



UNIVERSIDADE
CATÓLICA
PORTUGUESA

BRAGA

Desafios do jornalismo digital de proximidade:
o caso do jornal “O Minho”

Dissertação de Mestrado apresentada à
Universidade Católica Portuguesa para
obtenção do grau de mestre
em **Comunicação Digital**.

Carla Isabel Dias Coutinho

Faculdade de Filosofia e Ciências Sociais

OUTUBRO 2024



CATÓLICA

FACULDADE DE FILOSOFIA E CIÊNCIAS SOCIAIS

BRAGA

Desafios do jornalismo digital de proximidade:
o caso do jornal “O Minho”

Dissertação de Mestrado apresentada à
Universidade Católica Portuguesa para
obtenção do grau de mestre
em **Comunicação Digital**.

Carla Isabel Dias Coutinho

Sob a Orientação do Prof.º Doutor
Manuel António Antunes da Cunha

RESUMO

A democratização da Internet revolucionou a maneira de produzir, partilhar e consumir informação, dando origem ao ciberjornalismo que tem vindo a evoluir ao longo das três últimas décadas. Tal mudança implica uma adaptação dos meios de comunicação e, consequentemente, dos jornalistas. De certa forma, esta especialidade do jornalismo veio potenciar o jornalismo de proximidade e uma participação mais ativa dos cidadãos na vida da comunidade. O nosso estudo visa precisamente contribuir para a discussão da questão do ciberjornalismo em Portugal e das suas implicações no jornalismo de proximidade e no jornalismo cidadão. A presente dissertação procura investigar os novos desafios que o jornalismo de proximidade enfrenta tendo como caso de estudo o jornal *O Minho*, uma publicação regional inteiramente digital. Através de uma metodologia mista, procedemos a uma análise de conteúdo a 206 publicações difundidas na página Facebook de *O Minho*, assim como a 78 vídeos do canal de Youtube e ao site do jornal, tendo ainda entrevistado o sócio-gerente e o diretor da publicação. Os resultados mostram que o ciberjornalismo potencia o jornalismo de proximidade e a participação dos cidadãos, contribuindo para a publicação de conteúdo mais relevante para as comunidades envolvidas, mas também a discussão de temas estruturantes para os territórios locais.

Palavras-chave: Ciberjornalismo; Jornalismo de Proximidade; Jornalismo Cidadão; Redes Sociais; Cidadania, jornal “O Minho”.

ABSTRACT

The democratisation of the Internet has revolutionised the way information is produced, shared and consumed, giving rise to online journalism, which has evolved over the last three decades. This change implies an adaptation of the media and, consequently, of journalists. In a way, this speciality of journalism has boosted grassroots journalism and the more active participation of citizens in community life. Our study aims precisely to contribute to the discussion of the issue of online journalism in Portugal and its implications

for grassroots journalism and citizen journalism. This dissertation endeavours to investigate the new challenges facing grassroots journalism, taking the newspaper O Minho, an entirely digital regional publication, as a case study. Using a mixed methodology, we analysed the content of 206 posts on O Minho's Facebook page, as well as 78 videos on the newspaper's YouTube channel and website, and interviewed the managing partner and director of the publication. The results show that online journalism boosts proximity journalism and citizen participation, contributing to the publication of content that is more relevant to the communities involved, but also to the discussion of structuring issues for local territories.

Keywords: Cyberjournalism; Proximity Journalism; Citizen Journalism; Social Networks; Citizenship, 'O Minho' newspaper.

*Dedico esta dissertação
aos meus pais,
verdadeiros impulsionadores do meu percurso académico.*

AGRADECIMENTOS

As palavras que agora redigirei são palavras de profundo agradecimento, aos que me acompanharam e me levaram diretamente à realização desta dissertação e aos pilares da minha vida, que me encorajaram a chegar até aqui. Sem eles, não seria possível.

Aos meus professores, pela partilha de conhecimentos...

Ao meu orientador, Professor Doutor Manuel Antunes da Cunha, pela sua dedicação, confiança e ânimo...

Aos meus pais, principais responsáveis do meu percurso académico e lugar de amparo e ânimo...

Ao Bruno, lugar de aconchego, de desabafos e de motivação...

À minha família, pelo seu apoio incondicional, em especial, ao meu avô José Macário, pelo apoio lá em cima...

À Fabiana, companheira de caminhada académica e de vida, pela amizade sincera...

ÍNDICE

RESUMO	3
AGRADECIMENTOS.....	6
INTRODUÇÃO	13
1 CIBERJORNALISMO: UMA NOVA FORMA DE CONTAR HISTÓRIAS	16
1.1 EXPLORAR TERMOS E CONCEITOS.....	17
1.2 CARACTERÍSTICAS E IMPLICAÇÕES NA ERA DIGITAL.....	20
1.2.1 HIPERTEXTUALIDADE	20
1.2.2 MULTIMEDIALIDADE.....	22
1.2.3 INTERATIVIDADE	23
1.2.4 MEMÓRIA.....	25
1.2.5 INSTANTANEIDADE.....	26
1.2.6 PERSONALIZAÇÃO	27
1.2.7 UBIQUIDADE.....	28
1.3 A EVOLUÇÃO DO CIBERJORNALISMO	29
1.3.1 PERSPETIVA GLOBAL	30
1.3.2 PERSPETIVA NACIONAL.....	33
2 JORNALISMO DE PROXIMIDADE E CIDADÃO: IMPACTO E RELEVÂNCIA SOCIAL	38
2.1 ENTENDER A PROXIMIDADE	39
2.1.1 A ADAPTAÇÃO DOS “PEQUENOS” AO NOVO MUNDO DIGITAL	42
2.1.2 A IMPLEMENTAÇÃO DO CIBERJORNALISMO DE PROXIMIDADE EM PORTUGAL	44
2.2 JORNALISMO CIDADÃO	46
2.3 NOVAS TECNOLOGIAS E PROMOÇÃO DO CIBERJORNALISMO DE PROXIMIDADE E DO JORNALISMO CIDADÃO.....	48
3 ABORDAGEM METODOLÓGICA PARA O ESTUDO DO JORNAL <i>O MINHO</i>.....	54
3.1 INSTRUMENTOS DE PESQUISA PARA ANÁLISE DO JORNAL <i>O MINHO</i>	56
3.1.1 ANÁLISE DE CONTEÚDO.....	56
3.1.1.1 Página de Facebook.....	59
3.1.1.2 Canal de Youtube	62
3.1.1.3 Site: quatro características do ciberjornalismo	64
3.1.2 ENTREVISTA	65
4 APRESENTAÇÃO E DISCUSSÃO DOS RESULTADOS: INFORMAÇÃO DE PROXIMIDADE E INTERAÇÕES NO JORNAL <i>O MINHO</i>.....	68
4.1 FACEBOOK	68
4.1.1 SECÇÃO SOCIEDADE	80
4.1.2 SECÇÃO CULTURA	86
4.2 YOUTUBE	93

4.3 SITE.....	98
5 CONCLUSÃO	105
REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS	109
ANEXOS	117
ANEXO A: ENTREVISTA, MARCO ARAÚJO, SÓCIO-GERENTE DO JORNAL <i>O MINHO</i>	117
ANEXO B: ENTREVISTA, FERNANDO ANDRÉ SILVA, DIRETOR DO JORNAL <i>O MINHO</i>	122
ANEXO C: SECÇÕES, SUBSECÇÕES, CATEGORIAS E SUBCATEGORIAS DE <i>O MINHO</i>	126
ANEXO D: DADOS SOCIODEMOGRÁFICOS DA PÁGINA DE FACEBOOK DO JORNAL <i>O MINHO</i>	129
ANEXO E: CORPUS DA PÁGINA DE FACEBOOK DE <i>O MINHO</i>	130
ANEXO F: CORPUS DO CANAL DE YOUTUBE DE <i>O MINHO</i>	133
ANEXO G: CORPUS DO SITE DE <i>O MINHO</i>	134
ANEXO H: ESTATUTO EDITORIAL DO JORNAL <i>O MINHO</i>	137

ÍNDICE DE TABELAS

Tabela 1	Datas de criação e nº de seguidores das redes sociais de O Minho (24 de setembro 2024)	59
Tabela 2	Excerto da grelha de análise da página de Facebook do jornal O Minho	62
Tabela 3	Excerto da grelha de análise do canal de Youtube do jornal O Minho.....	64
Tabela 4	Grelha de análise da multimedialidade e hipertextualidade do site O Minho	65
Tabela 5	Top 10 publicações com mais reações no Facebook de O Minho (2024) (23 junho -30 junho/ 23 agosto-14 setembro)	72
Tabela 6	Top 10 publicações com mais comentários no Facebook de O Minho (2024) (23 junho-30 junho/ 23 agosto-14 setembro).....	75
Tabela 7	Top 10 publicações com mais partilhas no Facebook de O Minho (2024) (23 junho -30 junho/ 23 agosto-14 setembro)	78
Tabela 8	Top 10 publicações com mais reações em Sociedade no Facebook de O Minho (2024) (23 junho -30 junho / 23 agosto -14 setembro).....	80
Tabela 9	Top 10 publicações com mais comentários em Sociedade no Facebook de O Minho (2024) (23 junho -30 junho / 23 agosto - 14 setembro).....	82
Tabela 10	Top 10 publicações com mais partilhas em Sociedade no Facebook de O Minho (2024) (23 junho -30 junho / 23 agosto -14 setembro).....	85
Tabela 11	Top 10 publicações com mais reações em Cultura no Facebook de O Minho (2024) (23 junho -30 junho/ 23 agosto -14 setembro).....	86
Tabela 12	Top 10 publicações com mais comentários em Cultura no Facebook de O Minho (2024) (23 junho -30 junho / 23 agosto -14 setembro).....	89
Tabela 13	Top 10 publicações com mais partilhas em Cultura no Facebook de O Minho (2024) (23 junho -30 junho / 23 agosto -14 setembro).....	91
Tabela 14	Tipo de produção de vídeos por secção do canal de Youtube de O Minho (15 de janeiro 2023- 4 de agosto 2024).....	94
Tabela 15	20 publicações com mais visualizações do canal de Youtube de O Minho (15 de janeiro 2023- 4 de agosto 2024).....	95
Tabela 16	Comparação da utilização de hiperlink, hipertexto e vídeo (2024) (23 junho -30 junho/ 23 agosto-14 setembro).....	102

Tabela 17 Divisão de secções, subsecções, categorias e subcategorias no site de O Minho	126
Tabela 18 Recolha do corpus do Facebook de O Minho (2024) (23 junho -30 junho/ 23 agosto -14 setembro)	130
Tabela 19 Recolha dos vídeos do canal de Youtube de O Minho (2024) (15 janeiro 2023- 4 agosto)	133
Tabela 20 Recolha do corpus do Site de O Minho (2024) (23 junho -30 junho/ 23 agosto - 14 setembro)	134

ÍNDICE DE CAPTURAS DE ECRÃS

Captura de Ecrã 1	Página de Facebook do jornal O Minho (outubro 2024).....	60
Captura de Ecrã 2	Canal de Youtube do Jornal O Minho (outubro 2024)	62
Captura de ecrã 3	Página inicial do site do jornal O Minho (outubro 2024).....	64
Captura de Ecrã 4	Exemplos de comentários da publicação "Braga volta a festejar o São João do Brasil" (30 junho 2024)	76
Captura de Ecrã 5	Exemplos de comentários da publicação "Faz hoje 896 anos que em Guimarães aconteceu a batalha que originou Portugal" (24 junho 2024).....	77
Captura de Ecrã 6	Exemplos de comentários da publicação "Google Tradutor passa a incluir português de Portugal" (28 junho 2024).....	78
Captura de Ecrã 7	Exemplos de comentários da publicação "Euromilhões:"Jackpot" de 213 milhões saiu em Portugal" (25 junho 2024).....	83
Captura de Ecrã 8	Exemplos de comentários da publicação " Não quis pagar 70 euros pelas sardinhas e acabou em rixa no S. João de Braga " (23 junho 2024).....	84
Captura de Ecrã 9	Exemplos de comentários da publicação "Jovem de 18 anos morre esfaqueado no NorteShopping" (28 junho 2024).....	84
Captura de ecrã 10	Exemplos de comentários da publicação "Padre Guilherme vai 'tocar' em Ibiza na melhor discoteca do mundo" (23 junho 2024).....	90
Captura de Ecrã 11	Exemplos de cometários da publicação "Câmara de Braga não tem dinheiro para reabilitar 1ºde Maio" (26 junho 2024).....	91
Captura de Ecrã 12	Exemplos de recursos multimédia no site de O Minho.....	100
Captura de Ecrã 13	Exemplos de hipertextualidade utilizados no site de O Minho.....	102
Captura de Ecrã 14	Exemplos de interatividade no site de O Minho	103
Captura de Ecrã 15	Exemplo de personalização do site de O Minho.....	104

ÍNDICE DE GRÁFICOS

Gráfico 1 Total de publicações por secção no Facebook de O Minho (2024) (23 junho -30 junho/ 23 agosto -14 setembro).....	69
Gráfico 2 Envolvimento digital por secção no Facebook de O Minho (2024) (23 junho -30 junho/ 23 agosto -14 setembro).....	70
Gráfico 3 Tipos de reações nas publicações do Facebook de O Minho (2024) (23 junho -30 junho/ 23 agosto -14 setembro).....	71
Gráfico 4 Tipo de reações por publicação do top 10 da rede social Facebook de O Minho (2024) (23 junho-30 junho/ 23 agosto-14 setembro)	73
Gráfico 5 Tipo de Reações por Publicação do Top 10 da Secção Sociedade do Facebook de O Minho (2024) (23 junho -30 junho/ 23 agosto -14 setembro).....	81
Gráfico 6 Tipo de Reações por Publicação do Top 10 da Secção Cultura do Facebook de O Minho (2024) (23 junho -30 junho / 23 agosto -14 setembro)	88
Gráfico 7 Elementos multimédia utilizados pela redação no site de O Minho (2024) (23 junho -30 junho/ 23 agosto-14 setembro)	98
Gráfico 8 Elementos multimédia utilizados pela redação no site de O Minho (2024) (23 junho -30 junho/ 23 agosto-14 setembro)	99
Gráfico 9 Elementos hipertextuais utilizados pela redação no site de O Minho (2024) (23 junho -30 junho/ 23 agosto-14 setembro)	101

INTRODUÇÃO

A produção de conteúdos informativos e as práticas associadas ao consumo mediático evoluíram em virtude do nascimento e evolução dos diversos meios de comunicação, mas também das mudanças socioculturais, tecnológicas, económicas, políticas e legais a nível global e local. Nas últimas décadas, a difusão cada vez mais célere da informação tem sido potenciada pelo uso massivo da internet. De acordo com um estudo recente da *Marktest* (2023), 78,6 % dos portugueses usa esta ferramenta todos ou quase todos os dias, uma prática que varia em função das faixas etárias: entre 45,7% (+65 anos) a 99,5% (15-24 anos). Desafiado pelo ecossistema digital, o jornalismo é chamado a uma adaptação contínua sem deixar, todavia, de desempenhar a sua missão social no espaço público. São numerosos os desafios a que os jornalistas são confrontados, desde o uso de novas ferramentas, passando pela formação profissional e questões éticas até à concorrência das redes sociais e outras plataformas. De facto, quase três quartos (73,2%) dos residentes em território nacional com 15 e mais anos acedem regularmente às redes sociais, sendo que praticamente um quinto (18%) recorre a estas plataformas como fonte principal de informação (OberCom, 2023).

A eclosão do chamado jornalismo digital ou ciberjornalismo constituiu uma forma do setor se posicionar-se nesse novo ecossistema. Por vezes, trata-se apenas de replicar aos novos concorrentes no mercado, outras vezes de tirar partido das potencialidades da Internet. Com algum atraso relativamente aos Estados Unidos e países do Norte da Europa, os media portugueses iniciaram essa transição por meio de títulos como o *Jornal de Notícias* (26 de julho de 1995), *Público* (22 de setembro de 1995), *Diário de Notícias* (29 de Dezembro de 1995), *Expresso* (12 de julho de 1997) e *Correio da Manhã* (19 de março de 1998). Na verdade, nos primeiros tempos, as redações cingiam-se sobretudo à edição de textos e adaptação de conteúdos da versão impressa. Só mais tarde nasceram propostas digitais com autonomia no seio das redações ou mesmo meios de comunicação em formato inteiramente digital, o primeiro dos quais *Setúbal em Rede* (5 janeiro de 1998), uma publicação de cariz regional.

Embora muitas vezes relegado para segundo plano, o jornalismo de proximidade desempenha um papel social extremamente relevante, mantendo os cidadãos informados sobre realidades e eventos não noticiados pelos meios de comunicação nacionais. Contribui ainda para o fortalecimento de um espaço público local, envolvendo ainda mais ativamente

os cidadãos de determinado território em torno de questões concretas. Nesse âmbito, o denominado jornalismo cidadão – que inclui os leitores no processo de recolha e difusão da informação – assume-se como um complemento do jornalismo de proximidade. Com o advento do digital, a adaptação por parte dos meios regionais às novas tecnologias veio dar um novo impulso quer ao jornalismo de proximidade, quer ao jornalismo cidadão.

Fundado em 2015 em formato exclusivamente online, o jornal regional *O Minho* é um estudo de caso deveras interessante. Presente em várias redes sociais – com mais de 200 000 seguidores no Facebook, esta publicação tem vindo a afirmar-se como um espaço de informação local e de dinamização do espaço público dos distritos de Braga e Viana do Castelo. É um exemplo não só da aplicação do ciberjornalismo a nível regional, mas também de mobilização de uma comunidade de leitores em torno de um território geográfico e simbólico. Como se pode ler no seu estatuto editorial, é um jornal que se compromete “a aproximar as pessoas da Região entre si, divulgar o seu potencial e o potencial das suas atividades e dar-lhes voz à escala nacional”.

Escolhemos analisar esta publicação regional digital pela sua forte presença na rede social Facebook e, ainda, pela conveniência geográfica. Nesse sentido, o nosso estudo procura perceber de que maneira o jornal *O Minho* envolve os leitores na produção e discussão de notícias locais. Esta questão de investigação desdobra-se em seis objetivos:

- Avaliar as principais metamorfoses do jornalismo na passagem para a era digital;
- Examinar as especificidades do jornalismo de proximidade;
- Entender as práticas profissionais da redação de *O Minho*;
- Proceder a uma análise da presença dos conteúdos digitais do jornal *O Minho*;
- Avaliar o envolvimento digital dos leitores através das interações online;
- Correlacionar a implementação do jornalismo cidadão, as interações nas redes sociais e a produção noticiosa do jornal *O Minho*.

Em termos metodológicos, adotamos uma abordagem mista, por meio de uma análise etnográfica quantitativa e qualitativa, com recurso à análise de conteúdo e à entrevista. O nosso corpus é constituído por 206 publicações partilhadas pela redação na página do jornal na rede social *Facebook* de 23 a 30 de junho e de 23 de agosto a 14 de setembro de 2024. A partir da análise deste corpus, procuramos avaliar o nível de envolvimento digital dos leitores

com os conteúdos publicados através das interações online. Recolhemos ainda 78 vídeos do canal oficial de *O Minho* no Youtube entre 15 de janeiro de 2023 e 4 de agosto de 2024, de modo a perceber se o jornalismo de cidadão também passa pela partilha destes conteúdos. Por último, a partir das notícias que constituem o corpus do Facebook, analisamos a presença de quatro características do ciberjornalismo (multimedialidade, hipertextualidade, interatividade e personalização) no site do jornal, de modo a confirmar se, na prática, as potencialidades do ciberjornalismo são realmente implementadas. De modo a apreender as dinâmicas da redação e as suas estratégias editoriais, entrevistamos ainda Marco Araújo, sócio-gerente do jornal *O Minho*, e Fernando André Silva, diretor do jornal *O Minho*.

A nossa pesquisa está dividida em quatro capítulos, sendo os dois primeiros dedicados à revisão de literatura e os dois últimos à metodologia e à apresentação e discussão dos resultados. No primeiro capítulo, abordamos a noção de ciberjornalismo, suas características (hipertextualidade, multimedialidade, interatividade, memória, instantaneidade, personalização e ubiquidade) e respetivas implicações no quotidiano das redações. Por fim, estudamos – a nível global e nacional – as diversas fases no processo de implementação e afirmação do ciberjornalismo. O segundo capítulo é dedicado a dois outros conceitos chave deste estudo: jornalismo de proximidade e jornalismo cidadão. Assim, estudamos a informação de proximidade, o jornalismo cidadão e a adaptação dos jornais regionais ao paradigma digital. No terceiro capítulo, procuramos apresentar ao leitor o enquadramento metodológico do nosso estudo de caso. Por último, analisaremos o nosso corpus e respetivos resultados, de modo a perceber o eventual impacto da publicação digital *O Minho* junto da comunidade de leitores e respetivas interações.

1 CIBERJORNALISMO: UMA NOVA FORMA DE CONTAR HISTÓRIAS

“A Internet é, antes de tudo, uma criação cultural”, recorda-nos Castells (2001, p.52). De facto, transformou as nossas vidas, aproximou os quatro cantos do planeta, revolucionou os negócios, lazeres, administração pública, trabalho e tantas outras áreas, nomeadamente no que diz respeito à maneira de produzir, partilhar e consumir informação. Bastos (2015) compara uma tal “revolução” à invenção da imprensa por Gutenberg, pelo facto de se tratar de contextos marcados por uma grande euforia e transformação. A partir de meados de 1990, a Internet não passa apenas a ser um novo meio de comunicação, como a rádio ou a televisão, mas opera uma verdadeira mudança de paradigma com um alcance global que rompe com o espaço-tempo (Alves, 2006). É nesse contexto que nasce o ciberjornalismo, definido por Ramon Salaverría (2005, citado em Jerónimo, 2015) como a especialidade do jornalismo que recorre ao ciberespaço para investigar, produzir e, sobretudo, difundir conteúdos jornalísticos.

Neste capítulo inicial, começamos explorando as diversas terminologias usadas para delimitar um tal campo. Enquanto meio de comunicação emergente, marcado por continuidades e inovações, é ainda imperativo compreender as funções desempenhadas por cada uma das características desta nova forma de fazer jornalismo. Por fim, a última parte será dedicada a uma análise mais aprofundada de cada uma das fases do ciberjornalismo, procurando retrazar a sua evolução nas últimas décadas no âmbito internacional (Pavlik, 2001; Quandt, 2023) e nacional (Bastos, 2023; Canavilhas, 2023).

Visto até meados dos anos 2000 como uma oportunidade de crescimento pelo setor, essencialmente para gerar novas fontes de rendimento, um número significativo de meios de comunicação social apressou-se em marcar presença na World Wide Web (WWW). Passadas duas décadas, a produção e difusão de conteúdos já é, muitas vezes, da responsabilidade de “profissionais destacados para trabalhar, tendencialmente em exclusivo, nessas mesmas publicações em redações digitais, que, por norma, têm um espaço próprio no interior das redações tradicionais” (Bastos, 2023, p.14). Contudo, este crescimento tão colossal quanto repentino não permitiu que as rotinas das redações e as práticas profissionais dos jornalistas acompanhassem um tal ritmo. Em muitos casos, não houve nem tempo, nem formação suficiente para assimilar as novas técnicas, plataformas e metodologias de trabalho. A profissão de jornalista mudou a passos largos, mas a aquisição de novas

competências não se processou com a mesma celeridade. As expectativas e ilusões iniciais confrontaram-se com a dura realidade, suscitando um período de crise profunda. Como é habitual nas fases de inovação tecnológica, pensava-se que as mutações em curso poderiam vir a resolver uma série de questões recorrentes e que “a Internet era a salvação” (Bastos, 2015, p.11).

1.1 Explorar termos e conceitos

Mas o que é isto de jornalismo na web? Como se define? De que trata? Há já três décadas que a Internet revolucionou a maneira de produzir e divulgar informação. Contudo, ainda não se chegou a um consenso sobre a denominação a dar a esse novo tipo de jornalismo em ambiente web. Diversas nomenclaturas foram cunhadas, como jornalismo *online*, jornalismo digital, jornalismo eletrónico, webjornalismo ou ciberjornalismo. Não se trata apenas de sinónimos, mas cada um dos termos encerra uma visão específica do fenómeno. Salaverría (2019) destaca que, embora a expressão predominante entre os profissionais da maioria dos países seja “jornalismo online”, em Portugal e Espanha, o termo “ciberjornalismo” é mais utilizado entre os académicos. Todavia, nos últimos dez anos, a expressão “jornalismo digital” tornou-se a forma mais popular no mundo francófono. Como lembra judiciosamente Salaverría (2019) as denominações jornalismo digital e ciberjornalismo não remetem exatamente para as mesmas realidades:

Em termos gerais, a expressão “jornalismo digital” engloba todas as formas de jornalismo que utilizam recursos digitais; inclui, portanto, não só os recursos da Internet e das redes móveis, como também da televisão digital (Robin; Poulin, 2000) e a rádio digital (Martínez-Costa, 1998). Embora a televisão e a rádio digitais raramente sejam consideradas parte do ciberjornalismo, são indiscutivelmente expressões digitais do jornalismo. O termo ciberjornalismo é, portanto, mais específico do que jornalismo digital, na medida em que se refere exclusivamente ao que é feito pelos meios de comunicação social no ciberespaço, ou seja, na Internet. É aqui que reside a

diferença subtil entre os dois conceitos. (p.3)

Por seu turno, Canavilhas (2003) considera que o “jornalismo *online*” é a simples transposição do velho jornalismo impresso, radiofónico e televisivo para um novo meio. Contudo, este jornalismo recente pode ser muito mais do que isso, através da convergência do texto, som e imagem em movimento, chamando-lhe webjornalismo. Aliás, o autor acredita, na senda de Murad (1999, citado em Canavilhas, 2003) que o conceito de jornalismo está intimamente relacionado com o suporte técnico utilizado para o produzir e com o meio de divulgação que permite a difusão de notícias. Por isso, denomina de “webjornalismo o jornalismo que se pode fazer na web” (Canavilhas, 2003, p.64). Com as potencialidades da internet, passa a ser possível oferecer ao público um outro tipo de conteúdo: a webnotícia. O maior desafio do webjornalismo consiste então na utilização de uma linguagem que vá de encontro ao rigor e à objetividade devidos ao público. Deuze (2003) partilha a conceção de Canavilhas, embora recorra a um termo diferente. Defende que o jornalismo online é aquele que é produzido mais ou menos exclusivamente para a *world wide web*, ou seja, que “o jornalismo online pode ser funcionalmente diferenciado de outros tipos de jornalismo ao utilizar os seus componentes tecnológicos como fator determinante em termos de uma definição (operacional)” (p.206). A importância do contexto é ainda enfatizada por Quandt (2018) que vê o jornalismo online como uma nova forma de contar histórias e de envolver os utilizadores enquanto parceiros na produção de notícias. Também Pavlik (2001) considera que o jornalismo online oferece potencialmente ao público uma visão contextualizada, texturizada e multidimensional das histórias, ao contrário dos meios de comunicação tradicionais.

