

**NOME:** Carlos Alberto Monteiro Cabral

**MESTRADO EM:** Comunicação Social – vertente Comunicação Estratégica

**ORIENTADOR:** Paulo Martins

**DATA:** 25 de setembro de 2018

**TÍTULO DA DISSERTAÇÃO:** Publicidade *Online* nos jornais generalistas em Cabo Verde e Portugal: Estudo comparativo

## **RESUMO**

A presente dissertação visa um estudo comparativo relativamente à Publicidade *Online* nas *homepages* de *websites* de jornais generalistas portugueses e cabo-verdianos. Estudos têm revelado que a publicidade é uma das principais fontes de receitas da maioria dos *websites* de notícias. Os anunciantes estão a recorrer cada vez mais a essas plataformas para fazerem a inserção de seus anúncios, no sentido de captar o público. No entanto, as evidências empíricas apuradas nesta investigação – que incidiu os jornais portugueses *Correio da Manhã*, *Público* e *Diário de Notícias* e os cabo-verdianos *Notícias do Norte*, *A Nação* e *Expresso da Ilhas* – demonstraram um escasso aproveitamento por parte dos anunciantes das potencialidades da Publicidade *Online*, tanto a nível da produção dos formatos, como em termos de dinamismo e interatividade, assim como algumas similitudes e disparidades entres os países e jornais em estudo. Os anunciantes portugueses estão a utilizar mais formatos de publicidade, comparativamente com os cabo-verdianos. O *Correio da Manhã* é, dos jornais estudados, o que mais formatos apresenta, enquanto *A Nação* é dos que menos se diversificou. Todos os jornais portugueses apresentaram formatos enriquecidos com animação, áudio e vídeo, e formatos que incorporam a tecnologia *floating*. Em Cabo Verde, apenas o *Notícias do Norte* apresenta anúncios enriquecidos com vídeo. No entanto, todos os jornais apresentam formatos publicitários animados e estáticos. Quanto à interatividade, enquadraram-se no nível reativo.

**Palavras-chave:** Formatos de Publicidade *Online*, tecnologias multimédia, interatividade.