviar suas dúvidas e observações.

**Vânia:** Fazem uso de email ou contacto de todos ou alguns jornalistas para garantir o processo de interacção?

**Cleidy:** Não, somente o email institucional.

**Vânia:** O órgão abre espaço para receber conteúdos produzidos pelos usuários?

**Cleidy:** Sim, recebemos artigos de opinião. Os artigos são analisados e os que correspondem aos critérios de selecção são publicados.

**Vânia:** Há publicação online das cartas ao director?

**Cleidy:** Não. Mas sempre que se justifica há editoriais. Normalmente é quando dos aniversários do jornal.

**Vânia:** Há espaço para que os usuários pessoalmente façam a publicação de conteúdos no site?

**Cleidy:** Não. A gestão de conteúdos é feita pela equipa do jornal.

**Vânia:** O País digital abre espaço para fóruns de discussão, emails de fontes originais, sala de comunicação instantânea (chat), blogues ou wikis? Sim/não. Porquê?

**Cleidy:** Não. A actual configuração da plataforma não permite.

**Vânia:** Observei que O País digital não tem espaço para comentários dos artigos, qual é a motivação?

**Cleidy :** É devido só desenho actual do site.

**Vânia:** Igualmente observei que não tem espaço para votação dos artigos. Tem alguma razão para tal?

**Cleidy:** É devido ao desenho actual do site.

**Vânia:** É sabido que O País digital nasce da versão impressa, mas será que tem feito publicação de conteúdos multimédia interactivos acompanhados ao texto (fotografia, vídeo, áudio, hiperlinks).

**Cleidy:** Já não temos versão impressa desde 2020, por causa da COVUD-19. E o site explora os conteúdos multimédia e os textos têm hiperlinks, fotos e além disso também há uma janela dedicada a vídeos e transmissões em directo de eventos, tais como o julgamento do caso dividas ocultas.

**Vânia:** Das opções interactivas que O País digital usa, consideram que incentivam a participação dos usuários?

**Cleidy:** Sim. As redes sociais ajudam a fazer um bom “pushing” de leitores para o site. E os leitores/ internautas sentem-se motivados são respondidos e isso ajuda a gerar mais engajamento.