Já vimos que Bastos (2023) utiliza o termo ciberjornalismo, isto é, um jornalismo produzido pelas publicações na web por profissionais destacados em redações exclusivamente digitais. Noci e Aliaga (2003, citados em Bastos, 2023) usam a mesma expressão para definir a especialidade que recorre ao ciberespaço para a investigação, elaboração e, sobretudo, a difusão de conteúdos jornalísticos. Segundo estes autores, “os termos ciberjornalismo e ciberjornalista afiguram-se, de um ponto de vista de economia e precisão de linguagem, mais recomendáveis” (p.15).

De forma peculiar, Mielniczuk (2003) defende que todas as nomenclaturas são apropriadas para referir-se à prática de produção e disseminação de informação no

jornalismo contemporâneo. Para exemplificar a sua tese, dá o seguinte exemplo: um jornalista acede aos arquivos para ver uma reportagem gravada (jornalismo eletrónico); utiliza o *email* para comunicar com uma fonte ou o editor (jornalismo *online*); consulta uma edição de um jornal *online* (jornalismo digital); verifica dados armazenados no seu computador pessoal (ciberjornalismo); lê, em *sites* noticiosos da *web* conteúdos publicados por outros profissionais (webjornalismo).

Por sua vez, Gonçalves (2000) fala em jornalismo digital, pois o conceito “digital” remete para a particularidade do novo meio. O termo “online” refere-se apenas a uma das suas características, ou seja, a expressão “jornalismo online” seria mais restritivo. Rost (2006) partilha da mesma opinião, considerando que o adjetivo “digital” não gera tanta discussão porque se refere ao suporte tecnológico utilizado para a difusão de notícias.

No reverso da moeda, refere Bastos (2023), alguns académicos e profissionais do setor consideram que o ciberjornalismo não é sequer uma nova forma de fazer jornalismo, nem um novo ramo que se possa distinguir do jornalismo tradicional. Tal distinção não faria sentido, uma vez que se trata apenas de jornalismo. Assim, Kovach e Rosenstiel (2004, citados por Zamith, 2013) consideram que a finalidade do jornalismo não deve ser definida em função da tecnologia, nem pelas técnicas usadas, mas sim pela função que as notícias desempenham na vida das pessoas e pela missão que todos os jornalistas partilham: informar o público.

Nesta dissertação, são adotados os termos “jornalismo digital” e “ciberjornalismo”. Segundo o Dicionário da Língua Portuguesa, “digital” pode ser definido como aquilo que envolve ou diz respeito a dispositivos eletrónicos ou à Internet. Ora, a produção e difusão de conteúdos é feita através da Internet e conseqüentemente através dos nossos dispositivos móveis com ligação à mesma. Na mesma linha, a terminologia “ciberjornalismo” está intimamente ligada ao conceito de “ciberespaço” que, por seu turno, é definido pelo Dicionário de Língua Portuguesa como um espaço virtual constituído por informação que circula nas redes de computadores e telecomunicações. E o que é que liga essas redes de computadores e telecomunicações? A Internet. Precisamos, agora, de analisar que atributos diferenciam essa forma de fazer jornalismo.

1.2 Características e implicações na era digital

Rosental Alves (2006) considera que, aquando do aparecimento da web, havia uma falta de sensibilidade, quer por parte dos jornalistas, quer dos meios de comunicação, em perceber que o ciberjornalismo dispunha de características próprias, não sendo apenas um novo meio de difusão de conteúdos previamente elaborados para formatos tradicionais. Num primeiro momento, a Internet funcionava como mera extensão dos recursos convencionais e não um meio inovador, devido à inexperiência no que diz respeito ao seu uso, mas também por medo da concorrência das versões convencionais. Porém, assim como o texto está para o impresso, o som para a rádio, e a compilação de som e imagem em movimento para a televisão, a web tem características próprias.

Segundo Canavilhas (2014, p. 21), “o sucesso do webjornalismo depende das qualidades dos conteúdos, sendo obrigatório que estes tirem o máximo partido das diversas características”, nomeadamente a hipertextualidade (Canavilhas, 2014; Palau-Sampio et al., 2019), a multimedialidade (Deuze, 2004; Salaverría, 2014; Palau-Sampio et al., 2019), a interatividade (Jensen, 1998; Rost, 2014; Quandt, 2018), a memória (Canavilhas, 2005; Palacio, 2014;), a instantaneidade (Zamith, 2011; Bradshaw, 2014), a personalização (Pavlik, 2001; Palacios et al., 2002; Lorenz, 2014) e a ubiquidade (Zamith, 2011; Pavlik, 2014). Procuraremos, de forma sintética, analisar a importância e alcance de cada uma dessas variáveis.

1.2.1 Hipertextualidade

A hipertextualidade é uma característica fundamental do ciberjornalismo, uma das suas maiores armas. Consiste na particularidade de um texto – no sentido lato, incluindo-se as imagens, sons, vídeos ou infografias – poder ligar notícias entre si. Segundo Canavilhas (2003), no webjornalismo a pirâmide invertida é substituída por blocos informativos formados através de hiperligações. O universo digital permite que o utilizador navegue onde quiser, sendo preferível que se possa deslocar livremente entre diferentes blocos do que seguir um texto único através das regras da pirâmide invertida. O autor propõe uma estrutura específica para o jornalismo em ambiente digital, atribuindo ao primeiro texto o essencial da notícia e aos restantes blocos as informações complementares mediante hiperligações a partir

de palavras-chave. Deste modo, “o texto transforma-se numa tessitura informativa formada por um conjunto de blocos informativos ligados através de hiperligações (links), ou seja, num hipertexto” (Canavilhas, 2014, p. 4). A azáfama do dia a dia faz com que o público privilegie uma leitura diagonal, constituindo as palavras-chave com hiperligações um dos elementos fulcrais para que o texto seja *scannable*.

Mas, afinal de contas, o que é que o hipertexto muda na escrita jornalística? Canavilhas (2014) lembra que no ciberjornalismo não existem limitações espaciais para a disponibilização de informação, pelo que – ao invés do periodismo tradicional – não há necessidade de cortar conteúdos. O jornalista pode incluir todos os tópicos que achar pertinentes para uma melhor compreensão da notícia.

A atualidade apresenta uma grande heterogeneidade, o que faz com que a organização da informação por ordem de relevância possa colidir com os interesses do público em geral. Deste modo, pode ocorrer uma perda de sentido de proximidade, uma vez que o conteúdo é partilhado em simultâneo para todas as partes do globo. Assim sendo, tendo o leitor a liberdade de navegar sem qualquer ordem pelos diversos blocos, é necessário que os mesmos façam sentido, dado que existe uma grande variedade de itinerários possíveis a seguir. Como explicita ainda Canavilhas (2014), o essencial não é tanto apresentar uma ordem de importância, mas antes dar indicações precisas para que o leitor saiba de que forma a notícia chegou ao seu estado atual. Para que tal aconteça é necessário seguir dois tipos de coerências: a local e a global. Através da coerência local, é conferida autonomia, ou seja, dá-se a informação essencial ao leitor para que possa descodificar cada um dos blocos noticiosos *per se*. Por seu turno, por meio da coerência global, procura-se que o leitor entenda não apenas o conteúdo de determinado bloco, mas também a sua relação com os restantes.

Em suma, o hipertexto estimula uma escrita interativa com algum nível de organização, podendo assim satisfazer dois possíveis tipos de leitores: os que procuram informação específica e estão abertos a explorar vários itinerários e os que simplesmente navegam e precisam de ser guiados pela informação (Canavilhas, 2014). Um estudo comparativo de Palau-Sampio et al. (2019) alerta para a lógica de utilização da hipertextualidade. A pesquisa encontrou numa dezena de notícias do corpus, cinco a treze repetições de informação, causadas por hiperligações mal aplicadas aos conteúdos para os quais o leitor era remetido. Ora, o uso inadequado desta característica da web faz com que a mesma se torne inútil. Ou seja, “a utilização de ligações que conduzem a secções de arquivo

por assunto ou pessoa, sem especificar um determinado documento, distorce o recurso e torna-o inútil” (Palau-Sampio et al., 2019, p.7).

1.2.2 Multimedialidade

“A comunicação humana é multimédia”, refere Salaverría (2014, p. 25). Lembra-nos que estamos habituados a receber constantemente informação através de múltiplas vias, inclusivamente pelos cinco sentidos. O relato multimédia acompanha-nos desde o início da humanidade, de diversas formas como a literatura, a fotografia, o cinema, o vídeo e agora, na era das redes sociais, entre outros espaços. Levanta-se, no entanto, a seguinte questão: será correto cingir a multimedialidade apenas à combinação de texto, som e imagem? Salaverría (2014) discorda, enquanto Deuze (2004) apresenta duas formas de distinguir o conceito de multimédia no âmbito do jornalismo. A primeira diz respeito à apresentação de um conjunto de conteúdos num espaço da Web com recurso a dois ou mais formatos media. A segunda está relacionada com a maneira como é publicitado um conjunto de notícias, num local da Internet, através de *Short Message Service* (SMS), *Multimedia Messaging System* (MMS), email ou outros meios de comunicação tradicionais.

Salaverría (2014) considera que o conceito de multimédia vai muito mais além do que uma “definição simplista”, abarcando três valências essenciais: a multiplataforma, a polivalência e a combinação de linguagens. Atualmente, é corrente que um meio de comunicação articule distintos meios no âmbito da cobertura jornalística de um acontecimento, de modo a chegar a uma maior audiência, processo denominado multiplataforma ou cross-media. Doravante, também a polivalência passou a ser uma das competências mais exigidas aos jornalistas. Deste modo, as redações pretendem que os seus profissionais desempenhem um conjunto de tarefas anteriormente executadas por pessoas distintas. Neste contexto, Salaverría (2014) distingue três tipos de polivalência: a polivalência mediática (trabalhar simultaneamente em meios distintos), a polivalência temática (não se especializar, colaborando em várias secções), e por último, a polivalência funcional (desempenhar várias funções no seio da redação). Por fim, o conteúdo é multimédia quando se expressa por meio de várias linguagens. Salaverría (2014) identifica oito linguagens multimédia: texto, fotografia, gráficos, iconografia e ilustrações estáticas, vídeo, animação digital, discurso oral, música e efeitos sonoros e vibração. Na sua ótica, qualquer mensagem que não seja monomédia é multimédia, ou seja, pode ser considerada

enquanto tal a partir da utilização de, pelo menos, dois tipos de linguagem. Em suma, a multimedialidade faz uso das capacidades tecnológicas da internet para apresentar informações de formas dinâmicas e interativas, tal como Palau-Sampio et al. (2020) explicitam:

A natureza multimédia do relato jornalístico define-se pela variedade de formas comunicativas utilizadas (Deuze, 2004), com um potencial narrativo que revolucionou a leitura e a escrita através da “extrema maleabilidade do texto” (Anichini, 2003, p.3), que é determinada pela natureza diversa da sua composição (texto, imagem, som e animação). (p.3)

É então inegável que a Internet multiplicou as possibilidades de crescimento da multimedialidade no jornalismo, mas esta característica não é exclusiva nem nasceu com o ciberjornalismo, uma vez que os conteúdos multimédia já fazem parte do jornalismo há mais de dois séculos (Salaverría, 2014).

1.2.3 Interatividade

A interatividade apresenta-se como um dos pilares essenciais da linguagem online. Apesar de já existir uma panóplia de elementos interativos criados através dos blogues, tanto a nível seletivo como a nível comunicacional, foi em 2009 que a interatividade e participação foram plenamente adotadas pelas redes sociais, dando lugar à distribuição multiplataforma através da qual a notícia se tornou “mais móvel e social” (Rost, 2014). Jensen (1998) considera, todavia, que existe uma grande confusão em torno deste termo, tendo procedido a uma análise tridimensional: informática, sociológica e comunicacional. No campo informático, a interatividade alude à relação entre pessoas e máquinas, enquanto para a sociologia o conceito refere-se à relação recíproca entre duas ou mais pessoas. Por fim, os estudos da comunicação atribuem esta qualidade “à relação entre o texto e o leitor, mas também a ações e comunicações humanas recíprocas associadas à utilização de meios de comunicação” (Jensen, 1998, p.190).

Sustentando a mesma tese, Rost (2014) vê este conceito como a ponte entre o meio e os utilizadores, dado que se situa nas zonas de contacto entre os jornalistas e os leitores,

permitindo analisar os níveis de seleção, intervenção e participação destes no conteúdo publicado. O mesmo autor, num estudo de 2006, considera a interatividade como uma aptidão que um meio de comunicação tende a conferir gradualmente aos seus utilizadores, a fim de lhes dar maior poder, tanto na seleção de conteúdos como nas alternativas de expressão e comunicação. Contudo, esta “cultura de participação” está longe de ser equilibrada entre meios de comunicação e leitores, os quais alcançaram mais poder, é certo, mas ainda bem longe daquele que é detido pelos media e seus profissionais. Esta transferência de poder apenas confere ao leitor a possibilidade de escolher o caminho de navegação ou o caminho para se expressar junto dos outros.

Rost (2014, p. 76) apresenta dois tipos de interatividade: a seletiva e a comunicativa. A interatividade seletiva, como o termo indica, consiste na seleção/controlo da receção dos conteúdos, ou seja, “cada utilizador configura a sua própria rede de acesso às notícias”. O autor enumera os elementos que lhes permite proceder a uma tal seleção, desde ligações hipertextuais para navegar pelos conteúdos, motores de busca, índices, personalização de cada página, alternativas de distribuição e receção de conteúdo. De todos estes meios, destacam-se as ligações semânticas (hipertexto), pois, tal como já referimos, é a ferramenta capaz de dar maior liberdade ao utilizador para seleccionar conteúdo.

Enquanto na sua dimensão seletiva o utilizador é mero recetor, na interatividade comunicativa passa a ser igualmente produtor de conteúdos, instaurando-se uma comunicação interpessoal. Nesta forma de interatividade, é possível encontrar dois tipos de leitores: os que partilham a sua expressão individual sem querer obter qualquer resposta e os que querem comunicar, apoiar ou confrontar uma outra ideia. Este tipo de interatividade ocorre em espaços específicos como é o caso dos fóruns, dos chats, das caixas de comentários nas redes sociais, das partilhas entre pessoas, etc... Todavia, como lembra Rost (2014), a interatividade comunicativa depende de vários fatores, como a visibilidade do conteúdo, a sua complexidade interativa, a integração de conteúdos elaborados pelo próprio juntamente com os publicados pelo meio de comunicação, e por último, o papel do leitor. Apesar de haver maior visibilidade dos utilizadores nos conteúdos noticiosos, os media continuam a controlar o produto editorial final.

Por fim, é de ressaltar que a interatividade também encerra um lado negativo que “requer a implementação de ações de moderação” (Wolfgang, 2018, citado em Palau-Sampio et al., 2020, p.4), a chamada *dark participation*, vista como “o lado mau da

participação dos cidadãos” (Quandt, 2018, p.37). Este tipo de contribuição negativa tem efeitos prejudiciais no espaço público, desde a desinformação em ambientes noticiosos não controlados até ao *cyberbullying* e *trolling*.

1.2.4 Memória

Antes de mais, é essencial distinguir o conceito de história do de memória, pois abarcam realidades diferentes. Sodré (2009, citado em Palacios, 2014, p. 90) apresenta uma distin o elementar, mas necessária, para se perceber o lugar que a memória ocupa no jornalismo, sendo que “a história   a reconstru o sempre problemática e incompleta do que não existe mais [e] a memória   um fenómeno sempre atual, um elo vivido no eterno presente; a história   uma representa o do passado”.

A memória   um mecanismo que se ativa de maneira natural no dia-a-dia, quer seja para fazer compara es ou analogias e sentir nostalgias, quer principalmente para reconstruir histórias. Assim sendo,   possível aferir o lugar que ocupa a memória no jornalismo que, na a e o de Palacios (2014),   um espaço vivo de produ o de atualidade, lugar de testemunhos, produtor de memórias do quotidiano, para posterior apropria o e (re)constru o histórica, tornando os conteúdos produzidos importantes. Por outras palavras, as próprias produ es tornam-se “memória em ato, memória enraizada no concreto, no espaço, na imagem, no objeto, atualidade singularizada, presente vivido e transformado em notícia que amanhã será passado relatado” (Palacios, 2014, p. 91).

Com o advento da internet, as notícias tornaram-se permanentes e a cria o de uma “memória coletiva de cariz global e imediato” (Canavilhas, 2005, p.2), graças a todo o material publicado, facilitou a vida dos jornalistas. Sedimentaram-se bases de dados que formam os alicerces do jornalismo digital e sem as quais as pesquisas seriam, tal como descreve Canavilhas (2005), muito mais morosas, falíveis e limitadoras, pelo facto de obrigar   desloca o do pesquisador ao local do arquivo e   procura manual. Como explica Jerónimo (2015), a Internet torna-se “uma biblioteca permanente disponível, de enorme utilidade para o jornalismo” (p. 53).   ainda Canavilhas (2014) quem sugere que, após a sua publica o, embora a notícia perca o poder de novidade, ganha uma segunda vida. Por outras palavras, “feita história, a notícia ganha novas propriedade e passa a construir uma unidade de memória” (Canavilhas, 2014, p. 7). A informa o passa a estar disponível em rede e arquivos

digitais, tornando muito mais fácil e múltipla a acessibilidade à informação. Jerónimo (2015) resume muito bem o papel desta característica quando diz que:

a memória é essencial para o funcionamento de qualquer coletivo, na medida em que cada grupo precisa de uma consciência que lhe sirva de referência. A imprensa desempenha um importante papel nesse processo, sendo umas das principais fontes quando se pretende recuperar informações do passado (p. 53)

Como atesta Palacios (2014), com a Web, “o mundo passou a fluir não apenas de modo continuado, mas também de forma multilinear e personalizável, nas muitas telas que compõem o nosso contemporâneo de medias convergentes, múltiplas interfaces e plurivocalidades” (p. 95). Refere ainda que a memória está intrinsecamente relacionada com a hipertextualidade e a multimedialidade, uma vez que as bases de dados, sejam elas ou não jornalísticas, podem ser conjugadas e interligadas e os textos podem ser indexados através de hiperligações. Contudo, estas mesmas hiperligações também estão sujeitas a suscitar esquecimento, geralmente provocado “pela quebra de hiperligações” (Canavilhas, 2014, p. 3). Por exemplo, se o conteúdo associado a uma hiperligação é eliminado, o link fica “vazio”, desfazendo a hiperligação.

Por fim, a memória tem ainda uma relação com a interatividade, dado que o ciberjornalismo estimula “a construção de contextos para as notícias por parte do próprio usuário através da memória arquivada e os conteúdos das bases de dados à sua disposição” (Palacios, 2014, p. 96), podendo assim acrescentar informações às bases de dados já disponíveis, num processo de *empowerment*.

1.2.5 Instantaneidade

A velocidade no jornalismo tem a ver com o objetivo de ser o primeiro a contar. Esta competência sempre foi intrínseca à profissão, dado que “a notícia é, afinal, algo novo para alguém e isto significa ser o primeiro a contar o fato ocorrido à audiência” (Bradshaw, 2014,

p. 111). Se não for possível ser o primeiro a publicar a história, deve ter-se a primeira fotografia, entrevista ou reação, etc. Existe uma necessidade de instantaneidade na distribuição de conteúdo. Por isso, os meios de comunicação social adotaram sucessivas tecnologias como ocorreu, por exemplo, com o telégrafo ou a fotografia. Bradshaw (2014) lembra que, doravante, quando o utilizador descobre algo que suscita o seu interesse não necessita de esperar pelos meios de comunicação tradicionais para saber mais sobre o assunto, uma vez que pode ter acesso imediato à informação. Para tal, basta recorrer aos dois principais instrumentos de pesquisa: motores de busca e redes sociais. Contudo, a Internet trouxe um outro desafio para o jornalismo. Tal como explica ainda Bradshaw (2014), a instantaneidade do *web publishing* não consiste apenas em publicar em primeiro lugar, mas acima de tudo, em ser distribuído e consumido antes dos concorrentes.

Há cada vez mais uma vontade dos meios de comunicação de publicar e fornecer conteúdos online quase em tempo real, alterando profundamente a dinâmica das redações. No âmbito do jornalismo impresso, é feito passo a passo, estando toda a redação sincronizada, desde a busca de informações até à distribuição dos jornais. Contudo, com esta necessidade de publicar rapidamente, já não é possível manter uma tal estrutura de produção. Por isso, há necessidade de adaptação das redações para ser possível “publicar a qualquer hora, sem ter de esperar pela edição em papel do dia, da semana seguinte ou do próximo noticiário radiofónico ou televisivo” (Jerónimo, 2015, p. 52). Em jeito de conclusão, Zamith (2011) destaca a extrema relevância desta característica, também porque se adapta à cobertura noticiosa de factos imprevistos, como acidentes e catástrofes, permitindo uma atualização contínua da informação e dos conteúdos. Em suma, “com a Internet não há fecho de edição” (Jerónimo, 2015, p. 52).

1.2.6 Personalização

Santos (2018) constata que a necessidade de saber o que se passa minuto a minuto por parte do público é cada vez maior, devendo-se ao facto de este se tornar cada vez mais exigente e personalizado. Posto isto, “Como publicar um conteúdo?” não é mais a questão premente que se coloca. Foi substituída por outra: Como ser relevante e manter a ética jornalística? No mundo digital, é preciso atender às necessidades dos públicos para que se mantenham fiéis, sem nunca esquecer o Código Deontológico dos Jornalistas. Há, de facto,

diferentes definições do que pode ser a personalização no âmbito do jornalismo digital, mas todas desaguam no mesmo ponto: as necessidades do indivíduo. Pavlik (2001) vê a personalização não como uma triagem de notícias, mas a obtenção de notícias personalizadas em função da situação de vida do indivíduo. Por seu turno, Lorenz (2014) aborda a personalização como se se tratasse de um negócio de catering em que o objetivo seria apresentar opções baseadas nas necessidades e preferências do utilizador. Também Palacios et al. (2002) se referem ao processo de configuração dos produtos jornalísticos de acordo com os interesses individuais.

Para abordar a importância da personalização no ciberjornalismo – que se distingue da uniformização do jornalismo impresso –, Zamith (2011) baseia-se na classificação de López, Gago e Pereira (2003) que apresentam cinco categorias: aspeto gráfico (tipo de letra, cor); conteúdos informativos (escolha através de filtros); serviços (escolha de acordo com critérios específicos); envio de informação (frequência via e-mail) e visualização multimédia (critérios de acordo com o dispositivo utilizado). Estes autores subdividem a personalização em duas vertentes. A personalização ativa consiste na definição manual pelo utilizador das suas preferências cada vez que entra no espaço da web, enquanto a passiva regista as nossas opções de personalização para posterior uso a cada vez que entramos naquele sítio. A personalização, especialmente a passiva, está intimamente associada à utilização de algoritmos por parte das empresas, com todas as questões éticas associadas. A personalização é, em definitivo, uma característica do ciberjornalismo que nos procura manter apegados a um determinado meio de comunicação. Não nos impede de ler notícias noutras páginas ou sites, mas procura canalizar as nossas preferências e hábitos, instituindo uma certa rotina.

1.2.7 Ubiquidade

A palavra ubiquidade significa estar presente simultaneamente em muitos ou todos os lugares. Em contexto digital, a “ubiquidade implica que qualquer um, em qualquer lugar, tem acesso potencial a uma rede de comunicação interativa em tempo real” (Pavlik, 2014, p.160). Jerónimo (2015) considera esta característica como sendo a principal da globalização da informação. Paulatinamente, jornalistas e meios de comunicação foram se apercebendo que, apesar de terem um público-alvo específico, por exemplo localizado numa determinada

área geográfica, não estão apenas a produzir para esse público, mas potencialmente para uma audiência global. Tudo o que está na web está disponível para todos, sendo que os *smartphones* e *tablets* reforçam cada vez mais o “potencial ubíquo da internet” (Zamith, 2011, p. 35). Em virtude desse novo ecossistema, os jornalistas adotam novas técnicas e rotinas de escrita, como substituir certos advérbios de tempos (ontem, hoje, amanhã) pelos dias da semana ou traduzir os textos em diversas línguas, entre outras.

Pavlik (2014) apresenta quatro consequências maiores da conectividade global do jornalismo nas nossas sociedades. A primeira está relacionada com o jornalismo cidadão. De facto, o uso massivo de telemóveis e *tablets* suscita uma participação mais ampla dos cidadãos no processo de recolha e distribuição de informação. Uma segunda repercussão tem a ver com a intensificação da geolocalização. Cada vez mais se partilham vídeos e fotografias com a indicação da respetiva localização, quando não são as próprias aplicações ou sites que requerem a informação da área geográfica em que nos encontramos. A terceira consequência refere-se ao crescimento do *Big Data* e do jornalismo de dados. Com a conectividade ubíqua associada à internet, os jornalistas conseguem aceder a um maior volume de informação, analisar e gerar conteúdo. Em último lugar, assiste-se ao declínio da privacidade e a “sua substituição por uma sociedade de vigilância global” (Pavlik, 2014, p. 177). A ubiquidade da Internet faz do espaço público uma sociedade panóptica em que “todos” conseguem ver o que fazemos nas redes sociais e sites (comentários, partilhas, etc.). Em suma, a ubiquidade do ciberjornalismo vai muito para além da simples leitura e acesso das notícias e do contributo do público, mas coloca também questões éticas complexas.

1.3 A evolução do ciberjornalismo

Vivemos num mundo em que o acesso à informação atualizada é cada vez mais essencial. O ciberjornalismo veio moldar a produção, distribuição e consumo de notícias, redefinindo a forma de fazer jornalismo. Embora tais mudanças tenham ocorrido de forma célere, este processo passou por diversas fases, com as respetivas adaptações ao novo ecossistema tecnológico e social, tanto a nível global como nacional.

1.3.1 Perspetiva global

Pavlik (2001) sistematizou a evolução nascente do jornalismo digital em três fases. A primeira ficou marcada pelo *shovelware*, uma prática iniciada nas redações norte-americanas que consistia na publicação online de material produzido para os meios tradicionais, com poucas ou nenhuma adaptação. Num segundo momento, começou-se a distinguir-se os melhores sites de notícias, embalados pela aposta em conteúdos originais para o ambiente digital, com recurso a novas ferramentas:

(...) hiperligações para outros sítios Web; algumas capacidades interativas, como motores de busca e índices eletrónicos clicáveis, em que o leitor utiliza um rato para seleccionar diferentes conteúdos; alguns conteúdos multimédia, como fotografias, vídeo e áudio; e alguma personalização de sítios e informações, em que os leitores criam a sua própria categoria pessoal de notícias, listagens de ações e outros conteúdos. (Pavlik, 2011, p. 43)

É nesta fase que se vulgariza o termo *mediamorfose*, cunhado por Roger Fidler (1997, citado em Alves, 2006), a partir da observação da génese destes novos meios de comunicação. Trata-se de um verdadeiro terramoto mediático, cujos abalos compeliram os meios tradicionais a encetar um processo de metamorfose, para se adaptarem à nova realidade.

A terceira e última fase é marcada pelo reconhecimento do digital como forma legítima para a difusão de notícias, concedendo assim reconhecimento ao jornalismo digital. Nesta etapa, os jornalistas passam a produzir conteúdos exclusivos para os sites, experimentando novas formas de *storytelling* através da “imersão narrativa que permite ao leitor entrar e navegar por uma reportagem, em vez de simplesmente observar” (Pavlik, 2001, p. 43). Passa a haver cada vez mais vontade de divulgar notícias na rede em função de uma comunidade online, abrindo as portas para um jornalismo participativo que abordaremos mais à frente.

De forma mais detalhada e menos positiva, também Thomas Quandt (2023), se debruçou sobre a influência do contexto político, económico e social no desenvolvimento mundial do ciberjornalismo. Quandt elabora um friso cronológico em quatro tempos, três

dos quais correspondem a um estado de espírito: nicho, euforia, desilusão e, por último, desgraça e tristeza.

No início, aquando do aparecimento da Internet, “o jornalismo online teve de encontrar o seu nicho, muitas vezes contra as estruturas e rotinas existentes no sistema mediático” (Quandt, 2023, p. 4). Refere o autor que a *world wide web* ganhou força em 1991, mas apenas em 1993 foi introduzido o primeiro programa de navegação compatível com o sistema *Netscape Navigator*, criado por Marc Andreessen, que se tornou bastante popular junto de um “pequeno grupo de usuários” (p. 5) que então navegava online. É necessário recordar que, “em meados da década de 1990, menos de um por cento da população mundial tinha acesso à Internet, situando-se a grande maioria nos Estados Unidos” (Quandt, 2023, p. 5). Por isso, os meios de comunicação não investiram no jornalismo digital. Não havia nem público, nem rentabilidade suficiente. Recorria-se então à técnica do *shovelware*, tornando os sites totalmente dependentes das versões tradicionais dos meios de comunicação social. Para Quandt (2023, p. 7), o primeiro acontecimento-chave que traz para a ribalta o poder das notícias online ocorre com a publicação do *Drudge Report* (1998):

Que era essencialmente um site de mexericos e notícias, que desencadeou um enorme escândalo quando revelou que a *Newsweek* não estava a publicar deliberadamente uma história sobre a relação sexual do presidente do EUA, Bill Clinton, com uma estagiária... Apesar de o Drudge não ter sido o autor da história, o acontecimento não deixou de sublinhar que as notícias online – de alguma forma – podiam ter algum impacto devido à sua rapidez e frontalidade. (p. 7)

No início dos anos 2000, aparecem os j-blogs-geridos por jornalistas. Segundo Quandt (2023), havia um conjunto de sentimentos misturados com a racionalidade económica que então se vivia, desde “entusiasmo, excesso de confiança, ganância, mentalidade de rebanho e estupidez” (p. 8). Experimentava-se então alguma estagnação na profissão do jornalista e uma certa falta de conexão com o público, esperando-se que o jornalismo digital pudesse ser uma tábua de salvação, integrando os cidadãos no processo de

produção noticioso. A mesma linha de pensamento é partilhada por Canavilhas (2023) o qual afirma que, embora os media estivessem a atravessar um período de dificuldades, começaram a experimentar novas tecnologias na esperança de recuperar as audiências que tinham vindo a perder e ainda trazer toda uma nova geração atraída por essas mesmas tecnologias.

Dá-se então início à segunda fase (euforia). Na ótica de Quandt (2023), foi em 2001 – mais precisamente com os atentados do 11 de setembro, que chocaram o mundo – que os sites de notícias mostraram todo o potencial do jornalismo digital com atualizações quase permanentes, atraindo muitos utilizadores que até então só confiavam nos meios tradicionais. Houve então um crescimento em massa e fortes investimentos na tecnologia, num tempo em que as conexões online eram cada vez mais rápidas e acessíveis a mais grupos de utilizadores. Viviam-se uma era de prosperidade para o jornalismo digital. Nesse contexto, nasceu o interesse por parte de académicos e gestores por uma Internet participativa. “O primeiro grupo esperava uma sociedade mais democrática apoiada por cidadãos altamente envolvidos que se tornassem jornalistas em tempo livre; o segundo esperava ‘conteúdos gerados pelos utilizadores’ gratuitos fornecidos por uma força de trabalho leiga disposta a isso.”, sintetiza Quandt (2023, p. 9). É então que uns e outros manifestam cada vez mais interesse pelo recurso às redes sociais digitais.

A terceira fase (desilusão) tem início na segunda década do século XXI, altura em que ocorrem alguns acontecimentos-chave para o jornalismo online, como os casos Wikileaks¹ e Edward Snowden². Segundo Quandt (2023), tais casos aliados à crise na Europa (2009), suscitam uma notável desilusão nas esperanças democráticas e na euforia da fase anterior. O não cumprimento das promessas de uma Internet participativa levou ao desvanecimento do entusiasmo pela informação e o papel dos media em ambiente digital.

A quarta e última fase descrita por Quandt é definida como um tempo de desgraça e tristeza. Após o abalo de confiança drástico provocado pelo caso de Snowden, o ceticismo não se repercutiu apenas na relação das populações com os seus governos, mas em todas as áreas do espaço público digital. Os investigadores identificaram uma “guerra no

¹ Divulgação massiva de documentos confidenciais do governo Estados Unidos da América (2010), que impactou as relações internacionais do país.

² Edward Snowden era um técnico da CIA acusado de espionagem (2013), após ter divulgado informações sigilosas da segurança dos EUA e apresentar documentos comprovando que os programas de vigilância eram utilizados no país para espionar a população americana, mas também a nível mundial.

ciberespaço” (Aro, 2016) e a necessidade de “controlar as conversas” (Santana, 2016) (citados em Quandt, 2023, p.12). Outros acontecimentos contribuíram para a implementação desta fase como a campanha eleitoral de Donald Trump (2016) ou a pandemia da Covid-19 (2020-2021) em que houve um excesso informativo descrito por Canavilhas (2023) como um fenómeno que desencadeou uma rejeição significativa, “porque muito volume de informação acaba por gerar insegurança sobre a sua veracidade, situação que foi aproveitada pelos movimentos negacionistas para injetar informação falsa no espaço mediático” (p.154). O que outrora era motivo de euforia, passou a ser causa de desconfiança.

Para além das quatro fases enunciadas por Quandt (2023), Canavilhas (2023) prolonga a evolução do jornalismo digital, tendo em conta as cinco gerações definidas por Luciana Mielniczuk (2003) e Suzana Barbosa (2007, 2013). Assim sendo, a quinta geração está associada à massificação dos *smartphones* e *tablets*, como “plataformas de consumo” (Canavilhas, 2023, p. 34). Como descrito na fase anterior, os consumidores eram e continuam a ser bombardeados com um grande volume de informação por vezes verdadeira, por vezes falsa. Tal não aconteceria, pelo menos com a mesma intensidade, se não existissem os dispositivos móveis.

1.3.2 Perspetiva nacional

Em Portugal, a popularização do jornalismo online ocorreu com algum atraso em relação ao continente norte americano. Hélder Bastos (2023) analisou a evolução do ciberjornalismo em solo nacional, a qual se pode dividir em três grandes fases: implementação (1995-1998), expansão (1999-2000) e depressão/estagnação (2001-2020).

Na fase da implementação (1995-1998), novas ferramentas começaram por provocar um certo sentimento de desconfiança por parte dos jornalistas, mas não tardaram a ser usadas no quotidiano, de múltiplas formas: investigação, marcação de entrevistas, correio eletrónico, permitindo abolir ou diminuir certas barreiras comunicacionais como a distância, potenciar a comunicação interpessoal e a partilha de ficheiros, etc... Para não perder a carruagem digital, empresas mediáticas portuguesas lançaram uma série de projetos, amiúde de forma aventureira e experimental. Os jornais passaram a abrir os seus próprios sites e as rádios e televisões a emitirem na Web. Segundo Bastos (2023), o *Jornal de Notícias* foi o primeiro a atualizar diariamente a sua informação na sua edição online (26 de julho de 1995).

O mesmo autor mostra as pisadas seguidas por outros meios de comunicação, a 22 de setembro de 1995, o jornal *Público* passou a oferecer atualizações diárias na Web com qualidade, mas antes desta data já o Público colocava online, de forma esporádica, alguns artigos da edição impressa. Ainda no mesmo ano nasceu a versão online do *Diário de Notícias* (29 de Dezembro), seguindo-se o *Expresso* (17 de julho de 1997) e o *Correio da Manhã* (19 de março de 1998). Contudo, o primeiro jornal exclusivamente online nasceu no dia 5 de janeiro de 1998, o *Setúbal em Rede*, sendo um órgão de informação de natureza regional. Neste período, alguns jornalistas foram destacados para realizarem o trabalho digital, que consistia essencialmente num conjunto de tarefas sedentárias as quais implicavam poucas ou nenhuma saída em reportagem, cingindo-se à edição de textos e adaptação de conteúdos da versão impressa (*shovelware*). Este novo tipo de prática jornalística era desvalorizado pelas próprias redações.

A fase da expansão (1999-2000) coincide com a necessidade de crescimento no ciberespaço por parte das empresas do setor. Nasceram em Portugal os primeiros jornais generalistas em formato exclusivamente online como o *Diário Digital* (1999) e o seu concorrente mais direto *Portugal Diário* (2000), mas também novas formas de financiamento como a venda de notícias a grupos empresariais e instituições, por exemplo. Todavia, os acordos publicitários com os setores da banca e das telecomunicações continuaram a ser cruciais para o equilíbrio do setor digital. Estas mudanças ocorrem à velocidade da luz, sendo esta fase a mais curta, cerca de um ano, marcada por um otimismo exagerado. Não tardou muito até que o mercado começasse a ficar saturado e a que a disseminação de notícias não tivesse fronteiras definidas. Começou a existir uma certa dificuldade em distinguir o que é verdadeiro e viável de uma desinformação que doravante se materializa nas chamadas *fake news*. Já então Nuno Azinheira (*Público*, 11 de agosto 2000) chamava a atenção para a saturação e a falta de qualidade noticiosa de muitos sites, sendo postos em causa os limites éticos do jornalismo: “Há *sites* que não são órgãos de comunicação social, que estão a fazer conteúdos informativos sem capacidade profissional nem qualidade legal para tal. (...) É urgente que o Sindicato de Jornalistas, a Alta Autoridade para a Comunicação Social, o Instituto da Comunicação Social, o Governo e a Assembleia da República reforcem a legislação nesta área” (Delgado, Fundação Diário Digital, citado por Azinheira, 2000).

Na fase de estagnação (2002-2020), “o medo de canibalizar o meio tradicional e a preocupação em obter lucros imediatos limitaram bastante o ímpeto inovador, mesmo quando os problemas iniciais de acesso (velocidade de conexões, por exemplo) foram sendo eliminados” (Bastos, 2023, p. 34). A prática recorrente do *shovelware* levou a uma certa estagnação do ciberjornalismo. Baseando-se nas conclusões do relatório da Associação Mundial de Jornais (WAN-IFRA, 2013), Hélder Bastos (2023) conclui que embora a Internet fosse um meio comum para obter informação, os sites de jornais não atraíam utilizadores durante muito tempo. Um dos maiores desafios para os editores passa então por aumentar a interação das audiências com as plataformas digitais. O insucesso das várias tentativas levadas a cabo dá lugar a uma crise profunda. Devido à falta de financiamento, suscitada pelas políticas de redução de custos, despedimentos, racionalização de recursos, congelamento de projetos e inclusivamente a integração de sites até então autónomos – como foi o caso do *Diário Digital* que passou a juntar-se aos sites *Super Elite* e *Desporto Digital* – acaba a ilusão de que a simples transição para o ambiente web seja a solução para o crescimento do jornalismo e a sua sobrevivência económica. A contracorrente, são feitos alguns investimentos como o lançamento de versões online de media tradicionais, como é o caso da *SIC* ou da *Visão*, ou a introdução do vídeo online e da reportagem multimédia. Empresas como a *Portugal Telecom*, *Correio da Manhã*, *Expresso* e *TSF*, entre outras, inovam de forma significativa, numa altura em que, segundo Bastos (2011), “surgiam notícias que indicavam que os cibernautas portugueses recorriam cada vez mais aos sites e portais de informação para se manterem a par das notícias diárias, em detrimento da leitura dos jornais tradicionais” (p. 12).

Tais investimentos não foram, todavia, suficientes. A falta de vendas e investimento publicitário levou a uma crise no setor. O aparecimento dos dispositivos móveis como os *tablets* foi vista como uma nova tábua de salvação financeira. Bastos (2011) considera que o acessório venceu o essencial, não tendo havido capacidade de investimento em produções ciberjornalísticas com qualidade, pertinência e relevância, cingindo-se as empresas a apostar no *design*, *home pages*, etc... Ainda Bastos (2011) resume, de forma simples e eficaz, os primeiros anos do ciberjornalismo em Portugal, destacando a falta de exploração das enormes potencialidades do digital e das características diferenciadoras deste novo meio por parte dos media online portugueses. Atualmente, começa a apostar-se cada vez mais em redações e departamentos inteiramente digitais, como é o caso do jornal regional *O Minho*,

objeto de estudo desta dissertação. Quanto ao que está para vir Calderón et al. (2021, p.286) acredita que:

O futuro do jornalismo na Ibero-América se assemelha às dinâmicas globais onde, através da acelerada tecnologização da profissão, a fragmentação das audiências, a especialização e personalização dos conteúdos, a participação dos utilizadores/audiências, a concentração mediática, o intervencionismo governamental e a consolidação das plataformas digitais e das redes sociais como parte fundamental das rotinas jornalísticas definem as tendências a seguir.

Canavilhas (2023) tem uma perspetiva diferente de Bastos (2023) no que toca à marcação dos períodos de evolução do ciberjornalismo luso. Numa pesquisa de 2010, Canavilhas seguia a lógica de Bastos (2023) e a divisão da evolução do ciberjornalismo em três estágios. Todavia se Canavilhas (2023) concorda com a calendarização da primeira fase (1995-1998) e chega às mesmas conclusões – acrescentando “informações relacionadas com os modelos económicos usados pelos media” (p. 36) –, o mesmo já não acontece para as duas fases seguintes. No que se refere à segunda etapa, discorda das datas (1999-2000) propostas por Bastos (2023), propondo antes o período 1999-2006. Canavilhas (2023) refere-se, por exemplo, à utilização intensiva de conteúdos de vídeo, mesmo na publicidade, após o lançamento do Youtube (2005), que “facilitou o alojamento deste tipo de conteúdo cujo consumo crescia rapidamente” (p.37).

Portanto, o último estágio teria início em 2007. Canavilhas ressalta ainda um facto não abordado por Bastos: o fim do acesso gratuito aos conteúdos. Nesta fase, surgiram os “modelos *freemium* (mistura de informação gratuita e paga)”, formato utilizado até aos dias de hoje pelos meios de comunicação social. “Esta alteração levou a um crescimento das assinaturas online nos jornais de referência como o Público (+150%) e o Expresso (+629%)”, sublinha Canavilhas (2023, p.37).

No decurso deste primeiro capítulo, apresentamos uma análise abrangente e aprofundada das várias nomenclaturas utilizadas na definição do ciberjornalismo/jornalismo

digital. Foram ainda exploradas as características diferenciadoras desta nova forma de produzir e difundir informação, o que nos permitirá ter uma visão mais ampla e abrangente para o nosso estudo de caso. Por último, efetuamos um mapeamento da evolução do ciberjornalismo no mundo e em Portugal, desde a sua origem. A nossa reflexão leva-nos agora a concentrarmo-nos no jornalismo de proximidade e de cidadão, tendo como principal enfoque a forma como essas abordagens têm moldado a informação digital junto das comunidades locais e o modo como os cidadãos se tornaram ativos na criação e disseminação dos conteúdos.

2 JORNALISMO DE PROXIMIDADE E CIDADÃO: IMPACTO E RELEVÂNCIA SOCIAL

Analisado o conceito de ciberjornalismo, passamos a abordar dois outros conceitos ao centro da nossa reflexão: jornalismo de proximidade e cidadão. Assim, num primeiro momento, concentrar-nos-emos no jornalismo de proximidade, a fim de percebermos a sua finalidade e relevância no âmbito do periodismo e da sociedade em geral, com uma atenção especial relativamente à sua evolução no âmbito do universo digital. Deste modo, procederemos a uma observação cronológica da implementação desta forma de jornalismo e dos cibermeios regionais em Portugal. Numa segunda parte, será analisada a questão do jornalismo cidadão, de modo a compreender o papel dos cidadãos no fluxo informativo de cariz local, tendo ainda em conta o papel das tecnologias e, de modo particular, das redes sociais na promoção destes dois tipos de periodismo.

O jornalismo de proximidade, também conhecido como jornalismo regional ou local, coloca em cima da mesa eventos e pessoas que moldam a nossa vida em comunidade. Camponez (2002) fala numa busca de audiências e fidelização de leitores que resultam da procura intencional de vínculos de proximidade entre os centros produtores de conteúdo e os seus públicos, gerando um sentimento de pertença a uma comunidade e a uma região. De facto, como recordam Gonçalves et al. (2021), a proximidade é um fator poderoso e determinante na busca e escolha de informação.

López-García (2020) alerta para o facto de que não é por algo ser próximo que tem de ter um impacto reduzido, bem pelo contrário. Nesse sentido, refere Paiva (2023), a comunicação comunitária – bem como o jornalismo local ou de proximidade e o hiperlocal – procura combater o ambiente atual de produção generalizada de informações falsas. De facto, o uso das redes sociais e dos dispositivos móveis faz com que aquelas se propaguem mais rapidamente. Por isso, a autora traça um perfil bastante específico do jornalismo de proximidade: “a preocupação de informar de maneira correta e precisa sobre temas que são de interesse aos seus leitores e incentivar a sua capacidade interpretativa” (p.25) e, conseqüentemente, terem um “papel decisivo no sentido de intervenção na produção das notícias falsas” (p.25).

No que toca ao jornalismo de cidadão, este é uma prática que busca a promoção da participação ativa dos cidadãos no espaço público. Com o desenvolvimento da internet e,

consequentemente, das novas tecnologias, os meios de comunicação social procuraram criar espaços próprios para lhes dar voz, “potencializando a natureza colaborativa da Web” (Canavilhas & Rodrigues: 2012, p. 270). Estes autores dão alguns exemplos dessa prática, tais como “comentar notícias, participar em fóruns, responder a inquéritos, atualizar blogues, contribuir para a realização de entrevistas coletivas, partilhar conteúdos nas redes sociais, enviar fotos, vídeos e textos para publicação no próprio espaço do jornal” (p. 270). Consideram ainda que tais ferramentas contribuem para que a produção noticiosa seja mais rápida no que toca ao acesso às fontes e à recolha de informação. Por outro lado, nascem novos desafios em relação à exigência e rigor na verificação dos factos por parte dos jornalistas, no âmbito de uma proximidade reforçada. Mais à frente, procuraremos entender como é que o jornalismo de proximidade impulsiona o jornalismo de cidadão, mas antes é essencial entender o conceito de proximidade.

2.1 Entender a proximidade

Atualmente, “quando falamos do local não nos referimos a uma esfera minoritária, mas sim a um espaço estratégico fundamental para o desenvolvimento da comunicação ao serviço dos cidadãos na sociedade em rede” (López-García, 2020, p.76). O mesmo autor considera que, apesar de todos fazermos parte de uma economia global, encaramos a vida de uma forma local, fazendo com que a comunidade desempenhe um papel crucial na origem das manifestações identitárias e coletivas, sendo o seu principal veículo os meios de comunicação locais. López-García (2020) conclui que as transformações sofridas pela sociedade de informação e do conhecimento suscitam novos contextos que exigem novas respostas, num cenário glocal, conceito que abordaremos mais à frente.

Segundo Godinho e Pereira (2020), é difícil definir o jornalismo de proximidade, uma vez que, existem inúmeros investigadores a debruçar-se sobre o assunto, não havendo unanimidade na sua definição. As diversas definições têm, todavia, um ponto em comum: trata-se de informar a comunidade de um determinado espaço geográfico.

Na sua definição de jornalismo de proximidade, Ricarte e Ramos (2003) recorrem a três termos para designar este tipo de jornalismo:

Jornalismo local, regional ou de proximidade são termos utilizados para designar os media, sejam eles impressos, digitais, emissoras de rádios ou televisões que possuem uma maior proximidade com as suas audiências. Esta aproximação ocorre normalmente num determinado espaço geográfico e a maior parte das notícias publicadas ou veiculadas ocorrem sobre o espaço delimitado (p.165).

O que é facto é que o jornalismo de proximidade desempenha um papel de extrema importância para o fortalecimento das comunidades locais e o exercício da cidadania. Através desta abordagem, é possível não só ter informações mais detalhadas sobre acontecimentos locais, mas também ter em atenção os aspetos e impactos de outras ocorrências mais globais para aquela comunidade específica. Citando uma conferência de imprensa de Julio Puente, então diretor do diário *Faro de Vigo*, Carlos Camponez (2002) define a imprensa local como um jornalismo de nomes e apelidos, dado que as publicações regionais se preocupam em “contar vida miudinha”, ao invés dos grandes media. Esta é a sua força não só apenas junto dos leitores, mas também do mercado. O mesmo autor (2002) considera aliás que o jornalismo de proximidade constitui um elo não apenas com as pessoas que residem no local de abrangência da publicação, mas abarca inclusivamente os cidadãos que já viveram naquela região ou comunidade. Camponez (2012) utiliza a expressão *comunidades de lugar* para definir com mais clareza este elo de comunicação, em que se reconhecem através dos “valores e interesses construídos e recriados localmente, a partir de uma vivência territorialmente situada” (p.36-37). Partilhando a mesma perspetiva, Labella (2010, citado em Jerónimo & Esparza, 2023) considera que o “jornalismo local é aquele que se realiza a partir do mesmo ambiente que é partilhado com os cidadãos, por e para esse ambiente” (p.2). Para a autora, este tipo de jornalismo reforça uma identidade cultural prévia, sendo que “as informações locais alimentam essa identidade, proporcionando aos membros de uma comunidade o conhecimento necessário para exercerem a cidadania naquele ambiente” (Jerónimo & Esparza, 2023, p.2).

Por seu turno, Ramos e Grupillo (2020) entendem que “a prática jornalística de divulgação de notícias em uma área localizada” (p. 2) deve chamar-se jornalismo regional.

Também Gonçalves et al. (2021) apelidam de jornalismo regional aquele que se refere à “cobertura de acontecimentos e temas numa escala pequena e local que normalmente não seriam seguidos pelos grandes meios de comunicação social, que tendem a cobrir histórias de interesse para um público nacional mais vasto” (p. 2). Com uma visão um pouco mais atual, embora não muito diferente das definições precedentes, Heilselberg e Hopmann (2024) afirmam que:

O jornalismo de proximidade é prestado em comunidades, tanto urbanas como não urbanas, rurais e regionais, e a ambição do jornalismo local é servir os desejos e as necessidades das áreas em que se situa. Assim, o jornalismo de proximidade tem por objetivo fornecer conteúdos relevantes num contexto geográfico específico, desempenhar um papel na ligação em rede da comunidade local e servir os interesses locais (p.3).

Segundo Ricarte e Ramos (2023), a expressão jornalismo de proximidade é a mais recente pois com o aparecimento da Internet as limitações geográficas desvaneceram-se até um certo ponto. Nessa ótica, esta formulação define todo o jornalismo próximo das comunidades, sendo um “termo mais amplo, que engloba local e regional, sem limites geográficos” (p.167). Por isso, jornalismo de proximidade será a expressão que utilizaremos ao longo desta dissertação para nos referirmos a este tipo de produção de conteúdos jornalísticos. Ora, o conceito de jornalismo de proximidade está intimamente associado ao conceito de imprensa regional, que Jerónimo (2015) define como “todas as publicações periódicas de informação geral, que dedicam, de forma regular, a maioria dos seus conteúdos noticiosos a factos ou assuntos de ordem cultural, social, religiosa, económica ou política” (p.11) no âmbito de comunidades ou territórios específicos. Para Jerónimo e Esparza (2023), estes media regionais – para além de influenciarem a agenda pública de comunidades mais pequenas – têm um papel crucial na consciencialização dos cidadãos sobre os seus líderes, políticas e visões divergentes, assim como na responsabilização dos representantes públicos pelas suas ações e decisões perante a comunidade.

Em jeito de conclusão, Heiselberg e Hopmann (2024) consideram que o jornalismo de proximidade deve cumprir quatro funções diferenciadoras relativamente ao seu congénere de âmbito nacional. Em primeiro lugar, corroborando a reflexão de Jerónimo e Esparza, deve responsabilizar o governo e as autoridades locais. Em segundo, tem por missão apoiar a identidade cultural e a coesão da comunidade ao manter os cidadãos informados sobre assuntos locais. Em terceiro lugar, tem tendência a ser menos sensacionalista. Por fim, procura contar histórias de interesse humano sobre as pessoas que vivem numa dada comunidade. Tais funções são cumpridas com maior eficácia se o profissional for um jornalista local uma vez que, como afirmam Gonçalves et al. (2021), têm a proximidade como vantagem, estão mais próximos dos assuntos que cobrem e, conseqüentemente, em condições para exercer um jornalismo mais adaptado às necessidades da comunidade em que estão inseridos. Trata-se de um jornalismo cívico.

“O jornalismo cívico começa por ser um jornalismo de proximidade”, como refere Camponez (2002, p. 165). O autor define a proximidade procurada pelo jornalismo cidadão como o resultado de uma busca deliberada dos cidadãos, ou seja, existe quase uma “revolução copernicana na forma de encarar o jornalismo” (p.167), em que se passa da notícia como mero produto consumível para uma maior preocupação com o cidadão e o seu desenvolvimento cívico. Ora, esta proximidade precisa ser cultivada por parte do jornalista. Se antes este profissional assumia o papel de “observador situado num palco privilegiado de onde olha a sociedade” (p.167), agora o seu lugar é entre os cidadãos. Só assim poderá ver os verdadeiros problemas e preocupações da comunidade que o rodeia e cultivar uma certa proximidade. Nesse sentido, Camponez (2002) considera que a proximidade do jornalismo cívico assume uma “perspetiva de compromisso no incentivo da vida pública” (p.168).

2.1.1 A adaptação dos “pequenos” ao novo mundo digital

“O ciberjornalismo veio revitalizar o jornalismo de proximidade”, afirma Jerónimo (2015, p. 90). Depois de anos de pesquisas sobre a globalização potencializada pelo aparecimento da Internet, a comunidade académica começou também a interessar-se pelos media de proximidade (Jerónimo e Correia, 2020). Com a web, as notícias propagam-se rapidamente e os temas nacionais e internacionais ocupam grande parte das manchetes, o que pode fazer com que nos esqueçamos, por vezes, daquilo que se passa à porta de casa.

Com a globalização, chegou-se mesmo a “pressupor o fim da comunicação local, para em seguida se constatar o contrário: a revalorização da mesma, a sua emergência ou consolidação em diferentes contextos e sob múltiplas formas” (p. 90), assistindo-se a um “renovado equilíbrio” (López- García, 2020, p.76) entre o global e local. O mesmo autor recorre ao termo “glocal” – originário de um conceito japonês traduzido para inglês nos anos 1990 pelo sociólogo Roland Robertson – consistindo na possibilidade dos meios de comunicação se tornarem locais e globais ao mesmo tempo. Ou seja, com o aparecimento das novas tecnologias, os meios de comunicação social locais, diz-nos López-García (2020), tiveram de reinventar as suas alianças com as comunidades locais, rever as suas estratégias e incorporar novos perfis profissionais. Só assim conseguem contar histórias simultaneamente baseadas na identidade de uma determinada comunidade e em valores universais partilhados entre comunidades. Eis que o jornalismo de proximidade volta a ganhar protagonismo, o número de jornalistas a produzir informação local diária aumenta e a sua importância social é reconhecida. Note-se que, tal como Jerónimo et al. (2022) mostram no seu estudo, no jornalismo regional as estruturas empresariais “nem sempre são profissionais, as redações têm uma cultura de produção tradicional (jornal em primeiro lugar) e com menos jornalistas” (p.815). Desenvolve-se então o que Jerónimo (2015) define como ciberjornalismo de proximidade, ou seja, a “especialidade do jornalismo de proximidade que emprega o ciberespaço para investigar, produzir e sobretudo difundir conteúdos jornalísticos referentes a um determinado território e/ ou comunidade” (p.12). Segundo o autor, o termo terá surgido em julho de 2010, aquando da apresentação pública do seu projeto de doutoramento.

Segundo Gonçalves et al. (2011), o jornalismo de proximidade está a passar por uma revolução em grande parte suscitada pela ascensão do digital e a crescente utilização de dispositivos móveis que modificam o modo de aceder, encontrar e partilhar informações por parte do utilizador. Num estudo relativo à adaptação dos meios regionais à internet, Jerónimo (2011) identificou a prática do *shovelware* (cf. capítulo 1) nas primeiras versões dos ciberjornais regionais, desempenhando o texto o papel principal e estando a fotografia quase ausente. Progressivamente, com o desenvolvimento das redes sociais digitais, o jornalismo de proximidade soube apropriar-se das características do ciberjornalismo, mantendo as suas especificidades. Das sete variáveis apontadas no capítulo anterior, Jerónimo (2015)

identificou então um subaproveitamento da hipertextualidade, da interatividade e da multimedialidade, por parte dos ciberjornais regionais.

Em suma, o jornalismo de proximidade assume um papel de extrema importância, não só na região em que se insere, mas também na conexão e criação de laços com os emigrantes, espalhados por todo o mundo, os quais querem continuar a comunicar com as suas comunidades de origem. Um tal sentimento tornou-se mais efetivo graças ao aparecimento da Internet, dos dispositivos móveis e das redes sociais. É, por isso, importante analisar a evolução do jornalismo de proximidade em Portugal.

2.1.2 A implementação do ciberjornalismo de proximidade em Portugal

Jerónimo (2015) sistematizou a evolução do ciberjornalismo de proximidade em Portugal em quatro períodos: implementação, reação, *boom* e estagnação. Entre 1996 e 1997 decorre a fase da implementação, durante a qual um pequeno grupo de publicações regionais adotou a Internet, criando os seus domínios³ e cibermeios⁴, disponibilizando assim conteúdo noticioso online. Segundo Jerónimo (2015), a *Voz-Portucalense* registou o seu domínio (*Voz-Portucalense.pt*) a 1 de julho de 1996, inaugurando o ciberjornalismo de proximidade em Portugal, mas só a 22 de dezembro de 1996 é que criou o cibermeio. No registo de domínios segue-se o *Diário de Coimbra* (1996) e o *Região de Leiria* (1997), contudo, o *Região de Leiria* já havia criado o cibermeio a 7 de junho de 1996, antes do registo do domínio. O segundo período (1998-2000), denominado de reação, é marcado pelo aumento dos registos de domínios próprios e pela criação dos ciberjornais regionais. É no início deste período que surge em Portugal aquele que é considerado como o primeiro nativo digital de cariz noticioso e regional: *Setúbal em Rede* (5 de janeiro de 1998). Tem lugar entre 2007 e 2009, o período em que, segundo Jerónimo (2015), “surgem mais ciberjornais regionais. Assiste-se assim como que a um *reboom*, isto é, ao período de maior adesão dos cibermedia regionais” (p. 207).

O período seguinte inicia-se em 2010, correspondendo a uma certa estagnação no que toca ao registo de domínios e à criação de ciberjornais, contrabalançada por uma grande

³ Segundo o Dicionário da Língua Portuguesa, um domínio é a parte final de um endereço eletrónico que identifica a rede local e a instituição que dá acesso ao servidor.

⁴ Um cibermeio é um site que difunde notícias unicamente online.

adesão da imprensa regional às redes sociais e à distribuição de conteúdo noticioso através de dispositivos móveis.

“A imprensa local em Portugal tem sofrido várias adversidades na última época. A escassez de receitas publicitárias, bem como a falta de vendas e de recursos próprios, obrigará inevitavelmente muitos meios locais a fechar as portas” afirmam Gonçalves et al. (2021, p.1). Uma das razões deve-se precisamente à fraca utilização do potencial da Internet e das novas tecnologias pois, apesar da forte adesão às redes sociais e aos dispositivos móveis, os “meios de comunicação locais portugueses não se adaptaram suficientemente rápido a esse novo contexto” (p.1). Outra razão prende-se com o facto de a imprensa local portuguesa sempre ter sido um serviço subsidiado e, naturalmente, ter sofrido com o fim das políticas de apoio, nos últimos anos. No que se refere à utilização dos dispositivos móveis, é preciso ter em conta que a população portuguesa está cada vez mais envelhecida, principalmente nas zonas rurais, o que faz com que, por vezes, apesar da população mais velha ter telemóveis nem sempre saiba servir-se de muitas das aplicações e recursos disponíveis. De acordo com o INE (2023), as competências digitais básicas ou acima do básico entre os portugueses de 16 a 44 anos diminuíram, enquanto entre os 45 e 74 anos houve um leve aumento em comparação com 2021. Contudo, através de uma análise feita por grupos etários às competências digitais básicas, as pessoas dos grupos 55- 64 anos e 65- 74 anos são as que apresentam uma maior discrepância comparativamente aos restantes grupos. Entre os 16 e os 54 anos o nível de competências digitais variam entre 82,6% e os 59,3%, diminuindo para os 38% no que se refere ao grupo dos 55-64 anos e caindo drasticamente para os 18,5%, no grupo dos 65- 74 anos. Em suma, apesar de se registar um aumento progressivo nos grupos etários mais velhos, competências digitais continuam reduzidas nas faixas etárias acima dos 55 anos, o que constitui um problema para a digitalização das publicações regionais portuguesas.

Por um lado, o grande propósito do jornalismo de proximidade é publicar conteúdos relevantes para aquele contexto geográfico específico, servir de ligação numa comunidade local e os seus interesses. Por outro, para existir um acompanhamento da sociedade contemporânea por parte da imprensa regional, esta tem de se converter à digitalização e, consequentemente, como atestam Gonçalves et al. (2021), pessoas idosas e com deficiência correm o risco de serem excluídas da utilização das tecnologias de informação. Sendo os cidadãos a estrela do jornalismo de proximidade, é imprescindível dar lugar e voz aos mais

excluídos de modo a corresponder às suas necessidades. Como pode isso acontecer? Através do jornalismo cidadão, um dos conceitos-chave da nossa reflexão.

2.2 Jornalismo Cidadão

Lembra-nos Alves (2006) que “o jornalismo deixou de ser privilégio dos jornalistas e os próprios meios de comunicação que entenderam isso estão convidando constantemente os seus leitores, telespectadores ou ouvintes a enviar as suas contribuições” (p.101). Com a democratização da Internet, não tardou muito até os jornalistas perderem o monopólio da informação e os cidadãos passarem “a ter acesso a fontes de informação, a formas de distribuição de conteúdos e espaços destinados a publicação, não apenas em *blogs* com visibilidade restrita, mas a publicações exclusivamente dedicadas a cidadãos, como *blogs*, *weblogs*, ou mesmo espaços criados pelos jornais online para este fim” (Canavilhas & Rodrigues, 2012, p. 270).

Em simultâneo, foram surgiram diversas experiências de “jornalismo amador, a que os teóricos foram dando as mais variadas designações: Jornalismo Cívico, Jornalismo Participativo, Jornalismo Colaborativo, Jornalismo Social, Jornalismo de Base” (Zamith, 2011, p. 40). O mesmo autor divide tais designações em dois grupos: jornalismo feito exclusivamente por não jornalistas, englobando conceitos como Jornalismo Cívico, Jornalismo Cidadão, e Jornalismo de Base; num segundo grupo, encontram-se associadas práticas que se referem ao jornalismo feito em colaboração entre jornalistas profissionais e amadores, como é o caso do Jornalismo Colaborativo e do Jornalismo Participativo.

Gillmor (2004, citado em Primo & Träsel, 2006) recorre aos termos jornalismo cidadão e jornalismo participativo, embora prefira utilizar jornalismo cidadão definindo-o como “aquele que é produzido por qualquer integrante de uma sociedade que tenha acesso às informações de interesse público e decida publicá-las, sem necessariamente ter alguma formação técnica de jornalismo” (p.10). Por seu turno, Singer et al. (2011, citados em Zamith, 2011) estabelecem uma distinção entre o jornalismo cidadão e o jornalismo participativo, definindo o primeiro como “conteúdo produzido por cidadãos que desempenham um papel de recolha, relato, análise e disseminação de notícias e informação, tipicamente permitido por tecnologias digitais” (p. 48) e circunscrevem o segundo “às contribuições do utilizador para o site do jornal” (p. 48). Porém, Wall (2015) e Steve Outing (2005, citado em Zamith, 2011) consideram que existe alguma confusão em torno destes

termos, por ser bastante complexo, e abarcar um conjunto de variações em termos de práticas. Já Primo e Träsel (2006) adotam o termo *webjornalismo participativo* definindo-o como “práticas desenvolvidas em secções ou na totalidade de um periódico noticioso na Web, onde a fronteira entre produção e leitura de notícias não pode ser claramente demarcada ou não existe” (p.47).

No âmbito do nosso trabalho usamos o termo “*jornalismo cidadão*”. A escolha foi feita com base na revisão da literatura, nomeadamente através da conceção de Gillmor (2004) e de Singer et al. (2011, citados em Zamith, 2011), uma vez que este é uma prática exercida por cidadãos para cidadãos. De acordo com o Dicionário de Língua Portuguesa, o “*jornalismo cidadão*” é definido como “a elaboração, por parte dos cidadãos comuns, não profissionais, de trabalhos de cariz jornalístico, como notícias, reportagens, etc., que são divulgados geralmente através de meios tecnológicos recentes.” Mas será correta esta definição? Os cidadãos participam na produção noticiosa, sim, mas não definem aquilo que deve ou não ser publicado nos sites dos jornais, por isso, o uso do termo do jornalismo participativo faça mais sentido para alguns autores, como veremos mais à frente. Como lembra judiciosamente Fidalgo (2009):

A qualificação específica para se ser jornalista é o domínio de determinadas técnicas de aquisição e averiguação de notícias, de saber contextualizar a informação obtida, e a obediência a determinados princípios éticos para se orientar no terreno conflituoso do espaço mediático, onde concorrem múltiplos interesses (p.5).

Wall (2015) relembra as origens deste tipo de jornalismo. Numa altura em que a distância entre os profissionais e público era notória, os principais meios de comunicação conceptualizaram o chamado *jornalismo público* ou *jornalismo cívico*, como era apelidado inicialmente (Camponez (2002). O grande objetivo era fazer com que os cidadãos se voltassem a envolver na vida cívica, embora fossem os jornalistas a elaborar o produto final. Inicialmente, os profissionais da informação viam o *jornalismo cidadão* com um certo desdém, mas pouco a pouco foram percebendo que se tratava de um “fenómeno

importante, estreitamente ligado às transformações impostas pelo jornalismo digital” (Alves, 2006, p. 100). Esta nova fonte de produção noticiosa foi sendo percebida como uma ferramenta passível de melhorar o jornalismo, uma vez que os cidadãos podem confirmar a informação, corrigir e acrescentar factos. Em jeito de conclusão, Gillmor (2004) admite que os leitores possam, em determinadas circunstâncias, saber mais do que o jornalista, não sendo isso um facto ameaçador, mas libertador para o exercício do jornalismo. Ao aperceberem-se da potencialidade desta nova prática, os meios de comunicação começaram a potencializar a colaboração dos cidadãos na internet através de fóruns, espaços de comentários de notícias, mas também de *crowdsourcing*⁵, suscitando maior proximidade. Jerónimo et al. (2022) afirmam que a promoção da participação dos cidadãos, através das notícias locais, da vida das instituições e democracias que lhes são mais próximas, estabelece e fortifica a relação com os jornalistas e vice-versa. Todavia, estes autores recordam que a participação dos cidadãos não deve conduzir a uma substituição dos jornalistas por razões de índole financeiras ou outras, dado o seu papel insubstituível na produção de um jornalismo de qualidade em contexto democrático. Em suma, o fator de proximidade conduz-nos àquela que Gonçalves et al. (2021) considera como uma das principais características das notícias locais: a colaboração e interação do leitor com o jornalista, sendo esta uma das grandes vantagens dos meios regionais em relação aos seus congéneres generalistas com baixo grau de personalização.

2.3 Novas tecnologias e promoção do ciberjornalismo de proximidade e do jornalismo cidadão

Como recordam Godinho e Pereira (2020), é praticamente impossível falar de jornalismo e não falar da vida em sociedade, da democracia e das relações que nos influenciam. Para estes autores, “falar de jornalismo é falar de uma relação com a sociedade” (p. 66), ou seja, o jornalismo de proximidade e o jornalismo cidadão são dois conceitos diferentes, mas complementares. Esta relação é impulsionada pela proximidade que constitui um dos fatores mais poderosos do jornalismo, uma vez que “a informação de

⁵ É uma forma de colaboração entre os jornalistas e a comunidade, afim de enriquecer o conteúdo jornalístico.

proximidade se tornou crucial para que os cidadãos pudessem participar na vida da comunidade” (López García, 2020, p. 76).

Segundo López García (2022), a evolução tecnológica está a moldar o futuro das comunicações. Um futuro com vários caminhos anunciados, mas que convergem para o mesmo destino: uma comunicação que se quer mais eficiente. Para López-García (2022), além da perspetiva sociocultural, o jornalismo teve de passar por uma abordagem sociotecnológica. As novas tecnologias desempenham um papel fundamental na promoção da informação de proximidade e, conseqüentemente, do jornalismo cidadão, uma vez que oferecem ferramentas fundamentais não apenas para a participação dos cidadãos na produção e difusão dos conteúdos noticiosos, mas igualmente para a aproximação dos cidadãos aos meios de comunicação, através dos espaços de *crowdsourcing*, fóruns, *blogs* e, por último, das redes sociais. Assim, tal como explicita López-García (2022), o jornalismo digital que pertence à sociedade e está na sociedade, só tem um caminho a seguir no futuro: avançar pela via da alta tecnologia sem abandonar nenhum dos seus princípios básicos, aqueles que o colocaram no centro do funcionamento das sociedades democráticas e pluralistas que cultivam cidadãos bem informados (p.16).

Para Alves (2006), a proliferação de *blogs* por todo o mundo levou à criação de novas comunidades e audiências. Era até então difícil imaginar como é que uma pessoa consegue reunir tantas outras à volta de um assunto, mesmo sem qualquer tipo de experiência profissional. A estes meios são conferidos atualidade e poder de intervenção social, servindo o jornalismo como o fruto das “transformações impostas pelo jornalismo digital” (p. 100), mas sem o controlo do código deontológico que rege o exercício da profissão. Por isso, os jornalistas não veem sempre este meio com bons olhos pois o Estatuto do Jornalista (Lei nº1/99, de 13 de Janeiro) define-os como “aqueles que, como ocupação principal, permanente e remunerada, exercem funções de pesquisa, recolha, seleção e tratamento de factos, notícias ou opiniões, através de texto, imagem ou som, destinados a divulgação informativa pela imprensa, por agência noticiosa, pela rádio, pela televisão ou por outra forma de difusão eletrónica”⁶. Este estatuto refere ainda que “é condição do exercício da profissão de jornalista a habilitação com o respetivo título, o qual é emitido por uma Comissão da Carteira Profissional de Jornalista, com a composição e as competências

⁶ <https://diariodarepublica.pt/dr/detalhe/lei/1-1999-196219>

previstas na lei”⁷. No entanto, Zamith (2011) repara que a legislação que aprova o estatuto de jornalista contraria a lei que se refere à liberdade de expressão e informação (ponto 1, artigo 37º), onde se pode ler que “todos têm o direito de exprimir e divulgar livremente o seu pensamento pela palavra, pela imagem ou por qualquer outro meio, bem como o direito de informar e de ser informados, sem impedimentos nem discriminações”⁸. Todavia, “o jornalismo exige uma qualidade específica que o cidadão comum, por maior empenho que coloque no seu blog, não tem” (Fidalgo, 20, p.5)

Posto isto, Zamith (2011) admite que com a colaboração entre jornalistas profissionais e amadores surgem “três grandes grupos de ciberjornalisms, ainda que com fronteiras cada vez menos definidas” (p.47). São eles o Ciberjornalismo Profissional, Ciberjornalismo Participativo e o Ciberjornalismo Cívico. O autor define o Ciberjornalismo Profissional como aquele que é “praticado na e/ou para a Internet por pessoas que têm como principal ocupação o jornalismo, exercido enquanto profissão” (p.47), incluindo neste grupo os jornalistas profissionais credenciados com a carteira de jornalista. Como Ciberjornalismo Participativo, Colaborativo ou em Rede entende o “jornalismo praticado na e/ou para a Internet que envolva (e resulte de) colaboração entre jornalista profissionais e não profissionais” (p. 47). Por último, devemos entender o Ciberjornalismo Cívico, de Base, de Cidadão como aquele que é que “praticado na e/ou para a Internet por pessoas que não fazem desta atividade ocupação principal, nem a assumem como profissão” (p. 48).

Com um olhar bem mais crítico, Canavilhas e Rodrigues (2012) questionam se podemos chamar de jornalismo os textos publicados pelos cidadãos em espaços online criados para esse efeito. De facto, os jornalistas não conseguem estar presentes em todo o lado, sendo por vezes “substituídos” pelos cidadãos. Por isso, os mesmos autores consideram que chamar de jornalismo ao que os leitores fazem nesses espaços é “má-fé ou ignorância em relação aos procedimentos e regras básicas da atividade jornalística” (p. 281). A seguir aos *blogs*, as redes sociais tornaram-se o grande fenómeno que juntamente com “o papel do público [veio] pôr em causa a autoridade tradicionalmente atribuída aos jornalistas” (Jerónimo et al., 2022, p. 816). Mateus (2015) entende que o aparecimento das redes sociais potenciou o desenvolvimento do jornalismo cidadão. Se o público já tinha a possibilidade de intervir e de estar atualizado, com as redes sociais teve acesso a um “vasto leque de

⁷ <https://diariodarepublica.pt/dr/detalhe/lei/1-1999-196219>

⁸ <https://diariodarepublica.pt/dr/legislacao-consolidada/decreto-aprovacao-constituicao/1976-34520775-49411175>

informações que não provêm dos meios tradicionais, mas de blogues ou outras plataformas colaborativas e de participação, comuns na sociedade atual” (p. 14). O único senão, tal como Jerónimo et al. (2022) afirmam, é que os utilizadores das plataformas digitais tanto podem ser cidadãos não interessados pelo exercício do jornalismo, como cidadãos que querem fazer parte dele.

As redes sociais têm uma grande importância na sociedade contemporânea e por isso os meios de comunicação social sentiram a necessidade de estar presentes nas mesmas. Assim, de acordo com o relatório do Observatório da Comunicação sobre a caracterização e tendências da utilização das redes sociais em Portugal (2023), existem dois fatores fundamentais a analisar para ser possível tomar decisões sobre a estratégia a implementar em cada rede social: os hábitos de consumo de informação em cada rede e/ou o conhecimento das características sociodemográficas dos seus utilizadores. Segundo o mesmo relatório, as cinco plataformas preferidas dos utilizadores portugueses são o Facebook, Whatsapp, Youtube, Instagram e Messenger, respetivamente. As mesmas e pela mesma ordem são as que os cidadãos portugueses recorrem preferencialmente para o consumo de notícias. O Facebook é notoriamente líder nesse campo comparativamente com as restantes quatro. “Dois em cada cinco portugueses (40%)” (p. 40) utilizam esta rede social da Meta, enquanto as restantes são “usadas em média por cerca de ¼ dos portugueses para fins noticiosos, representando quase metade dos utilizadores do Facebook” (p.40). Apesar de não ser apresentado como um dos favoritos, é necessário ter em conta o X/Twitter, sendo possível constatar, no referido relatório, a sua ascensão no que toca a notícias. Todavia, as recentes tomadas de posição políticas do proprietário Elon Musk, em finais de 2024 e início de 2025, suscitam questões no que se refere à evolução desta plataforma.

A integração dos meios de comunicação social nas redes digitais não só é importante para a distribuição de notícias como ajuda os jornalistas a estarem atualizados no que diz respeito às reações do público e, sobretudo, à utilização do público como fonte. Como já vimos a partir da tese de Jerónimo et al. (2022), as redações regionais têm menos jornalistas e, conseqüentemente, a presença de profissionais locais na rua é menor. Por isso, os jornalistas usam as ferramentas online que podem ajudar a mitigar a distância física. De acordo com Mateus (2015):

falar hoje de jornalismo é, cada vez mais, falar do papel online das redes sociais, do seu imediatismo e interatividade, do seu potencial de personalização, da possibilidade que conferem a um público cada vez mais vasto de consumir a informação que quer quando quer, da sua globalidade e da revolução que estas plataformas geram, e continuam a gerar, na atividade dos media e dos jornalistas (p. 6).

Noronha (2022) refere que os dispositivos móveis, para além de conferirem ao leitor um maior acesso a ferramentas e mecanismos que permitem ampliar a participação e interação com a produção noticiosa, dão-lhes ainda a capacidade de produzir conteúdos. Contudo, este fácil acesso à publicação de informações na Internet não significa, como explica Fidalgo (2009):

que qualquer cidadão que dê informação, mesmo relevante, seja jornalista.
(...) Ser jornalista não é o estar mais informado que outro cidadão e que a partir dessa informação passa informação aos outros que têm menos. Nesse caso a informação seria vista como um sistema de vasos comunicantes entre indivíduos e aí os jornalistas perderiam efetivamente o sentido do seu agir e da sua profissão (p.13).

Nesse sentido, Noronha (2022) reinveste o conceito tradicional de *gatekeeping*⁹, noção essencial em contexto de edição da informação. Ou seja, um *gatekeeper*, segundo Simões (2021), pode ser um jornalista ou editor que define o que será noticiado de acordo com o valor da notícia e da linha editorial do jornal. Apesar dos cidadãos terem agora a

⁹ O conceito surgiu em 1947 no âmbito da psicologia, criado por Kurt Lewin. Em 1950, David White aplicou o ao jornalismo ao estudar o fluxo noticioso dentro de uma redação.

possibilidade de produzirem conteúdo noticioso, são os meios de comunicação que continuam a deter o poder de determinar o que deve e como deve ser publicado (*gatekeeping*), assumindo uma posição de “*gatekeeper* primário” face ao público enquanto “*gatekeeper* secundário” (p.103). Em suma, o “trabalho não remunerado do público” (p. 103) é um instrumento com impacto significativo na redução de custos dos media não só no que diz respeito a custos operacionais, como também a gerar ou ampliar o valor da audiência. E o que é facto é que “a internet redefiniu a relação entre jornalistas, fontes e público, bem como as funções desempenhadas por cada um no ecossistema mediático” (Canavilhas & Rodrigues, 2012, p. 280).

3 ABORDAGEM METODOLÓGICA PARA O ESTUDO DO JORNAL *O MINHO*

Após a contextualização teórica, é tempo de definir a metodologia da nossa investigação. Rios (2021), na senda de Cohen et al. (2018) e Branski et al. (2010), define o estudo de caso como um método de pesquisa que recorre a dados provenientes de uma realidade específica, a fim de explorar, descrever e explicar fenómenos atuais num dado contexto. Segundo Rios (2011), uma das características dos estudos de caso prende-se precisamente com a não alteração das variáveis em estudo por parte de investigador. Tais dados podem ser tratados por meio de uma metodologia de pesquisa qualitativa, quantitativa ou mista. No âmbito da nossa investigação, será utilizada uma pesquisa mista que, tal como afirma Creswell (2014, citado em Rios, 2021, p. 14), prioriza tanto questões abertas como fechadas, dando espaço a várias formas de recolha de dados, que possam ser analisados de forma estatística e/ou textualmente.

Em suma, refere Yin (2003), o estudo de caso é “um inquérito empírico que investiga um fenómeno contemporâneo no seu contexto de vida real, especialmente quando as fronteiras entre o fenómeno e o contexto não são claramente evidentes” (p. 13). Por seu turno, Coutinho (2014) define-o como um plano de investigação que consiste num estudo aprofundado e minucioso de um caso bem definido. Para esta autora, o estudo de caso tem cinco momentos-chave: explorar, descrever, explicar, avaliar e/ou transformar. O “caso” pode ser um indivíduo, uma personagem, uma organização, uma política, uma decisão, etc. Para determinar as diversas tipologias do estudo de caso, Coutinho (2014) recorre a Stake (1995) que apresenta três categorias. A primeira é o estudo de caso intrínseco que ocorre quando o investigador pretende compreender melhor um caso particular que suscita interesse por si mesmo. Já o estudo de caso instrumental destina-se a promover uma auto-observação sobre o assunto para aperfeiçoar uma teoria, ou seja, funciona como instrumento para compreender outro fenómeno. Por fim, o estudo de caso coletivo é utilizado quando o caso instrumental se desdobra em vários outros casos, permitindo compará-los e assim aprofundar o conhecimento sobre o fenómeno.

O corpus do trabalho de campo desta dissertação é constituído por material proveniente do jornal *O Minho*¹⁰, órgão de comunicação social regional com publicação periódica registada na Entidade Reguladora para a Comunicação Social (ERC) desde 2017. Na ficha técnica publicada no site deste ciberjornal pode ler-se que “pretende cobrir, com rigor e isenção e respeitando os princípios deontológicos, a ética profissional dos jornalistas e a boa-fé dos leitores, todos os acontecimentos dignos de ser noticiados dos distritos de Braga e Viana do Castelo” (O Minho, 2024). Refere ainda o estatuto editorial que “o Minho pretende aproximar as pessoas da Região entre si, divulgar o seu potencial e o potencial das suas atividades e dar-lhes voz à escala nacional.” (cf. Anexo H: Estatuto Editorial do jornal *O Minho*). Ou seja, tem um duplo objetivo (interno e externo): reforçar os laços da comunidade minhota e projetá-la junto das outras regiões e do poder central. É importante ainda ter em conta, como referimos no capítulo 2, que esta dinâmica integra igualmente os emigrantes espalhados pelo mundo, mantendo-os atualizados e mais próximos do espaço público regional de onde são oriundos. A escolha desta publicação enquanto estudo de caso vai de encontro ao tema do nosso trabalho (o jornalismo digital de proximidade), reunindo ainda critérios de conveniência geográfica. Trata-se, de acordo com a tipologia supracitada, de um estudo de caso intrínseco que se foca especificamente neste jornal de natureza local.

Sendo assim, a realidade que pretendemos analisar é a da publicação digital *O Minho* no contexto da sua relação com o jornalismo cidadão e de jornalismo de proximidade. Para tal, optamos por uma metodologia que possa responder à nossa questão de investigação: De que maneira o jornal digital *O Minho* envolve os leitores na produção e discussão de notícias locais? Até agora, no âmbito da revisão da literatura, procuramos avaliar as principais metamorfoses do jornalismo na passagem para a era digital e examinar as especificidades do jornalismo de proximidade português no pós-25 de Abril. Doravante, pretendemos fazer alguma luz sobre os objetivos seguintes a que nos propusemos responder no início desta dissertação.

- Entender as práticas profissionais da redação de O Minho.
- Proceder a uma análise da presença dos conteúdos digitais do jornal O Minho.
- Avaliar o envolvimento digital dos leitores através das interações online.

¹⁰ Na região Minho existem mais publicações regionais, algumas inteiramente digitais, por exemplo, Minho Digital, Braga TV, jornal Alto Minho, entre outras.

- Correlacionar a implementação do jornalismo de cidadão, as interações nas redes sociais e a produção noticiosa do jornal *O Minho*.

3.1 Instrumentos de pesquisa para análise do jornal *O Minho*

Assim, a fim de explorar a realidade do jornal digital *O Minho* e para responder à nossa questão de investigação e objetivos, a nossa pesquisa passa por uma análise etnográfica quantitativa e qualitativa. Para tal, serão utilizadas duas ferramentas: a análise de conteúdo e a entrevista.

3.1.1 Análise de Conteúdo

De acordo com Laurence Bardin (1977, p.42), a análise de conteúdo é um “conjunto de técnicas de análise de comunicação”, sendo que qualquer comunicação pode ser decifrada. Por seu turno, Moura et al. (2021) acrescentam que a análise de conteúdo é uma “técnica de investigação que permite descrever de forma objetiva, sistemática e quantitativa” (p.48) suscitando um certo número de inferências. Como refere Bardin (1977), na primeira metade do século XX, a análise de conteúdo era sobretudo definida pelo rigor e a quantificação, mas “depois compreendeu-se que a característica da análise de conteúdo é a inferência (variáveis inferidas a partir de variáveis de inferência ao nível da mensagem)” (p.146). Também Costa et al. (2021) lembram que esta técnica tem vindo a sofrer sucessivas alterações, sendo várias as definições apresentadas. Nesse âmbito, consideram que as principais características definidas por autores como Bardin (1977), Bryman (2012), Cohen et al. (2007), Cavalcante et al. (2014) e Julien (2008) entre outros, passam pela objetividade, sistematicidade e replicabilidade. A objetividade advém do método de organização e análise de dados que consiste em “categorizar dados qualitativos de diversas naturezas (textuais, fotográficos ou em vídeo), em grupos semelhantes ou categorias conceituais, através dos quais é possível identificar padrões, estabelecer relações e sistematizar e sintetizar os dados, conferindo-lhes significado” (Costa et al., 2021, p.48). Já a sistematicidade e replicabilidade são conferidas pelos “processos de sistematização e síntese de dados qualitativos que permitem construir inferências válidas e replicáveis das comunicações” (Costa et al., 2021, p.48). É necessário ter ainda em conta as duas funções que Bardin (1977) destaca como

sendo inerentes à análise de conteúdo: a heurística, que leva à exploração e aumenta as possibilidades de descobertas, e a administração da prova, que reforça a confirmação ou não de hipóteses. Em jeito de síntese, Costa et al. (2021) consideram que análise de conteúdo permite organizar, categorizar e reduzir dados, o que torna possível descrever, relacionar, compreender, interpretar e produzir significados. Permite ainda descobrir regularidades nos dados e produzir inferências sobre outros indicadores que transcendem a mensagem/conteúdo das comunicações.

Bardin (1977) apresenta uma organização de análise que se mantém atual até hoje, dividida em três fases: i) pré-análise; ii) exploração do material; iii) tratamento dos resultados. A pré-análise começa na escolha do corpus, incluindo a formulação de hipóteses e objetivos, seguida da elaboração de indicadores e a preparação do material para análise. Em seguida, a etapa exploratória situa-se entre a codificação do material (recorte, classificação e agregação) e a respetiva categorização das variáveis. Por fim, o tratamento dos resultados passa por operações estatísticas, síntese e seleção de resultados, inferências e interpretações, da qual procedem os resultados de análise com fins teóricos ou pragmáticos ou outras orientações para uma nova análise.

No nosso estudo, a análise de conteúdo é uma ferramenta útil para apreender os conteúdos digitais do jornal *O Minho*, mas também para avaliar o envolvimento digital dos leitores através das interações online. Júnior (2016) define a internet como uma rede que permite aos utilizadores o contacto e a difusão de informações sem mediação de grupos mediáticos consolidados. Trata-se, assim, de um espaço onde a procura de informação é feita de forma individual e descentralizada, promovendo ainda a interação com os conteúdos de formas variadas. De facto, os media tradicionais continuam a existir, mas tiveram de se adaptar ao novo ecossistema digital. Para além do site, *O Minho* está presente em quatro redes sociais: Facebook, Twitter/X, Instagram e Youtube, o que proporciona a tal busca individual e descentralizada - sem esquecer a influência dos algoritmos - e várias formas de interação com o conteúdo.

De modo a respondermos aos nossos objetivos de investigação, selecionamos as páginas das plataformas Facebook e Youtube, assim como o site. A escolha do Facebook justifica-se pelo facto de ser uma rede social ainda bastante utilizada pelas faixas etárias mais altas que constituem uma percentagem importante dos leitores de publicações de cariz regional, situando-se neste caso muito à frente das suas concorrentes com mais de 225 000

seguidores, contra apenas 14 600 no Instagram. É ainda o destino preferencial de um certo número de notícias selecionadas pelos editores. Por seu turno, o Youtube - embora com apenas 2 820 seguidores - permite-nos o acesso à totalidade dos vídeos publicados pela redação, muitos dos quais enviados por cidadãos-leitores. Por fim, não podíamos deixar de analisar o site, centro nevrálgico da publicação no qual é possível aferir a presença de algumas das características do ciberjornalismo. Convém ainda lembrar que, segundo Cardoso et al. (2023), no top cinco de redes sociais mais utilizadas pela população portuguesa para consumo de notícias encontramos, por ordem decrescente, o Facebook, Whatsapp, Youtube, Instagram e Messenger.

A direção do jornal disponibilizou-nos um conjunto de dados relativos à plataforma a que mais recorrem os leitores, nomeadamente o número de seguidores e respetivos dados sociodemográficos (género, idade, idioma e localização), o que nos permite melhor entender a sua identidade e interações digitais (cf. Anexo D). Assim, as estatísticas referentes ao Facebook (24/09/2024) apontam para 225 097 mil seguidores, dos quais 57,4% são mulheres e 42,6% homens. O maior número de seguidores em ambos géneros situa-se nas faixas etárias entre os 35-44 anos e os 45-54 anos, seguindo-se os jovens adultos (25-34) e os pré-reformados (55-64), não sabendo qual é a percentagem de seguidores do sexo feminino ou masculino de cada faixa etária. Em termos geográficos, como seria de esperar, Portugal é o país com uma maior percentagem de seguidores (82,9%), seguindo-se territórios como a França (5,6%), Brasil (3,7%) e Suíça (2,3%). Enquanto França e Suíça são países que acolhem importantes núcleos de emigração portuguesa, o Brasil - embora também tenha comunidades portuguesas - é sobretudo terra de origem de uma extensa comunidade imigrante a residir no Minho, pelo que o jornal poderá ser em ambos os casos um elo de ligação intrafamiliar. No que diz respeito às principais cidades de residência dos leitores por via do Facebook, Braga é líder com 13,6%, seguindo-se Viana do Castelo (5,8%), Guimarães (5,7%), Barcelos (4,3%), Vila Nova de Famalicão (4,2%), Ponte de Lima (3,2%), Fafe (1,8%), Porto (1,6%), Póvoa de Lanhoso (1,5%) e Lisboa (1,3%). Tratam-se de municípios situados na região do Minho, salvo Lisboa cuja presença se deve não apenas à comunidade de origem minhota a residir na capital, mas também a um conjunto de meios de comunicação social nacional que recorrem às publicações regionais como fonte de informação. Em suma, os resultados indicam que o leitorado que consome os conteúdos de O Minho por meio do Facebook se encontra geograficamente disperso, quer em termos mundiais, quer nacionais.

Podemos, assim, levantar a hipótese de que cidadãos com raízes e/ou laços suficientemente fortes nos distritos de Braga e/ou Viana do Castelo recorrem a esta rede social para integrar um espaço público regional digitalmente desdobrado.

Tabela 1
Datas de criação e nº de seguidores das redes sociais de O Minho
(24 de setembro 2024)

Rede social	Data de criação	Seguidores
<i>Facebook</i>	Março 2015	225 097
<i>X/ Twitter</i>	Março 2015	5 018
<i>Instagram</i>	Julho 2017	14 600
<i>Youtube</i>	Março 2016	2 820

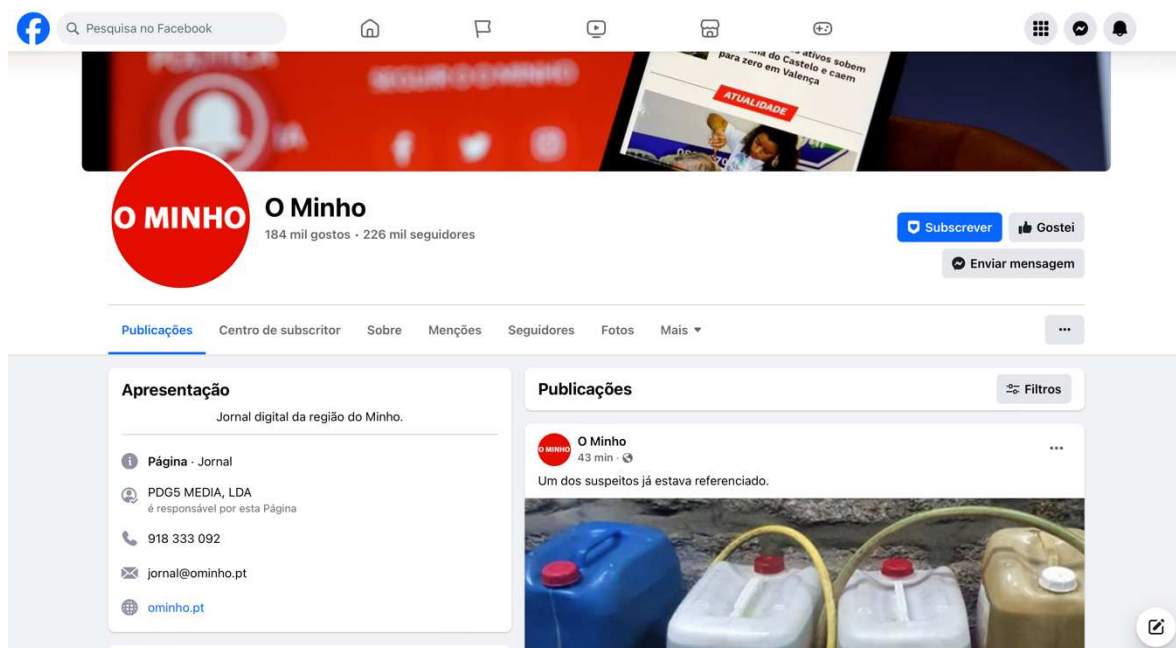
Fonte: elaboração própria

3.1.1.1 Página de Facebook

No estudo da OberCom sobre o consumo de notícias por meio das redes sociais, pode ler-se: “é notório que, no que diz respeito a notícias, o Facebook lidera de forma isolada, sendo a rede social da Meta usada para notícias por dois em cada cinco portugueses (40%)” (Cardoso et al., 2023, pp.39-40). Tal não acontece apenas porque o Facebook é a “rede social com maior número de utilizadores em Portugal (69%)” (p.42), mas também pelo facto de ser mais usada pela população acima dos 35 anos, sendo menos popular entre os mais jovens. É, por isso, natural que seja a rede social digital em que os órgãos de comunicação- e de modo ainda mais vincado os de proximidade- mais estejam presentes. Rodrigues (2010) considera mesmo que a “utilização do Facebook pelos media é um dado adquirido, nomeadamente como agregador de notícias, como plataforma de difusão de informação e até como uma forma de captar leitores (p. 229).”

Captura de Ecrã 1

Página de Facebook do jornal *O Minho* (outubro 2024)



A escolha do corpus fundamenta-se, primeiramente, na praticidade de acesso aos conteúdos do *feed*, dado que o ritmo de publicação de cerca de 20 notícias diárias torna mais complexa e morosa a leitura de títulos mais antigos. Esta opção deve-se ainda à necessidade de obter um corpus relevante e atualizado, que reflita a variedade de assuntos abordados pelo jornal, garantindo uma amostra representativa da produção noticiosa. Inicialmente, o corpus era constituído pelas notícias publicadas no Facebook entre os dias 23 e 30 de junho de 2024, perfazendo um total de 166 publicações na página da rede social de *O Minho*. Contudo, notamos que o número de publicações que havíamos recolhidos não eram suficientes para proceder a uma análise comparativa por não haver notícias em número suficientes de secções que consideramos importantes como *Política*, *Ciência*, *Minho* e *Saúde*. Dada a dificuldade de acesso aos conteúdos da última semana de junho, efetuamos uma recolha complementar relativa ao período que vai de 23 de agosto a 14 de setembro de 2024 unicamente no que diz respeito às secções acima mencionadas, perfazendo um total de 206 publicações. Aquando da nova recolha definimos que mais 10 novos títulos por secção somados aos que já havíamos recolhido anteriormente já constituíam um bom número para proceder à análise. A recolha das publicações foi efetuada a 3 de julho de 2024, a partir das seguintes variáveis:

- **Secção, subsecção, categoria e subcategoria¹¹:** dado que é necessário definir a temática de cada notícia, analisamos a nomenclatura usada pela redação. Embora no site as notícias estejam divididas por “categorias”, estas não nos permitem fazer uma análise de conteúdo precisa. Por exemplo, a notícia “Construtora de Braga ganha obra de 5 milhões no Algarve” foi inserida em diversas categorias (Economia/Negócios/Empresas/DST). Por isso, sentimos a necessidade de criar uma nova nomenclatura, a partir da que é usada pela redação, para melhor distinguir a tipologia das peças publicadas. Retomando o exemplo anterior, subdividimos da seguinte forma: Economia (secção); Negócios (subsecção); Empresas (categoria) e DST (subcategoria);
- **Nº de reações:** definidas pela rede social Facebook (gosto, adoro, coragem, riso, surpresa, triste, ira), as reações permitem que os utilizadores partilhem as suas emoções de forma rápida e intuitiva. É o primeiro passo da interação do público com a página de Facebook do jornal, sendo uma interação de natureza primária;
- **Nº de partilhas:** podem funcionar como recomendação pessoal, fazendo com que o conteúdo se espalhe mais rapidamente pela rede junto de um público mais alargado. Uma partilha apresenta um maior grau de engajamento do que uma simples reação;
- **Nº de comentários:** são formas de interação utilizadas quando a publicação em questão suscita mais interesse do utilizador, abrindo-se o espaço ao debate público.

As três últimas variáveis (reações, partilhas e comentários) permitem-nos analisar as interações do público com o conteúdo do jornal e perceber se a natureza temática tem alguma influência na respetiva receção e mobilização da audiência. A grande diferença entre estes três tipos de interações está no grau de interação. As reações constituem uma interação de natureza primária, dando a oportunidade a cada um de se exprimir sem ter de dialogar com quem quer que seja. As partilhas traduzem um maior comprometimento, sentindo o leitor a necessidade de fazer aquela notícia “sua”, partilhando-a no seu perfil. Os comentários constituem o último nível de interação, em que já não basta reagir ou partilhar, havendo ainda necessidade de comentar e entrar no debate público. Contudo, o mesmo leitor pode recorrer a vários tipos de interação a propósito da mesma publicação. Para proceder à análise elaboramos a seguinte grelha:

¹¹ Consultar Anexo C

Tabela 2
 Excerto da grelha de análise da página de Facebook do jornal *O Minho*

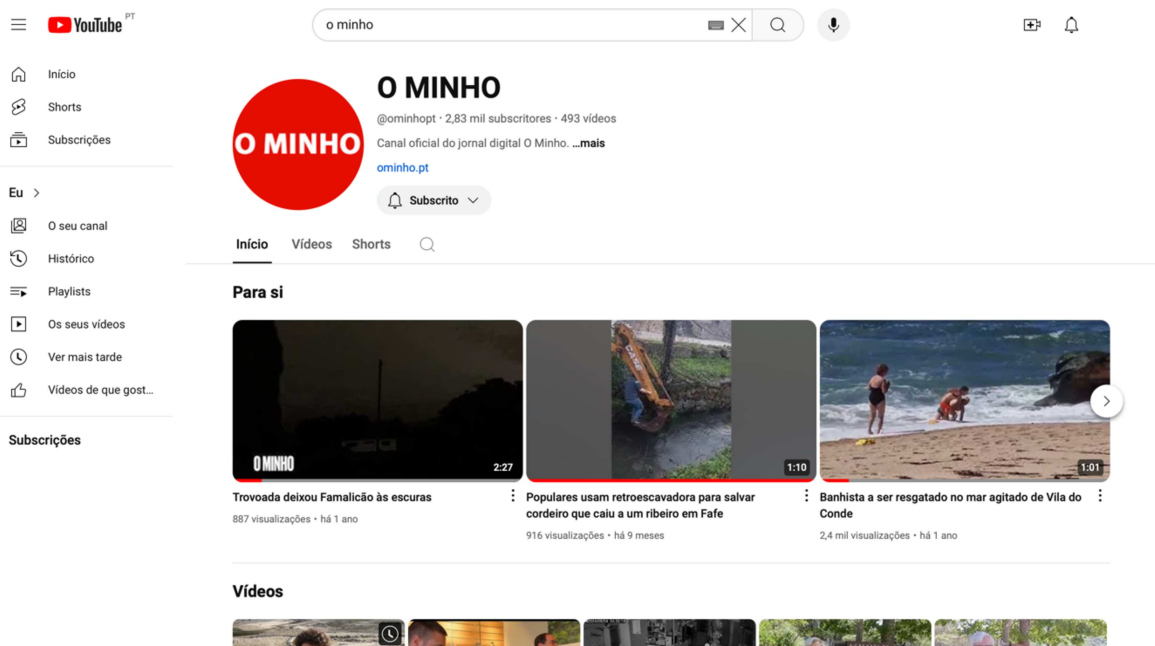
Título da Notícia	Data	Secção	Subsecção	Categoria	Subcategoria	Gosto	Adoro	Coragem	Riso	Surpresa	Triste	Ira	N.º Reações Total	N.º Comentários	N.º Partilhas
Braga: Espereiro pessoas que levantavam dinheiro no banco para as assolar	23-06-2024	Socialdade	Crime			77	0	1	1	17	13	66	175	12	30
Jovens em estado grave após despiete em Espoende	23-06-2024	Socialdade	Acidentes			107	2	24	0	8	125	0	266	42	18
Braga: Duas mulheres feridas após colisão no N.º de Loufias	23-06-2024	Socialdade	Acidentes			54	0	2	0	9	32	1	98	1	7
É "um dos maiores negócios de sempre" feitos em Espoende	23-06-2024	Economia	Negócios			47	0	1	0	0	0	0	48	2	1
Hoje há rasgos e David Carrara para ver no S. João de Braga	23-06-2024	Cultura	Festas e Romarias			93	6	0	0	0	0	0	99	0	6
Motociclista em estado grave após despiete em Vila	23-06-2024	Socialdade	Acidentes			68	0	14	0	7	37	0	126	9	17
Guarda-redes de Barcelos renova com Benfica até 2027	23-06-2024	Desporto	Futebol	Futebol feminino		185	18	0	0	0	2	0	205	5	22

Fonte: elaboração própria

3.1.1.2 Canal de Youtube

No que se refere ao canal de Youtube, num primeiro momento, recolhemos todos os vídeos publicados desde o dia 12 de janeiro e dia 4 de agosto 2024, contudo o número de vídeos disponibilizados (21) neste período de tempo não constituía um corpus suficiente. Por esse motivo, alargamos a nossa recolha para 2023, ou seja, desde o dia 15 de janeiro de 2023 até 4 de agosto 2024, perfazendo assim um total de 78 vídeos.

Captura de Ecrã 2 Canal de Youtube do Jornal *O Minho* (outubro 2024)



Na respetiva grelha de análise, incluem-se as seguintes variáveis:

- **Tipo de produção**¹²: alguns dos vídeos que chegam à redação de O Minho são enviados por cidadãos. É, por isso, importante perceber se os mesmos são produzidos pelos leitores (cidadão) ou pelos jornalistas (redação);
- **Nº de visualizações**: estes dados ajudam a perceber o eventual interesse do público em função da tipologia do conteúdo assim como- em articulação com as variáveis infra- o respetivo *engagement*;
- **Nº de likes**: no Youtube existem dois tipos de reações aos vídeos publicados: *like* e *dislike*, mas não temos acesso à segunda. Tal como no Facebook, são as formas primárias de reação dos utilizadores;
- **Nº de comentários**: é possível os subscritores do canal de Youtube d'O Minho deixarem comentários acerca do vídeo em questão. Contudo, tal como no Facebook estes assumem um papel secundário de interação.

As duas últimas variáveis são importantes, na medida em que ilustram se os utilizadores recorrem às ferramentas disponibilizadas pela plataforma e criam envolvimento digital em torno dos conteúdos. Refira-se que desta análise não constam as partilhas, uma vez que não conseguimos ter acesso aos números relativos às mesmas. O Youtube tem a particularidade de permitir a publicação de dois tipos de conteúdo: vídeos e *shorts*. A diferença reside na duração: trata-se de um *short* se tiver menos de 60 segundos e de um vídeo se tiver mais. Contudo, a variável relativa ao tipo de conteúdo não foi incluída na grelha de análise porque não nos foi possível identificar se os *shorts* seriam produzidos por leitores-cidadão ou pela redação. Todavia, com a análise de conteúdo ao canal de Youtube é expectável conseguir responder às perguntas: Quais são as temáticas que geram mais visualizações? Será que a variável relativa à de produção (cidadão ou redação) se reflete no número de visualizações?

¹² No decurso da entrevista com o diretor do jornal *O Minho*, perguntamos qual seria o melhor método para identificar a origem dos vídeos, ou seja, se são produzidos pelos leitores/ cidadão ou pela redação. Foi nos ditos que se pode assumir que os que têm um nome na descrição (nome do jornalista) são de produção interna. Os restantes são enviados pelos leitores, havendo sempre um trabalho de edição por parte do jornal como, por exemplo, desfocar caras ou ocultar imagens que possam chocar.

Tabela 3
 Excerto da grelha de análise do canal de Youtube do jornal *O Minho*

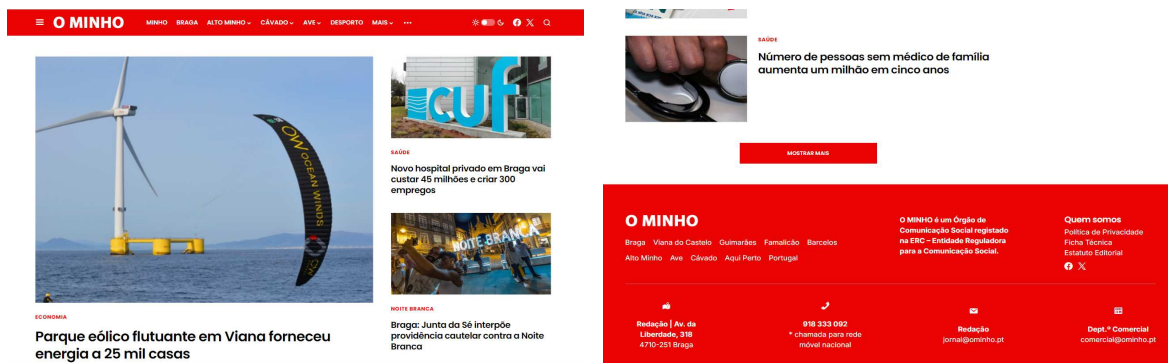
Título do Post	Data	Produção	Nº Visualizações	Nº Comentários	Nº Likes	Secção	Subsecção
Carro híbrido arde em Viana	15-01-2023	Cidadão	486	Desativados	2	Minho	Alto Minho
Primeiro nevão de 2023 nas serras de Fafe	17-01-2023	Redação	3596	Desativados	9	Minho	
Proteção civil atenta à neve nas serras de Fafe	17-01-2023	Redação	1234	Desativados	3	Minho	
Apanha bolas do Braga provoca adeptos do Vitória	20-01-2023	Cidadão	3287	1	30	Desporto	Futebol
Mulher foge à GNR entre Barcelos, Póvoa de Lanhoso e Braga	22-01-2023	Cidadão	23980	Desativados	52	Minho	Cávado
PSP intervém para hospitalizar homem "descompensado" em Braga	24-01-2023	Cidadão	324	0	3	Minho	Cávado
Filmado a roubar farolins em parque de stand em Barcelos	04-02-2023	Cidadão	323	Desativados	0	Minho	Cávado
Equipa de resgate de Braga procede a buscas na Turquia	11-02-2023	Redação	519	Desativados	1	Minho	Cávado
Novo quartel dos Bombeiros Voluntários de Braga inaugurado no verão	22-02-2023	Cidadão	2308	Desativados	3	Braga	
Confrontos em Prado	26-02-2023	Cidadão	6534	0	4	Desporto	Futebol

Fonte: elaboração própria

3.1.1.3 Site: quatro características do ciberjornalismo

Ao abrir o site web de O Minho, o primeiro elemento com que o leitor é confrontado no cimo da página é a barra de navegação. A abertura do menu do lado direito remete para as últimas notícias publicadas. A seguir ao logótipo, encontram-se links referentes aos vários territórios cobertos: Minho, Braga, Alto Minho, Cávado e Ave. Segue-se o link para o desporto e a secção “mais” que desdobra o acesso a várias categorias desde “Aqui perto” até “Opinião”. A barra de navegação remete-nos ainda para um arquivo dividido por meses (com início em março de 2015). Por fim, o leitor tem a opção de escolher entre o modo claro ou escuro, de aceder às páginas Facebook e Twitter/X por meio de hiperligações, assim como de efetuar pesquisas no site. Se fizermos *scroll*, reparamos que o site se encontra subdividido. Em primeiro lugar, constam três notícias que marcam a atualidade, seguindo as secções “Atualidade”, “Desporto” e “Páginas Centrais”, o separador “Mais lidas” e as secções GO! - que consiste na partilha de roteiros, agenda cultural, comida, bebida e *lifestyle* - notícias sobre o país e última página, finalizando com o rodapé dos contactos.

Captura de ecrã 3
 Página inicial do site do jornal *O Minho* (outubro 2024)



Uma vez que os conteúdos da página de Facebook são constituídos por fotos e hiperligações que remetem para as notícias publicadas no site do jornal, é possível analisar a operacionalidade de quatro características do ciberjornalismo: a multimedialidade, a hipertextualidade, a interatividade e a personalização. Apesar de nos termos referido a sete características, concentrar-nos-emos apenas nestas quatro, sendo que apenas as duas primeiras são as que melhor se prestam a uma certa forma de medição. A avaliação é efetuada por meio de uma grelha com as seguintes variáveis:

- **Elementos multimédia:** em que distinguirmos os três tipos de elementos: vídeos, fotografias e hiperligações. No final, esperamos perceber se, de facto, a multimedialidade faz ou não parte intrínseca das práticas digitais de *O Minho*;
- **Elementos hipertextuais:** enquanto que uma hiperligação é um link que aponta para algo, o hipertexto é um pouco mais complexo porque é um texto com um hiperlink, e por isso analisamos a presença de hipertexto, sendo assim possível perceber se o jornal *O Minho* utiliza a hipertextualidade;
- **Secções:** de modo a perceber se existe algum padrão no que toca ao recurso de elementos multimédia e hipertextuais em função do tipo de secção.

Esta tabela será aplicada a todas as notícias que também fazem parte do nosso corpus do Facebook, dado que tudo é replicado na rede social provém do site.

Tabela 4
Grelha de análise da multimedialidade e hipertextualidade do site *O Minho*

Título da Notícia	Data	Secção	Subsecção	Elementos Hipertextuais	Elementos Multimédia
Braga: Esperava pessoas que levantavam dinheiro no banco para as assaltar	23-06-2024	Sociedade	Crime		Foto
Jovens em estado grave após despiste em Esposende	23-06-2024	Sociedade	Acidentes		Foto
Braga: Duas mulheres feridas após colisão no Nô de Infias	23-06-2024	Sociedade	Acidentes		Foto
É "um dos maiores negócios de sempre" feitos em Esposende	23-06-2024	Economia	Negócios		Foto
Hoje há rusgas e David Carreira para ver no S. João de Braga	23-06-2024	Cultura	Festas e Romarias		Foto e Hiperligação
Motociclista em estado grave após despiste em Vizela	23-06-2024	Sociedade	Acidentes	Hipertexto	Foto
Guarda-redes de Barcelos renova com Benfica até 2027	23-06-2024	Desporto	Futebol		Foto e Vídeo Hiperligado
Carro capota após colisão na estrada Barcelos-Ponte de Lima	23-06-2024	Sociedade	Acidentes		Foto e Vídeo
Braga: Lote em hasta pública a partir de 71,5 mil euros	23-06-2024	Economia	Negócios	Hipertexto	Foto
Largada de balão gigante "arrancou" São João de Braga	23-06-2024	Cultura	Festas e Romarias		Foto

Fonte: elaboração própria

3.1.2 Entrevista

Batista et al. (2021) consideram que o inquérito por entrevista está intimamente associado a “estudos de carácter interpretativo e a planos de investigação de natureza

qualitativa na recolha e análise de dados ou informações, dado o carácter descritivo e pormenorizado dos mesmos” (p.15). Conforme referem estes autores, o objetivo principal é fornecer informações mais aprofundadas sobre um determinado tópico ou realidade social. No caso da nossa investigação, trata-se da interação entre o jornal *O Minho* e os respetivos leitores. Existem três tipos de entrevista: estruturada, semiestruturada e não estruturada/aberta (Batista et al., 2021). Pela nossa parte, recorreremos à entrevista semiestruturada, através de um conjunto de perguntas-guia que procuram orientar a conversa, dando a liberdade ao entrevistador de colocar todas as questões a que se propôs, elaborar novas e seguir ou não a ordem previamente definida. Uma das grandes vantagens deste método consiste na sua forte reversibilidade em “corrigir erros, ambiguidades, pedir esclarecimentos adicionais no caso da resposta não ser suficientemente esclarecedora” (Batista et al., 2021, p.20).

O jornal *O Minho* nasceu em 2015 - embora só tenha sido registado em 2017 junto da ERC como já vimos - fruto de uma parceria entre o atual sócio-gerente, Marco Araújo, e o diretor e proprietário do jornal Alto Minho, Fernando Silva. Marco Araújo contribuiu neste novo projeto sobretudo com o *know-how* da sua empresa de marketing digital (PDG5 Media), enquanto que o diretor do semanário Alto Minho ficou responsável pela parte jornalística. O nome “O Minho” já fora utilizado antes da criação do jornal, como nos explicou Marco Araújo “porque, antes desta ideia do online, o jornal Alto Minho e o Fernando Silva andavam sempre a tentar crescer. Em Viana tinha só 240 mil pessoas. Tentou vir para Barcelos, Vila Verde... Houve uma altura em que ele de Alto Minho usava o título O Minho na capa para justificar poder vir para outros concelhos fora do distrito de Viana, que é o Alto Minho. No fundo, esse título no fundo foi herdado daí.”

Atualmente, o jornal continua a ser gerido por Marco Araújo, que detém 95% das quotas, estando os restantes 5% na posse do diretor e editor Fernando André Silva. No âmbito da nossa pesquisa, entrevistamos ambos os sócios. Dado o seu cargo de sócio-gerente, ouvir Marco Araújo era essencial para nos ajudar a perceber a génese da publicação e os alicerces que hoje a suportam. Por seu turno, o editor e diretor Fernando André Silva é um ator fundamental para compreender a dinâmica da redação de um jornal sem redação física. O objetivo foi de recolher o máximo de informações possíveis para melhor entender a prática do ciberjornalismo, jornalismo de proximidade e a participação do cidadão na prática jornalística no âmbito desta publicação de proximidade.

Para além destes dois entrevistados, o jornal é constituído por mais dois editores, Pedro Luís Silva e Pedro Gonçalo Costa. O funcionamento da redação de *O Minho* passa pelos três editores em articulação com os correspondentes locais. “A redação somos nós todos, mas existe a redação (...), no nosso caso somos 3 editores que fazemos os turnos. Temos de fazer os 7 dias da semana 24 horas” como referiu Fernando Silva. Uma das particularidades deste jornal é a ausência de um espaço físico. Cada um trabalha onde lhe for mais conveniente em regime de teletrabalho.

Para a realização das entrevistas foi elaborado um guião subdividido em quatro partes. Numa primeira parte, procurou-se esboçar uma contextualização do entrevistado e do seu percurso académico e profissional. De seguida, na parte mais extensa, tratamos do funcionamento do jornal *O Minho*, tendo sido abordado vários aspetos desde o funcionamento da redação, as fontes e correspondentes, desafios e seleção de notícias. Numa terceira parte, conversamos a propósito da relação do jornal com o público. E por último, abordamos os desafios do jornalismo de proximidade e da participação dos cidadão em contexto digital.

A primeira entrevista teve lugar com o sócio gerente Marco Araújo, tendo o contacto sido estabelecido através de e-mail e posteriormente via WhatsApp. A entrevista teve lugar a 17 de junho de 2024, no café Redondo, em Barcelos. Como se trata de uma entrevista semiestruturada, a condução da mesma revelou-se fácil e simples, tornando-se numa conversa fluida. Fernando Silva foi o segundo entrevistado, tendo o contacto também sido estabelecido via e-mail. Não sendo possível realizar presencialmente, como inicialmente previsto, a entrevista decorreu a 7 de agosto de 2024, através da plataforma Zoom.

4 APRESENTAÇÃO E DISCUSSÃO DOS RESULTADOS: INFORMAÇÃO DE PROXIMIDADE E INTERAÇÕES NO JORNAL *O MINHO*

Este último capítulo é dedicado à apresentação e discussão dos resultados da pesquisa. Divide-se em três secções dedicadas às plataformas Facebook, Youtube e Site. Começaremos por uma análise mais geral da página de Facebook de *O Minho* (número e tipologia das publicações, reações, partilhas e comentários), procurando ainda observar algumas correlações. Embora o corpus seja de natureza distinta, será utilizada a mesma metodologia para o canal de Youtube. Por fim, procederemos à análise geral do site do jornal, a fim de verificar de que modo duas das características do ciberjornalismo (hipertextualidade e multimedialidade) são implementadas por esta publicação digital de proximidade.

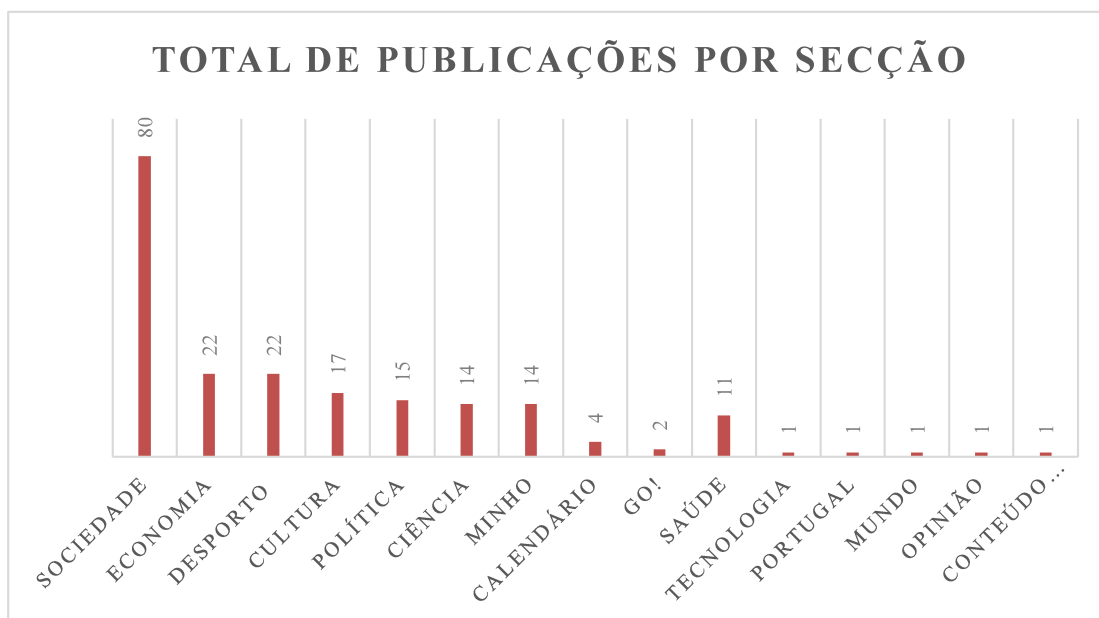
4.1 Facebook

As entrevistas permitiram-nos perceber que nem todas as notícias publicadas no site são partilhas no Facebook. “O Facebook é uma rede social que complementa o jornal. O que é que nós colocamos lá? O que for importante de última hora, seja do que for. E depois também vai do discernimento de cada um perceber se a notícia é grande ou não”, confiou-nos o diretor e editor do jornal *O Minho*. Ou seja, embora não haja orientações predefinidas ou escritas, a triagem depende da experiência e sensibilidade de cada jornalista, aquilo que nas redações se costumava apelidar de “tarimba”. Neste processo- num contexto de informação de proximidade- é sobretudo tido em conta o conhecimento que se tem dos leitores, suas práticas anteriores e respetivo envolvimento digital. “Não vou inundar o Facebook de notícias que ninguém quer ler porque ninguém vai abrir o site. (...) O que eu costumo dizer é para não entupir o Facebook. Nós sabemos que o Facebook é uma fonte de receita e não vamos entupir nem drenar a fonte de receita, ou seja, temos de perceber o que funciona e não funciona”, referiu ainda Fernando Silva.

Num primeiro momento, procuraremos definir um eventual padrão das publicações nesta rede social, assim como o envolvimento digital dos leitores. Para tal, analisaremos o número de publicações por secção e subsecção, assim como as principais tendências relativas às reações, comentários e partilhas dos leitores ou ainda a tipologia de reações (gosto, adoro, coragem, surpresa, riso, triste e ira) suscitadas em função do tipo de notícia publicada.

Gráfico 1

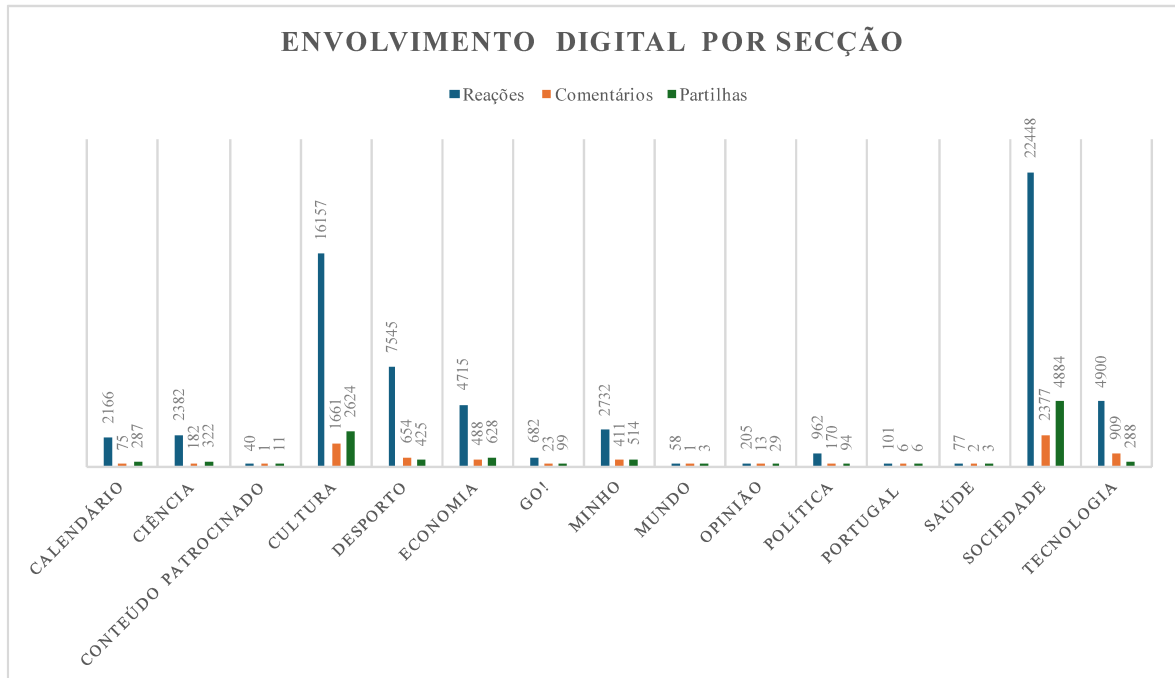
Total de publicações por secção no Facebook de *O Minho* (2024)
(23 junho -30 junho/ 23 agosto -14 setembro)



Fonte: elaboração própria

O gráfico 1 ilustra a divisão das 206 notícias que constituem o corpus por secção. Nitidamente existe prevalência da secção *Sociedade* que constitui cerca de 39% do corpus (80 publicações), o que perfaz uma média de 10 publicações/dia no período em apreço. Por seu turno, as secções *Economia* e *Desporto* apresentam uma média de 2,75 publicações/dia, seguidas da *Cultura* (2,125 publicações/ dia), *Política* (1,875), *Ciência* (1,75), *Minho* (1,75) e *Saúde* (1,375). A redação - a partir do contacto diário com as interações dos leitores - privilegia as notícias da secção *Sociedade*, talvez por considerar que as mesmas poderão suscitar mais interesse traduzido em cliques no site, muito à frente das demais secções. Esta afirmação carece, todavia, de uma confirmação: será que a secção mais presente no Facebook é realmente aquela que suscita mais envolvimento digital por parte dos leitores? Não se deverá a prevalência desta secção ao facto de agrupar um conjunto de eventos que se encaixam melhor a um território e proximidade? Para dar apenas alguns exemplos, a *Ciência*, a *Saúde* e a *Tecnologia* parecem adequar-se melhor a uma grelha de leitura nacional do que a *Sociedade*. Para responder a essas interrogações, elaboramos a lista das 10 publicações com mais reações, comentários e partilhas do nosso corpus.

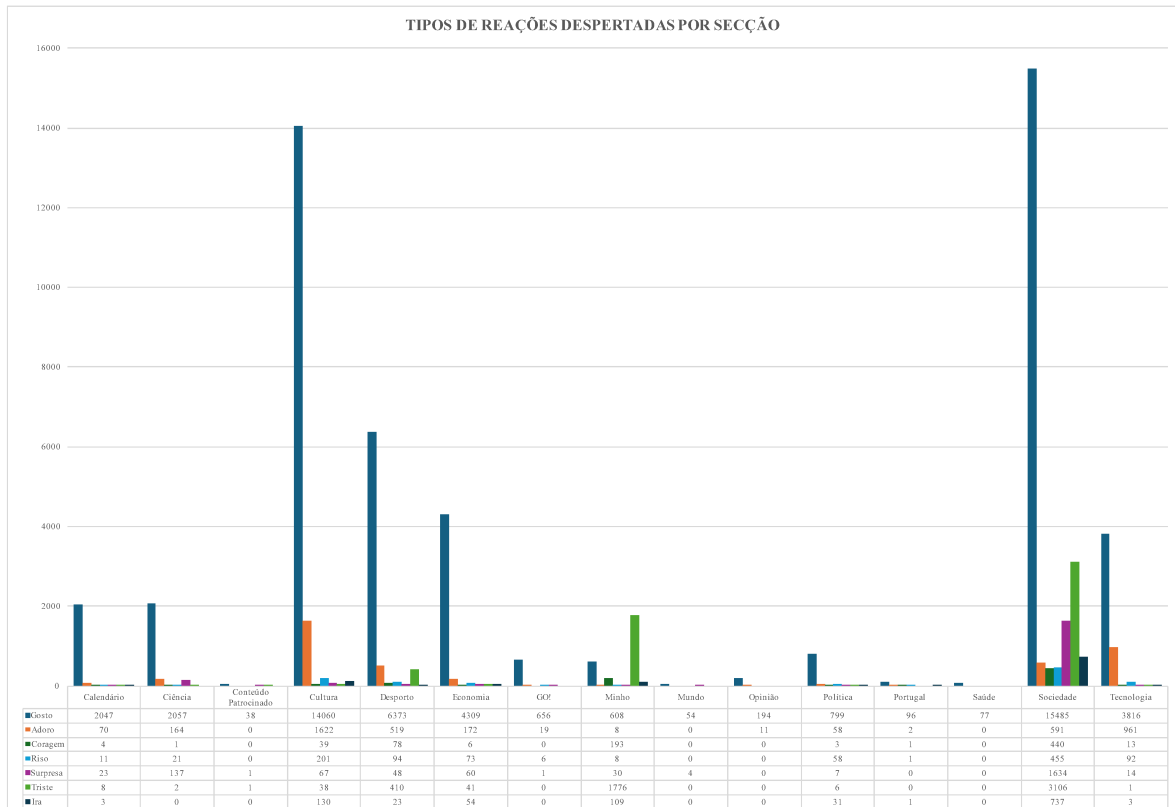
Gráfico 2
 Envolvimento digital por secção no Facebook de *O Minho* (2024)
 (23 junho -30 junho/ 23 agosto -14 setembro)



Fonte: elaboração própria

Constata-se que apesar da secção *Sociedade* ser aquela que dispõe de um maior número de publicações, não é aquela que gera mais reações, comentários ou partilhas (gráfico 2). Por seu turno, e apesar de dispor de menos de metade das publicações, a *Cultura* apresenta uma média de reações (950), comentários (97,7) e partilhas (154,4) por publicação bem superior à *Sociedade* que contabiliza uma média por notícia de 280,6 reações, 29,7 comentários e de 61,1 de partilhas.

Gráfico 3
Tipos de reações nas publicações do Facebook de *O Minho* (2024)
(23 junho -30 junho/ 23 agosto -14 setembro)



Fonte: elaboração própria

O gráfico 3 mostra-nos a tipologia de reações desencadeadas em cada secção. Introduzidas em 2016 pelo Facebook, constituem uma interação primária da plataforma, o que faz com que os seus números sejam, naturalmente, mais elevados relativamente a outros tipos de participação. Segundo De León et al. (2021) o facto dos utilizadores poderem clicar e reagir ao conteúdo para além do clássico gosto (👍), a partir de uma panóplia maior de recursos afetivos (adoro ❤️, coragem 🤪, surpresa 😲, riso 😂, triste 😞 e ira 😡) providencia-lhes uma outra forma de interagir emocionalmente com o conteúdo apresentado.

Tabela 5
 Top 10 publicações com mais reações no Facebook de *O Minho* (2024)
 (23 junho -30 junho/ 23 agosto-14 setembro)

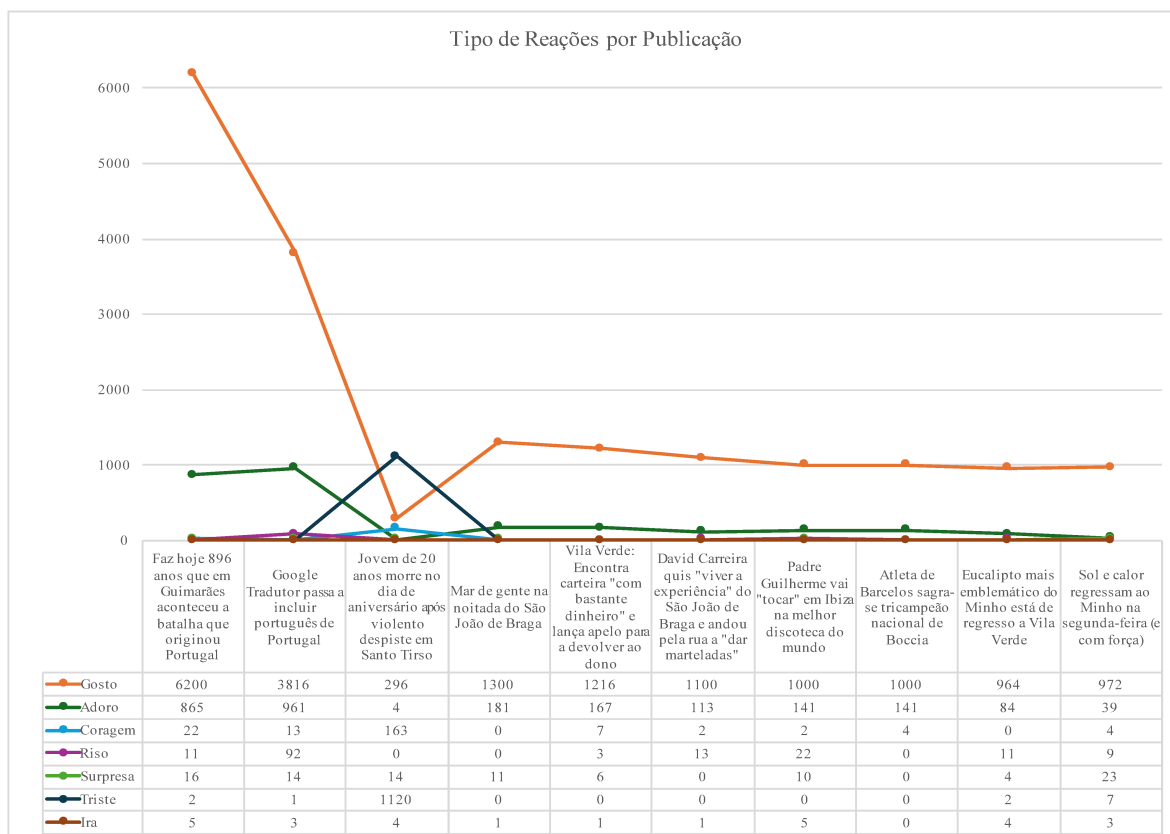
	Título da Notícia	Secção	Subsecção	NºReações
1	Faz hoje 896 anos que em Guimarães aconteceu a batalha que originou Portugal	Cultura	Outras	7121
2	Google Tradutor passa a incluir português de Portugal	Tecnologia	Outras	4900
3	Jovem de 20 anos morre no dia de aniversário após violento despiste em Santo Tirso	Minho	Aqui Perto	1601
4	Mar de gente na noitada do São João de Braga	Cultura	Festas e Romarias	1493
5	Vila Verde: Encontra carteira “com bastante dinheiro” e lança apelo para a devolver ao dono	Sociedade	Outras	1400
6	David Carreira quis “viver experiência” do São João de Braga e andou pela rua a “dar marteladas”	Cultura	Festas e Romarias	1229
7	Padre Guilherme vai “tocar” em Ibiza na melhor discoteca do mundo	Cultura	Outras	1180
8	Atleta de Barcelos sagra-se tricampeão nacional de Boccia	Desporto	Futebol	1145
9	Eucalipto mais emblemático do Minho está de regresso a Vila Verde	Sociedade	Outras	1069
10	Sol e calor regressam ao Minho na segunda-feira (e com força)	Calendário	Verão	1057

Fonte: elaboração própria

A tabela 5 revela a presença maioritária da secção *Cultura*, sendo que uma das publicações desta secção lidera a tabela com 7 121 reações. Duas das notícias de Cultura estão relacionadas com a subsecção *Festas e Romarias* fazendo por isso referência à experiência pessoal e até menção a celebridades e ainda *Outras* que aludem a factos históricos. Em secções como *Sociedade*, *Tecnologia*, *Minho*, *Desporto* e *Calendário* inserem-se publicações de inovação tecnológica (Português de Portugal no Google Tradutor), de carácter trágico (jovem de 20 anos morre em acidente), solidário (carteira devolvida) e feliz (atleta tricampeão), a um imaginário local (eucalipto emblemático) e experiência quotidiana dos leitores (meteorologia). De um modo geral, estas temáticas reúnem os leitores na página do Facebook do jornal e geram entre 1 057 a 7 121 reações. No gráfico abaixo podemos analisar o nível emocional.

Gráfico 4

Tipo de reações por publicação do top 10 da rede social Facebook de *O Minho* (2024)
(23 junho-30 junho/ 23 agosto-14 setembro)



Fonte: elaboração própria

Através do gráfico 2 é possível analisar os vários tipos de reações das diferentes notícias. Na notícia “Faz hoje 896 anos que em Guimarães aconteceu a batalha que originou Portugal” 6200 reações das 7121 totais são gostos, seguidas de 865 adoro (❤️), sendo que as outras reações apresentam números inferiores a 60. O cenário repete-se em “Google Tradutor passa a incluir português de Portugal”: de um total de 4 900 reações, 3816 são gostos e 961 são adoro, seguindo-se as restantes com números inferiores a 100. A situação muda, todavia, de figura quando se trata de notícias que despertam emoções mais “pesadas e profundas” - e que concentram os valores-notícias da proximidade e da tragédia- como é o caso da notícia “Jovem de 20 anos morre no dia de aniversário após violento despiste em Santo Tirso”. Aqui prevalece a tristeza (😞) (1120) e a coragem (😡) (163) em relação aos outros temas. Constatamos que as emoções são utilizadas de acordo com o carácter noticioso. As emoções

são utilizadas em função da temática e dos valores-notícia subjacentes. Não é, por acaso, que a proximidade está subjacente, de forma diversa, a todas as notícias deste *top ten*, desde a fundação da nacionalidade até à meteorologia. Uma tal leitura não explica, contudo, a diferença significativa de reações entre a primeira notícia da tabela e as restantes.

Ainda de acordo com o gráfico 2, num exercício de categorização dos diversos tipos de reação, o gosto e adoro são mais significativos nas publicações 1 e 2, as reações coragem e triste na notícia 3, enquanto a reação surpresa (😬), ira (😡) e riso (😄) não apresentam números tão significativos quanto as anteriores (sempre abaixo de 100) embora mais presentes nas notícias 10 (😬), 1 e 7 (😡), 2 (😄). De León et al. (2021) recordam que existe uma categorização das reações, que se dividem entre positivas (adoro, surpresa, riso) e negativas (triste e ira). O gosto, embora de conotação positiva, é uma reação mais neutra, até por ser a primeira disponibilizada ao utilizador. É, por isso, como comprova a nossa tabela, de longe a mais utilizada, traduzindo por vezes uma certa aprovação, outras vezes funcionando mais como um visto. Refira-se que a reação coragem foi inserida em 2020 na referida rede social, não tendo sido por isso categorizada no estudo de De León et al. (2021). No âmbito da nossa pesquisa, consideramos que a coragem está mais associada às emoções negativas, sendo muito usada em momentos difíceis.

Verifica-se que esta categorização (positivo/neutro/negativo) se articula com o conteúdo das notícias. Por exemplo, a notícia 3, relativa à morte de um jovem de 20 anos desperta reações de coragem e tristeza, sendo a primeira endereçada à família do jovem e constituindo a segunda uma demonstração de pesar pessoal pelo acontecimento trágico. Ao invés, as notícias 1 e 2 são sobretudo alvo de reações como gosto, adoro e riso, tendo até suscitado um certo entusiasmo por parte dos leitores. Todavia, para melhor percebermos envolvimento digital em torno desta notícia, será necessário olharmos de mais perto para os comentários (tabela 6). Por seu turno, a secção *Cultura* produz sobretudo reações de gosto, adoro e ira, refletindo uma certa proximidade (que às vezes pode ser crítica) aos eventos locais e às personalidades que neles participam. A *Tecnologia* suscita reações de gosto, adoro e riso, sendo que o número importante de reações está intimamente associado a questões e debates em torno da identidade nacional.

Tabela 6
 Top 10 publicações com mais comentários no Facebook de *O Minho* (2024)
 (23 junho-30 junho/ 23 agosto-14 setembro)

	Título da Notícia	Secção	Subsecção	NºComentários
1	Google Tradutor passa a incluir português de Portugal	Tecnologia	Outras	909
2	Braga volta a celebrar São João do Brasil	Cultura	Festas e Romarias	696
3	Faz hoje 896 anos que em Guimarães aconteceu a batalha que originou Portugal	Cultura	Outras	576
4	Jovem de 20 anos morre no dia de aniversário após violento despiste em Santo Tirso	Minho	Aqui Perto	237
5	Novo mercado de Viana vai a concurso por 12,6 milhões	Economia	Obras Públicas	218
6	Portugal perde com a Geórgia e vai defrontar Eslovénia nos “oitavos”	Desporto	Futebol	161
7	Jovem que morreu esfaqueado no Norte Shopping era da Trofa	Sociedade	Crime	160
8	Euromilhões: “Jackpot” de 213 milhões saiu em Portugal	Sociedade	Jogos Santa Casa	154
9	Não quis pagar 70 euros pelas sardinhas e acabou em rixa no S. João de Braga	Sociedade	Crime	146
10	Descobertas ferramentas com mais de 250 mil anos em Esposende	Ciência	Arqueologia	142

Fonte: elaboração própria

No decurso da entrevista, o diretor do jornal deu conta de algumas particularidades relativas à caixa de comentários das publicações do Facebook. “Normalmente, deixamos as pessoas dar as suas opiniões porque há os que insultam, mas também há os que elogiam e esses são grande parte” afirmou Fernando Silva. Contudo, certas publicações são suscetíveis de gerar comentários mais maldosos. “Por exemplo, publicamos uma notícia de uma senhora que caiu nas cascatas no Gerês. Houve vários comentários. Nada a gozar com a senhora, mas havia lá um comentário, a gozar com o atributo físico da pessoa e obviamente fui lá e ocultei. A senhora viu o comentário e outros, ligou-nos e explicou e pediu para tirar a foto dele e eu tirei a foto e coloquei uma genérica. A isso acedemos sempre” assumiu o entrevistado que referiu ser ainda usual ocultar comentários de spam. Em suma, a mediação dos comentários

é sobretudo exercida em caso de spam ou eventualmente na sequência de ofensas especificamente proferidas contra alguém alvo de uma notícia.

Na tabela 6, relativa às dez notícias mais comentadas, encontramos três de *Sociedade*, duas de *Cultura*, repartindo-se as restantes cinco pela *Tecnologia*, *Minho*, *Economia*, *Desporto e Ciência*. Todavia, no âmbito do nosso corpus, as notícias de *Sociedade* suscitam menos debate entre os leitores do que temas culturais, sejam ela de natureza regional ou nacional. Encontramos ainda nesta tabela 6 três notícias que já constavam da tabela anterior, a saber “Google Tradutor passa a incluir português de Portugal”; “Faz hoje 896 anos que em Guimarães aconteceu a batalha que originou Portugal”; “Jovem de 20 anos morre no dia de aniversário após violento despiste em Santo Tirso”. Ou sejam as três notícias que geraram mais reações também se encontram no rol daquelas que mais foram alvo de comentários. A questão reside em saber que tipo de comentários geraram as notícias da tabela. Por que tipo de comentários são gerados em torno das três notícias que geraram mais comentários? A notícia “Braga volta a celebrar o São João do Brasil” (696) foi comentado por leitores que se manifestaram contra a organização do evento destinado à comunidade imigrante brasileira. Na caixa de comentários, verifica-se uma diversidade de opiniões. Por um lado, defende-se a presença dos Brasileiros em Portugal, realça-se laços de amizade, traçam-se paralelos entre a situação dos imigrantes em Portugal e dos emigrantes portugueses em países como a França e a Suíça. Por outro lado, alguns indivíduos expressam o seu desagrado contra a presença dos Brasileiros, o evento em si e criticam a postura do presidente da Câmara Municipal de Braga, questionando a sua liderança. Refira-se que os comentários mais virulentos não provêm de perfis anónimos. Por fim, não encontramos muitos comentários oriundos de cidadãos brasileiros identificados enquanto tal.

Captura de Ecrã 4

Exemplos de comentários da publicação "Braga volta a festejar o São João do Brasil" (30 junho 2024)

The screenshot displays six individual comments from a social media post. Each comment includes the text of the comment, the time it was posted (all at 16:00), and interaction options like 'Gosto' (Like) and 'Responder' (Reply). The comments are as follows:

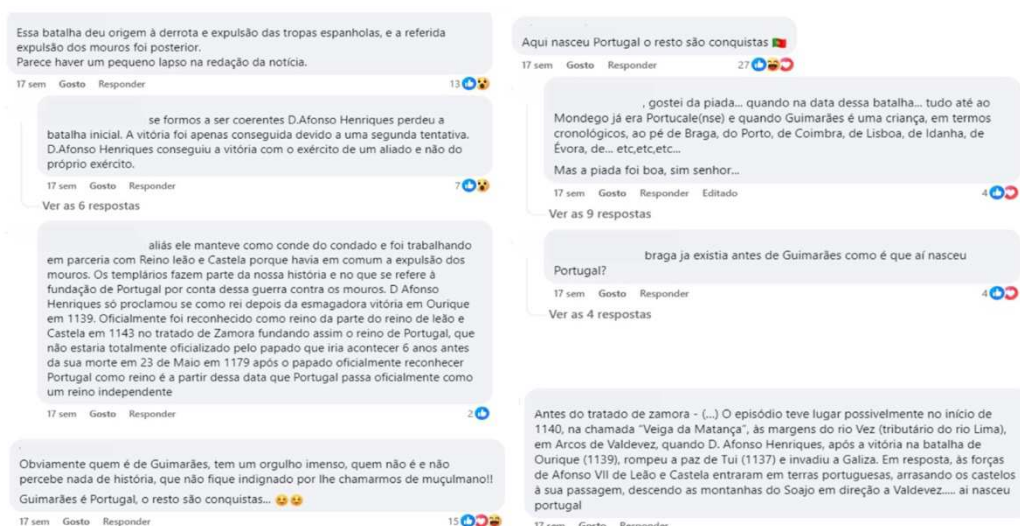
- Comment 1:** "Estes que vem para aqui reclamar,no dia da festa estão lá todos,é melhor as pessoas se divertirem,do que ficarem em casa,a pensar na morte da Bezerra,a vida são dois dias,por isso sejam felizes,divirtam-se!! Viva o são João 🎉🎊🎊🎊🎊" (16 sem, 34 likes)
- Comment 2:** "Não critiquem tenho muito boas amigas brasileiras até ágora,bora para forró" (16 sem, 24 likes)
- Comment 3:** "Sim até porque os portugueses não fazem festas em França ,Suíça e por aí fora ,não tem zonas maioritariamente deles ,já pensei assim ,hoje em dia não penso,vivem do trabalho a maioria deles e fazem uma festa com a gente deles.que coisa horrível ,realmente" (16 sem, 11 likes)
- Comment 4:** "Continuem a votar nos mesmos..." (16 sem, 17 likes)
- Comment 5:** "Com Ricardo Rio Braga e uma cidades pouco portuguesas 😊😊😊" (16 sem, 21 likes)
- Comment 6:** "E triste no que a minha cidade se está a tornar. A culpa e de quem autoriza . O que o presidente tem a dizer sobre isto . Será que tem o rabo preso." (16 sem, 4 likes)

Por seu turno, a notícia “Faz hoje 896 anos que em Guimarães aconteceu a batalha que originou Portugal”, sobejamente citada, suscitou 576 comentários. Não é tanto a efeméride em si, mas o local a que se refere que leva muitos vimaranenses a expressar o seu bairrismo e orgulho na sua terra. Encontramos ainda respostas que aludem à cidade de Braga, fazendo alusão ao seu estatuto e antiguidade, numa contra manifestação de bairrismo. Outros leitores manifestam a sua discordância quanto ao modo como foi redigida a notícia, debatendo factos históricos. De modo geral são as questões que tocam à identidade e ao sentimento de pertença que mais geram debate.

Captura de Ecrã 5

Exemplos de comentários da publicação

"Faz hoje 896 anos que em Guimarães aconteceu a batalha que originou Portugal" (24 junho 2024)



De forma algo surpreendente, a notícia “Google Tradutor passa a incluir português de Portugal”, a única da secção *Tecnologia* nesta tabela, foi aquela que gerou mais debate público. As manifestações de alegria pela ação da Google coabitam com comentários xenófobos relativos a uma pretensa superioridade por parte dos portugueses. Para além das manifestações de alegria, estão bastante presentes comentários de escárnio por vezes xenófobos são endereçados à comunidade brasileira, questionando-se a existência de “outro português” ou recorrendo-se a termos brasileiros de forma irónica. Um comentário entre tantos outros reteve a nossa atenção: um brasileiro que manifesta tristeza por sentir esta humilhação por parte de leitores portugueses, considerando “o verdadeiro português é o de Portugal”. Voltam a ser questões de identidade nacional, de pertença cultural e língua

materna e de separação entre “nós” (os daqui, os legítimos) e os outros (os de fora, os outros) que provocam um debate mais aceso e um maior número de intervenções.

Captura de Ecrã 6
Exemplos de comentários da publicação
“Google Tradutor passa a incluir português de Portugal” (28 junho 2024)

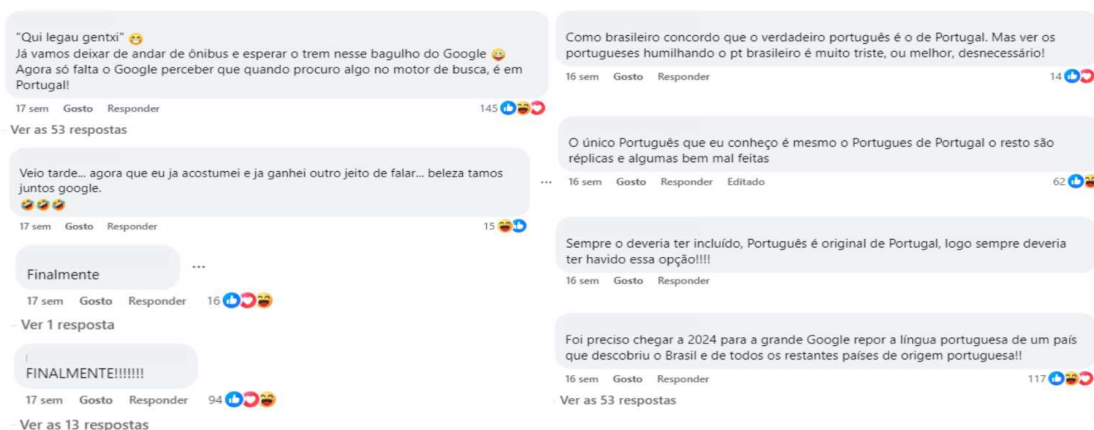


Tabela 7
Top 10 publicações com mais partilhas no Facebook de *O Minho* (2024)
(23 junho -30 junho/ 23 agosto-14 setembro)

	Título da Notícia	Secção	Subsecção	NºPartilhas
1	Faz hoje 896 anos que em Guimarães aconteceu a batalha que originou Portugal	Cultura	Outras	1800
2	Depois do “Olá pai, Olá mãe”, há uma nova burla no WhatsApp: “Olá mano, Olá mana”	Sociedade	Crime	1200
3	Jovem de 20 anos morre no dia de aniversário após violento despiste em Santo Tirso	Minho	Aqui Perto	430
4	Família de Barcelos precisa de ajuda para comprar cadeira adaptada	Sociedade	Solidariedade	300
5	Google Tradutor passa a incluir português de Portugal	Tecnologia	Outras	288
6	Mar de gente na noitada do São João de Braga	Cultura	Festas e Romarias	222
7	Vem aí chuva, trovoada e granizo, Minho sobre aviso amarelo	Sociedade	IPMA	206
8	Tempo agrava-se a partir da tarde de hoje e só começa a melhor no sábado	Sociedade	IPMA	185
9	Sol e calor regressam ao Minho na segunda-feira (e com força)	Calendário	Verão	180
10	Descobertas ferramentas com mais de 250 mil anos em Esposende	Ciência	Arqueologia	169

Fonte: elaboração própria

A partir da tabela 7, observamos uma outra forma de interação materializada pelo número de partilhas por notícia. A peça “Faz hoje 896 anos que em Guimarães aconteceu a batalha que originou Portugal” (secção *Cultura*) - que gerou 7 121 reações e 576 comentários- volta a encabeçar o top 10 com um número impressionante de 1 800 partilhas. Após a análise dos comentários, podemos assumir que este número traduz o orgulho dos vimaranenses pela sua cidade, traduzindo-o na partilha da notícia no seu perfil do Facebook. Partilhar é simultaneamente identificar-se ou concordar com uma informação, mas também apresentar uma faceta de si aos seus contactos nesta rede social.

É de salientar que a notícia relativa a um novo esquema de burlas via WhatsApp foi alvo de um grande número de partilhas (1 200). Neste caso, a partilha é uma forma de ser solidário com a comunidade de “amigos” virtuais, alertando o maior número para a existência de uma nova fraude no âmbito digital. A partilha traduz uma corresponsabilização pelo bem-estar da comunidade, a começar pelos que nos são mais próximos, à imagem do público de *O Minho* e da nossa rede de sociabilidade do Facebook.

Por fim, os restantes temas que suscitaram mais partilhas – embora sempre abaixo das 500 – veiculam uma panóplia de conteúdos desde a tragédia (morte de um jovem), passando pela solidariedade (apoio para compra de cadeira adaptada), questões de identidade nacional, de pertença cultural e língua materna (língua portuguesa no Google Tradutor), até a experiências pessoais (meteorologia e São João de Braga) e descobertas (ferramentas milenares descobertas).

Em jeito de conclusão, refira-se que três notícias presentes em todas as tabelas correspondem a secções diferentes: “Faz hoje 896 anos que em Guimarães aconteceu a batalha que originou Portugal” (*Cultura*); “Google Tradutor passa a incluir português de Portugal” (*Tecnologia*); e “Jovem de 20 anos morre no dia de aniversário após violento despiste em Santo Tirso” (*Minho*). Nas três tabelas, detetamos ainda a presença recorrente das secções *Cultura*, *Sociedade* e *Tecnologia*. Embora a *Sociedade* apresente a média mais alta de publicações diária (10), não é aquela que suscita maior envolvimento digital dos leitores, mas sim a *Cultura* ainda que com uma média publicações de apenas 2,175 publicações/dia. Não é possível incluir a secção *Tecnologia* nesta comparação, uma vez que apresenta apenas uma notícia em todo o corpus.

Dado que cada secção se desdobra numa multiplicidade de subsecções, achamos pertinente levar a cabo uma análise mais fina do envolvimento digital dos leitores, de modo

a perceber quais são os conteúdos mais mobilizadores. Esta apreciação cingir-se-á apenas às secções *Sociedade e Cultura*, por serem as mais representativas do nosso corpus.

4.1.1 Secção Sociedade

No âmbito das 80 publicações da *Sociedade*, as subsecções que mais se destacam, no que toca a quantidade de notícias publicadas são as seguintes: *Acidentes* (22 publicações; 2,8/dia), *Outras* (12 publicações; 1,5/dia), *Crime* (11 publicações; 1,4 /dia) e *IPMA* (10 publicações; 1,3/dia), todas com uma média superior de uma publicação diária. Fazem ainda parte do corpus as subsecções *Justiça* (6 publicações; 0,75/dia), *Mobilidade* (5 publicações ;0,62/dia), *Incêndio* (4 publicações; 0,5/dia), *Jogos Santa Casa* (4 publicações; 0,5/dia), *Desaparecimento* (2 publicações; 0,25/dia), *Insólito* (1 publicação; 0,13/dia), *Polícias* (1 publicação; 0,13/dia), *Solidariedade* (1 publicação; 0,13/dia). Recorrendo ao mesmo método já utilizado, mas desta vez aplicado às subsecções, analisamos as 10 publicações com mais reações.

Tabela 8

Top 10 publicações com mais reações em Sociedade no Facebook de *O Minho* (2024)
(23 junho -30 junho / 23 agosto -14 setembro)

	Título da Notícia	Nº de Reações	Subsecção
1	Vila Verde: Encontra carteira "com bastante dinheiro" e lança apelo para a devolver ao dono	1400	Outras
2	Eucalipto mais emblemático do Minho está de regresso a Vila Verde	1069	Outras
3	Euromilhões: "Jackpot" de 213 milhões saiu em Portugal	916	Jogos Santa Casa
4	Tempo agrava-se a partir da tarde de hoje e só começa a melhorar no sábado	818	IPMA
5	Hoje ainda "chuvisca", mas depois são 10 dias acima dos 30°C no Minho	816	IPMA
6	Neblina no Minho mostra arrefecimento radical da temperatura	781	IPMA
7	Caminhar entre Esposende e Barcelos pela margem do rio Cávado	768	Outras
8	Vem aí chuva, trovoada e granizo. Minho sobre aviso amarelo	647	IPMA
9	Temperaturas vão cair 10 graus em Braga	625	IPMA

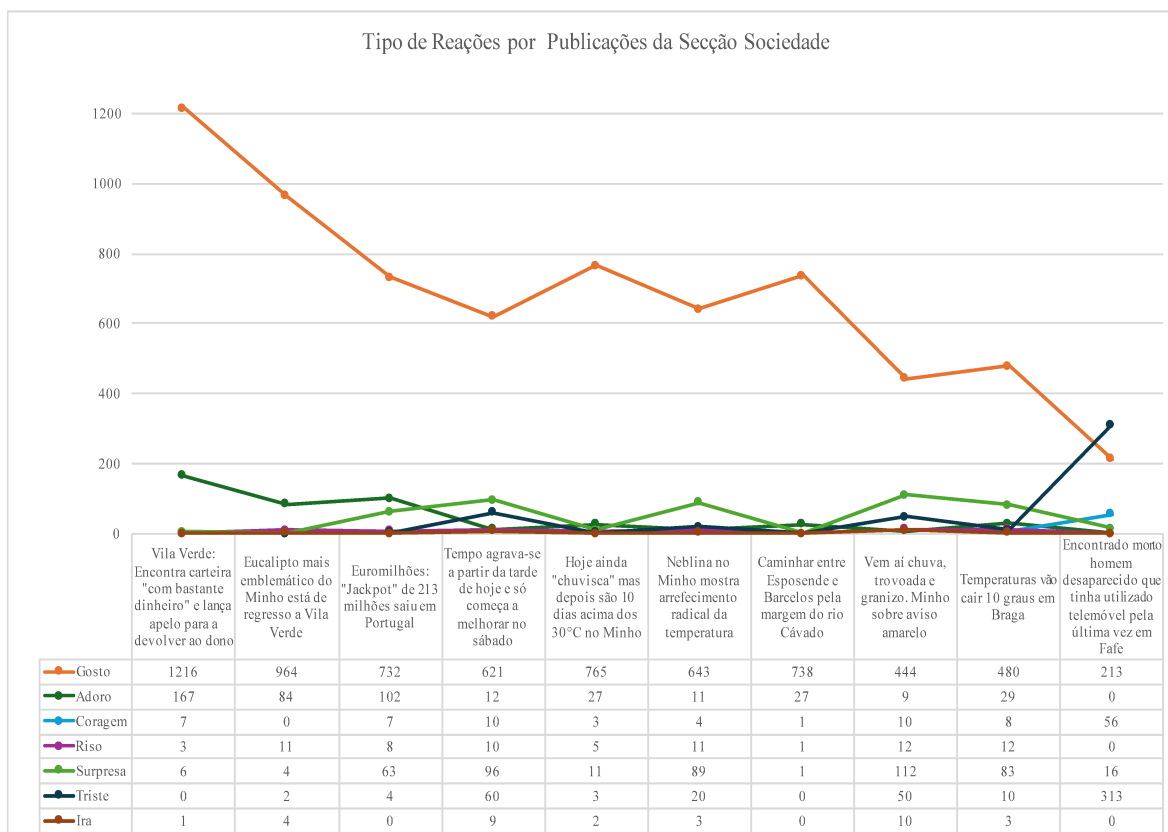
10	Encontrado morto homem desaparecido que tinha utilizado telemóvel pela última vez em Fafe	598	Desaparecimento
----	---	-----	-----------------

Fonte: elaboração própria

Os resultados da tabela 8 revelam a presença maioritária da subsecção IPMA, embora outras notícias suscitem mais reações. Todas estas publicações têm em comum o facto de fazer referência à experiência quotidiana dos leitores (meteorologia), a um acontecimento eventualmente já vividos por si ou por um conhecido (perda de um pertence pessoal, caminhada na natureza do Minho), a um imaginário local (eucalipto do Minho- Vila Verde) ou um acontecimento fora do normal, seja ele de carácter feliz ou trágico. São temáticas que unem os leitores em torno de experiências comuns, suscitando entre 598 e 1400 reações. Resta saber como se traduzem em termos emocionais.

Gráfico 5

Tipo de Reações por Publicação do Top 10 da Secção *Sociedade* do Facebook de *O Minho* (2024)
(23 junho -30 junho/ 23 agosto -14 setembro)



Fonte: elaboração própria

A notícia 1 sobre uma carteira encontrada com dinheiro gerou um total 1400 reações, nomeadamente, 1 216 gostos e 167 adoros, apresentando a coragem, surpresa, ira e riso números residuais. O conteúdo noticioso permitiu unir o leitorado em torno de valores como a honestidade e solidariedade e debater o atual estado das relações sociais. Por isso, uma publicação relativa a uma atitude que deve ser valorizada foi a que teve maior impacto na secção *Sociedade*, suscitando sobretudo reações positivas. Todavia, o debate público também pode ter origem em notícias e comentários de cariz negativos, como acontece com a última notícia da tabela 8: “Encontrado morto homem desaparecido que tinha utilizado o telemóvel pela última vez em Fafe” (598 reações). Neste caso, primam as opções triste (313), gosto (213), coragem (56) e de surpresa (16). Não deixa, todavia, de ser sintomático que a notícia 10 tenha mais reações de tristeza do que a notícia 1 reações de adoro.

Em síntese, as três primeiras notícias da tabela 8 ilustram que – ao invés do que poderíamos pensar – são os conteúdos mais positivos que geraram um maior número de reações. Contudo, as notícias com pendor mais negativo são mais suscetíveis de suscitarem reações mais marcadas (tristeza, coragem, surpresa e ira), mesmo sem um posicionamento mais neutral como o gosto é quase sempre (largamente) maioritário. Tudo obviamente depende do teor das peças. Por exemplo, a subsecção IPMA apresenta más notícias sobre o estado de tempo, mas não se trata de uma experiência pessoal suficientemente forte para que os utilizadores se posicionem, de forma marcada, com reações demasiado negativas. O mesmo já não se verifica quando se trata de tragédias ou de acontecimentos polémicos, como ilustra a análise dos comentários da secção *Sociedade*.

Tabela 9

Top 10 publicações com mais comentários em *Sociedade* no Facebook de *O Minho* (2024)
(23 junho -30 junho / 23 agosto - 14 setembro)

	Título da notícia	Nº de Comentários	Subsecção
1	Euromilhões: "Jackpot" de 213 milhões saiu em Portugal	154	Jogos Santa Casa
2	Não quis pagar 70 euros pelas sardinhas e acabou em rixa no S. João de Braga	146	Crime
3	Jovem de 18 anos morre esfaqueado no NorteShopping	117	Crimes
4	Vila Verde: Encontra carteira "com bastante dinheiro" e lança apelo para a devolver ao dono	115	Outras

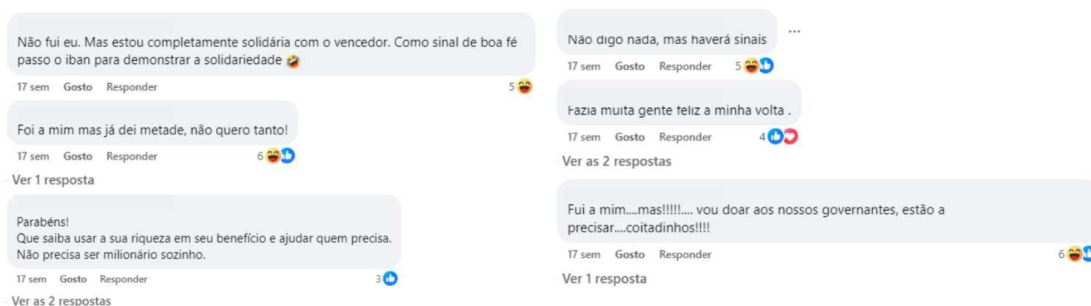
5	Mulher atropelada na passadeira em Viana	114	Acidentes
6	Pastor alemão salta portão de casa e afugenta carteiro em Fafe (GNR e bombeiros tiveram que intervir)	101	Insólito
7	Mais 25 radares de velocidade nas estradas portuguesas	100	Mobilidade
8	Sismo sentido no continente	99	IPMA
9	Neblina no Minho mostra arrefecimento radical da temperatura	88	IPMA
10	Eucalipto mais emblemático do Minho está de regresso a Vila Verde	83	Outras

Fonte: elaboração própria

Observamos um número relativamente próximo de comentários no que diz respeito às dez publicações da secção *Sociedade* que mais deram origem a este tipo de interação. A notícia que mais incentivou os leitores a escrever -relativa à subsecção Jogos Santa Casa- recorre a uma estratégia usada pela redação, desde o início do jornal, sempre que o Euromilhões é atribuído a Portugal. A questão “Foi a si?” propicia um maior envolvimento do público, uma vez que é endereçada diretamente a cada um dos leitores de O Minho. É sobretudo uma oportunidade de partilhar alguma piada com a redação e a comunidade dos leitores.

Captura de Ecrã 7

Exemplos de comentários da publicação
"Euromilhões:"Jackpot" de 213 milhões saiu em Portugal" (25 junho 2024)



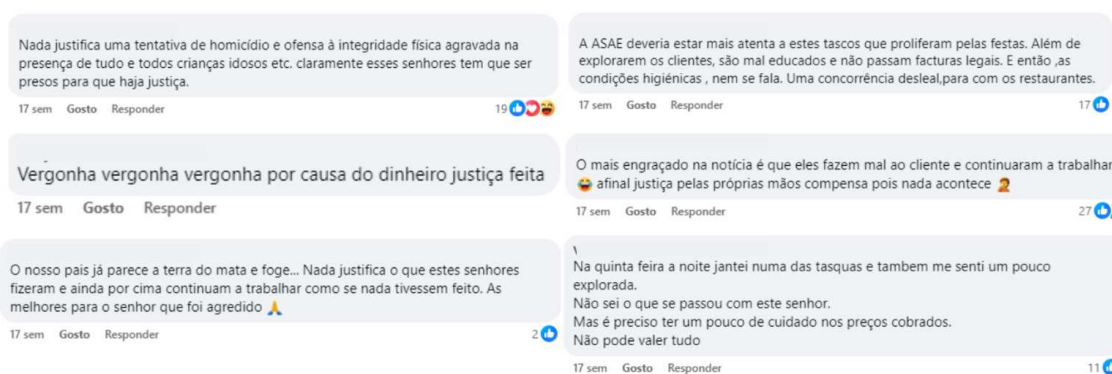
Refira-se, todavia, que sete das dez notícias da tabela 9 referem-se a acontecimentos de cariz mais negativo, tais como crimes, acidentes, ameaças ao bem-estar em geral e acontecimentos mais insólitos. São sobretudo este tipo de peças que mobilizaram o debate

através da caixa de comentários. Por exemplo, a notícia “Não quis pagar 70 euros pelas sardinhas e acabou em rixa no S. João de Braga” – um espaço festivo que a maioria dos leitores já frequentou – permite partilhar experiências pessoais ou refletir sobre a segurança e justiça.

Captura de Ecrã 8

Exemplos de comentários da publicação

" Não quis pagar 70 euros pelas sardinhas e acabou em rixa no S. João de Braga " (23 junho 2024)



Já a informação “Jovem de 18 anos morre esfaqueado no NorteShopping” leva os leitores a refletir sobre a posse e uso cada vez mais frequente de armas brancas pelos jovens em Portugal e a questionar a segurança em Portugal e são deixadas muitas mensagens de força e coragem à família e desejos de paz para o jovem de 18 anos. Nos dois casos, o debate público tona-se mais aceso pois são ambos exemplos da criminalidade em Portugal o que leva os leitores a debater sobre a segurança em território nacional.

Captura de Ecrã 9

Exemplos de comentários da publicação

“Jovem de 18 anos morre esfaqueado no NorteShopping” (28 junho 2024)



Tabela 10

Top 10 publicações com mais partilhas em *Sociedade* no Facebook de *O Minho* (2024)
(23 junho -30 junho / 23 agosto -14 setembro)

	Título da notícia	Nº de Partilhas	Subsecção
1	Depois do "Olá pai, olá mãe", há uma nova burla no WhatsApp: "Olá mano, olá mana"	1200	Crime
2	Família de Barcelos precisa de ajuda para comprar cadeira adaptada	300	Solidariedade
3	Vem aí chuva, trovoada e granizo. Minho sobre aviso amarelo	206	IPMA
4	Tempo agrava-se a partir da tarde de hoje e só começa a melhorar no sábado	185	IPMA
5	Vila Verde: Encontra carteira "com bastante dinheiro" e lança apelo para a devolver ao dono	169	Outras
6	Mais 25 radares de velocidade nas estradas portuguesas	127	Mobilidade
7	Encontrado morto homem desaparecido que tinha utilizado telemóvel pela última vez em Fafe	120	Desaparecimento
8	Eucalipto mais emblemático do Minho está de regresso a Vila Verde	113	Outras
9	Carro capota após colisão na estrada Barcelos-Ponte de Lima	103	Acidentes
10	Hoje ainda "chuvisca", mas depois são 10 dias acima dos 30°C no Minho	101	IPMA

Fonte: elaboração própria

A tabela 10 revela quais são os dez conteúdos da secção *Sociedade* que mais partilhas suscitam. Embora sejam quase todas (7) notícias diferentes da tabela anterior, reencontramos algumas tendências da caixa de comentário. Sete publicações mais negativas, quer sejam mais trágicas (crime, acidente e desaparecimento) ou mais quotidianas (meteorologia, segurança rodoviária) geram uma partilha significativa nas páginas pessoais dos leitores. A nova burla associada ao *WhatsApp* (1 220 partilhas) é, de longe, a que mais gerou este tipo de interações, pelo facto de haver mais possibilidades de cada um ser confrontado com ela. Aqui a partilha, é uma forma de manifestar o seu desagrado/receio com determinadas situações, colaborando na sua divulgação. Outros dois conteúdos desta tabela dizem respeito a exemplos de solidariedade às quais os leitores se podem juntar: “Família de Barcelos precisa de ajuda para comprar cadeira adaptada” (300 partilhas) e “Vila Verde: Encontra carteira "com bastante dinheiro" e lança apelo para a devolver ao dono” (169). Aqui, a

partilha constitui uma forma de participação efetiva numa ação comunitária em prol de um objetivo nobre.

Na secção *Sociedade*, as subsecções que mais reações geram não são as que geram mais comentários, nem partilhas e vice-versa. Embora não seja possível estabelecer nenhum padrão comportamental em função das diferentes subsecções, a análise permitiu-nos descobrir algumas tendências do envolvimento digital: notícias sobre o clima despertam mais reações; notícias sobre crimes suscitam mais comentários e notícias sobre solidariedade traduzem-se em mais partilhas.

4.1.2 Secção Cultura

A secção *Cultura* – que apresentava um total de reações, comentários, partilhas-desdobra-se em 13 subsecções (cf. Anexo C), para além da subsecção *Outras* (presente em todas as secções). Recorde-se, todavia, que o nosso corpus conta apenas com três dessas subsecções (*Festas e Romarias*, *Património* e *Outras*). No total foram contabilizadas 17 publicações, nove das quais relativas à subsecção *Festas e Romarias* (1,1/ dia), cinco em *Outras* (0,6/dia) e três em *Património* (0,4/dia). Note-se que a média de publicações diárias de conteúdos relativos a *Festas e Romarias* é mais alta neste período, dado que a semana referente ao nosso corpus coincida com as festas dos santos populares. Apesar de a *Cultura* ser a apenas a quarta secção com mais publicações, optamos por analisa-la, uma vez que é a mais representativa do corpus (cf. Tabela 5, Tabela 6, Tabela 7), embora a Economia e o Desporto ocupem, respetivamente, o segundo e terceiros lugares em termos do número de notícias.

Tabela 11

Top 10 publicações com mais reações em *Cultura* no Facebook de *O Minho* (2024)
(23 junho -30 junho/ 23 agosto -14 setembro)

	Título da Notícia	Nº de Reações	Subsecção
1	Faz hoje 896 anos que em Guimarães aconteceu a batalha que originou Portugal	7 121	Outras
2	Mar de gente na noitada do São João de Braga	1 493	Festas e Romarias
3	David Carreira quis "viver a experiência" do São João de Braga e andou pela rua a "dar marteladas"	1 229	Festas e Romarias

4	Padre Guilherme vai "tocar" em Ibiza na melhor discoteca do mundo	1 180	Outras
5	Largada de balão gigante "arrancou" São João de Braga	1 041	Festas e Romarias
6	Braga volta a celebrar São João do Brasil	794	Festas e Romarias
7	Já é conhecido o cartaz das Feiras Novas de Ponte de Lima	732	Outras
8	São João de Braga acaba hoje com The Gift e fogo de artifício	689	Festas e Romarias
9	Multidão no encerramento do São João de Braga com The Gift e fogo de artifício	580	Festas e Romarias
10	Guimarães honra indústria da cutelaria com monumento	297	Património

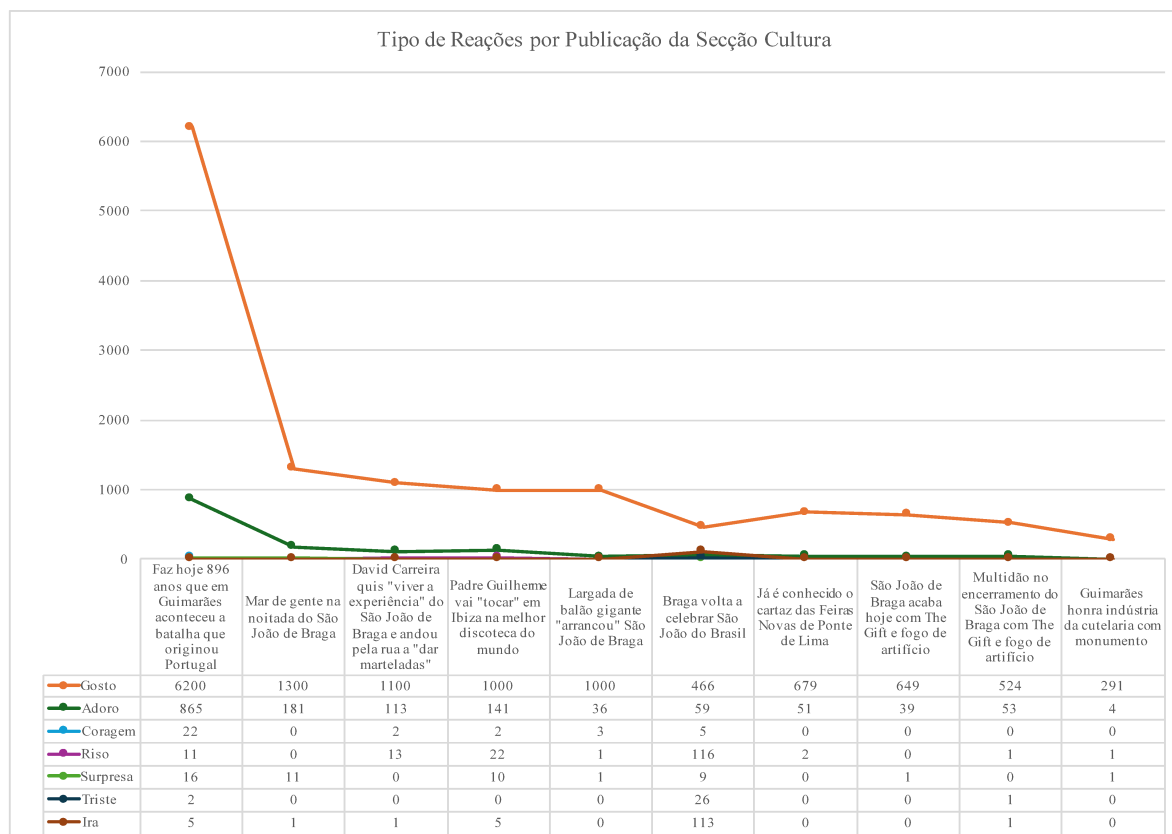
Fonte: elaboração própria

Como já foi analisado na tabela 5, a notícia “Faz hoje 896 anos que em Guimarães aconteceu a batalha que originou Portugal” (subsecção *Outras*) é a notícia de todo o corpus que suscitou o maior número de reações. No que se refere às dez notícias de *Cultura* com maior número de interações desta natureza, a tabela 11 revela uma predominância da subsecção *Festas e Romarias* com seis publicações devido à ocorrência do São João de Braga nessa semana. Para além de se tratar de uma tradição religiosa e cultural muito enraizada na região, uma maioria dos habitantes da região do Minho já participou, pelo menos uma vez, no São João de Braga. Por outro lado, 13,6% dos seguidores do jornal O Minho via Facebook residem no concelho de Braga. Não podemos deixar de observar que a notícia “Já é conhecido o cartaz das Feiras Novas de Ponte de Lima” foi colocada pela redação na subsecção *Outras*, apesar de se enquadrar em *Festas e Romarias*, visto que se trata de uma festividade popular. Esta categorização das notícias por subsecção torna a análise às subsecções um pouco mais complexa, uma vez que nem sempre se encontra o total sentido de uma tal seriação.

As outras duas notícias, uma diz respeito à celebridade, Padre Guilherme, que se tornou viral na internet ao partilhar a sua paixão pela música techno, admirado por milhões de seguidores nas redes sociais, encarna o contraste entre a profissão e o *hobbie*. Já a outra notícia faz referência ao património português e ao orgulho dos vimeiraneses na sua indústria cuteleira.

Gráfico 6

Tipo de Reações por Publicação do Top 10 da Secção *Cultura* do Facebook de *O Minho* (2024) (23 junho -30 junho / 23 agosto -14 setembro)



Fonte: elaboração própria

Em termos gerais, comparativamente à *Sociedade*, a *Cultura* gerou um tipo de reações mais “neutras” (gosto), uma vez que – salvo duas exceções – as outras tipologias apresentam números residuais. Deste modo, as únicas notícias que suscitaram os sete tipos de reações foram a 1 e a 6. Embora, como geralmente acontece, os gostos estejam em larga superioridade em todas as publicações, a notícia 1 relativa à Batalha de São Mamede, em Guimarães, foi a que produziu mais reações de adoro (865), coragem (22) e surpresa (16), enquanto a 6 referente a uma versão brasileira do São João, em Braga, suscitou mais reações de riso (116), ira (115) e tristeza (26). De um lado, reações mais positivas associadas ao orgulho e a um sentimento de pertença local. Do outro, reações mais negativas associadas a um sentimento de pertença e a uma certa desconfiança relativa à comunidade imigrante brasileira com algumas manifestações de xenofobia. Por fim, o riso traduz um certo escárnio

relativamente à comunidade brasileira e ao executivo autárquica acusado de velar mais pelas prioridades dos imigrantes do que dos autóctones, como vimos mais acima.

De modo geral, as publicações desta secção têm um carácter marcadamente positivo, uma vez que quase sempre se referem a acontecimentos que unem as pessoas em torno de uma história e de práticas partilhadas. Refira-se ainda que, em termos de subsecções, as *Festas e Romarias* suscitam algumas reações de adoro e riso, o *Património* mais de adoro e as *Outras* de adoro, coragem e surpresa.

Tabela 12

Top 10 publicações com mais comentários em *Cultura* no Facebook de *O Minho* (2024)
(23 junho -30 junho / 23 agosto -14 setembro)

	Título da Notícia	Nº de Comentários	Subsecção
1	Braga volta a celebrar São João do Brasil	696	Festas e Romarias
2	Faz hoje 896 anos que em Guimarães aconteceu a batalha que originou Portugal	576	Outras
3	Padre Guilherme vai "tocar" em Ibiza na melhor discoteca do mundo	132	Outras
4	Câmara de Braga não tem dinheiro para reabilitar 1º de Maio	56	Património
5	Mar de gente na noitada do São João de Braga	54	Festas e Romarias
6	São João de Braga juntou mais de um milhão de pessoas	29	Festas e Romarias
7	Multidão no encerramento do São João de Braga com The Gift e fogo de artifício	26	Festas e Romarias
8	Jovem de Viana premiado por texto alusivo ao 25 de Abril: "Tenho a certeza de que não voltaremos atrás"	26	Outras
9	Já é conhecido o cartaz das Feiras Novas de Ponte de Lima	20	Outras
10	David Carreira quis "viver a experiência" do São João de Braga e andou pela rua a "dar marteladas"	20	Festas e Romarias

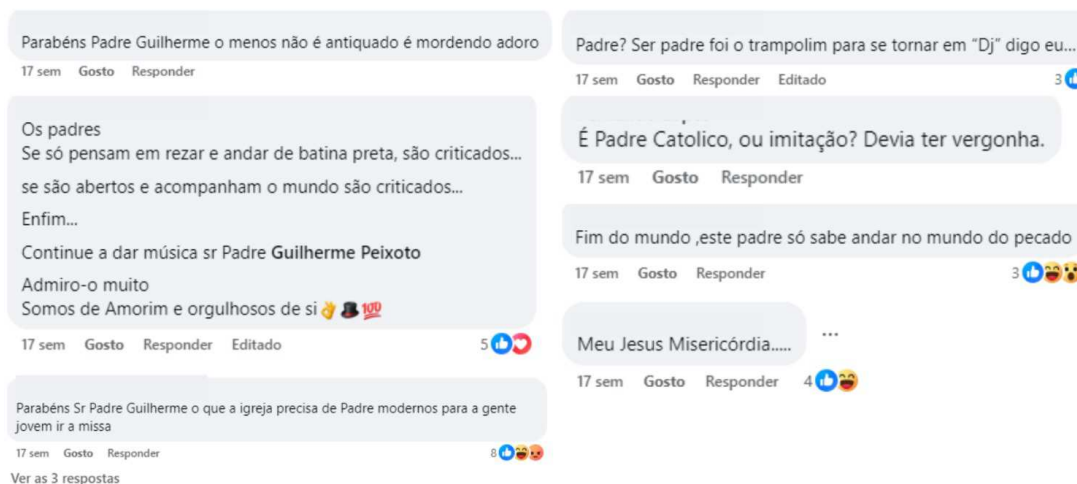
Fonte: elaboração própria

Quando olhamos para os dados da tabela 12, verifica-se que as duas primeiras notícias – com um número anormalmente elevado de intervenções – concentram a esmagadora maioria dos comentários da secção. Contudo, salvo estas duas exceções previamente analisadas, a *Cultura* gera um fluxo menor de comentários do que a *Sociedade*, sendo que se destacam neste top dez as subsecções *Festas e Romarias* (825 comentários) e *Outras* (748), muito à frente do *Património* (56). A notícia referente ao concerto do Padre Guilherme em Ibiza (136) destaca-se um pouco das restantes seis, sendo que os comentários se dividem em dois tipos. De um lado, os que mostram o seu apoio ao sacerdote da diocese de Braga e afirmam que é de modernização que a Igreja Católica necessita. Do outro, os que consideram ser impensável um padre ser DJ e andar no mundo da noite. Este tipo de comentários pode refletir a faixa etária dominante do jornal *O Minho*, dos 35 aos 54 anos.

Captura de ecrã 10

Exemplos de comentários da publicação

"Padre Guilherme vai 'tocar' em Ibiza na melhor discoteca do mundo" (23 junho 2024)



Refira-se ainda que há seis notícias relativas a Braga nesta lista, por ser simultaneamente o maior centro urbano da região – suscetível de gerar mais informação –, mas também local de residência de 13,6% de leitores de *O Minho*. Os eventos culturais como o São João ou de natureza financeira e política como a eventual reabilitação do Estádio 1º de Maio são também propícias a algum debate na caixa de comentário, embora com menos participação. No que diz respeito a esta última, os comentários refletem sobretudo o desagrado dos bracarenses, sustentando-o em críticas à Câmara Municipal de Braga (CMB),

nomeadamente ao seu presidente, questionando as suas preferências clubísticas. Alguns leitores sugerem que o Estádio 1º de Maio seja dado ao Sporting Clube de Braga.

Captura de Ecrã 11

Exemplos de comentários da publicação

"Câmara de Braga não tem dinheiro para reabilitar 1º de Maio" (26 junho 2024)

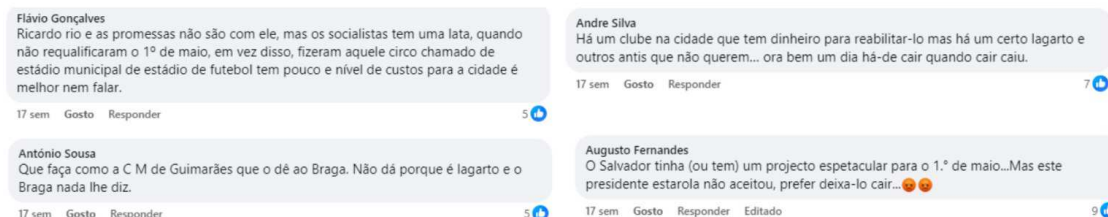


Tabela 13

Top 10 publicações com mais partilhas em *Cultura* no Facebook de *O Minho* (2024)
(23 junho -30 junho / 23 agosto -14 setembro)

	Título da Notícia	Nº de Partilhas	Subsecção
1	Faz hoje 896 anos que em Guimarães aconteceu a batalha que originou Portugal	1800	Outras
2	Mar de gente na noite do São João de Braga	222	Festas e Romarias
3	Padre Guilherme vai "tocar" em Ibiza na melhor discoteca do mundo	113	Outras
4	Já é conhecido o cartaz das Feiras Novas de Ponte de Lima	112	Outras
5	São João de Braga acaba hoje com The Gift e fogo de artifício	66	Festas e Romarias
6	Largada de balão gigante "arrancou" São João de Braga	66	Festas e Romarias
7	David Carreira quis "viver a experiência" do São João de Braga e andou pela rua a "dar marteladas"	55	Festas e Romarias
8	Braga volta a celebrar São João do Brasil	45	Festas e Romarias
9	Jovem de Viana premiado por texto alusivo ao 25 de Abril: "Tenho a certeza de que não voltaremos atrás"	41	Outras
10	Viana: Nem a chuva travou Quim Barreiros no S. Pedro	34	Festas e Romarias

Fonte: elaboração própria

No que se refere às partilhas, para além da já comentada publicação sobre a Batalha de São Mamede com um número significativo de partilhas (1 800), verificamos que o São João Brasileiro de Braga tem um número bastante limitado (45). Ou seja, um número elevado de comentários só se traduz eventualmente em muitas partilhas quando se trata de um acontecimento federador. Quando o assunto é polémico ou é transformado em polémica por uma franja de leitores, pode acontecer precisamente o inverso, sendo o número de partilhas inversamente proporcional ao de comentários.

As três subsecções de *Cultura* do nosso corpus aparecem nas três tabelas de análise. Todavia, comparativamente com as restantes, a subsecção *Património* tem um envolvimento digital muito mais fraco. Contrariamente, *Festas e Romarias* teve especial destaque originando um maior número de reações, comentários e partilhas. Em suma, comprova-se o que referimos no capítulo 2: o jornalismo de proximidade tem um papel importante no fortalecimento das comunidades locais e no exercício da cidadania, embora tal possa por vezes passar por algumas polémicas, exemplo disso são notícias como “Faz hoje 896 anos que em Guimarães aconteceu a batalha que originou Portugal”, “Braga volta a celebrar o São João do Brasil” ou “Depois do “Olá pai, olá mãe”, há uma nova burla no WhatsApp: “Olá mano, olá mana””.

4.2 Youtube

Num segundo momento, analisamos um corpus de vídeos disponibilizados na página de Youtube que, segundo Fernando Silva, “é mato por desbravar n’ O Minho”. De facto, na entrevista ao sócio-gerente, Marco Araújo, percebemos que o jornal não recorre tanto a esta publicação para angariar mais visibilidade no ecossistema digital, mas sobretudo por razões de natureza prática. “Usamos mais o Youtube por causa do peso dos vídeos. Os vídeos são pesados para colocar diretamente no site. O leitor do Youtube é melhor. Publicamos lá para incorporar depois no site” afirma.

No âmbito da nossa pesquisa, procedemos à recolha de todos os vídeos publicados no Youtube desde o dia 15 de janeiro de 2023 até 4 de agosto de 2024, perfazendo assim um total de 78 publicações. Os resultados desse levantamento mostram que a percentagem de vídeos do nosso corpus produzidos por leitores-cidadãos (54%, ou seja, 42 vídeos) é praticamente a mesma do que os conteúdos com origem na redação (46%, ou seja, 36 vídeos). Tais números realçam a relevância da participação do cidadão na produção audiovisual desta publicação de cariz regional. Ora, no caso do jornal *O Minho*, o interesse dos cidadãos em partilhar informações de interesse público é notório pela percentagem significativa de vídeos por eles produzidos. Esta prática é cada vez mais valorizada e essencial porque permite a comunicação de factos e acontecimentos que não são noticiados pelos meios tradicionais. De um modo geral, os vídeos que constituem o nosso corpus pertencem às seguintes categorias: *Ambiente* (1), *Aqui Perto* (1), *Braga* (2), *Ciência* (3), *Cultura* (5), *Desporto* (5), *Destaques Jornalísticos* (1), *Economia* (1), *Go!* (1), *Minho* (29), *Portugal* (4) e *Sociedade* (25).

Tabela 14
 Tipo de produção de vídeos por secção do canal de Youtube de *O Minho*
 (15 de janeiro 2023- 4 de agosto 2024)

Secções	Produção Cidadão (%)	Produção Redação (%)
Minho	20,5	16,7
Sociedade	16,7	15,4
Desporto	6,4	0
Cultura	2,6	3,8
Portugal	2,6	2,6
Ciência	1,3	2,6
Braga	1,3	1,3
Ambiente	0	1,3
GO!	1,3	0
Economia	1,3	0
Aqui Perto	1,3	0
Destques Jornalísticos	0	1,3

Fonte: elaboração própria

A tabela 14 apresenta uma predominância de vídeos produzidos pelos leitores-cidadãos nas secções *Minho* (20,5%), *Sociedade* (16,7%) e *Desporto* (6,4), espaços fortemente marcados por questões de proximidade. Refira-se, todavia, que os conteúdos produzidos pela redação também se concentram sobretudo nas duas primeiras secções já citadas (*Minho*, 16,7% e *Sociedade* 15,4%). Em suma, três quartos (75,7%) do total dos vídeos (cidadãos + redação) dizem respeito a essas secções. Resta saber se em função da respetiva autoria e/ou da temática, tais conteúdos geram mais ou menos visualizações. Para tentar esclarecer essa questão, analisamos os 20 vídeos com mais visualizações no referido período. Recorde-se que a identificação da origem da produção é feita do seguinte modo: se for assinado (jornalista) é produzido pela redação; se não tiver qualquer identificação provém de leitores-cidadãos (cf. nota de rodapé 12). Como já referia Wall (2015) a propósito do então designado “jornalismo público”, o objetivo é envolver os cidadãos na vida cívica, embora sejam os jornalistas a elaborar o produto final. O mesmo princípio se aplica no canal de Youtube do jornal *O Minho*, apesar de não constar qualquer identificação do nome dos

cidadãos nos vídeos, o que coloca a questão da visibilidade desta atividade de cidadania junto da opinião pública.

Tabela 15
20 publicações com mais visualizações do canal de Youtube de *O Minho*
(15 de janeiro 2023- 4 de agosto 2024)

Título da Notícia	Tipo de Produção	Nº Visualizações	Secção	Subsecção	Nº Comentários	Nº Likes
Mulher que guardava estacionamento em Guimarães obrigada a sair	Cidadão	82 651	Minho	Ave	1	35
BMW tenta provocar acidente na saída da A42 para Santo Tirso	Cidadão	57 357	Sociedade	Acidentes	19	19
Homem filmado a fazer “surf” no rio Cávado em Barcelos	Redação	54 264	Sociedade	Insólito	11	78
Mulher foge à GNR entre Barcelos, Póvoa de Lanhoso e Braga	Cidadão	23 980	Minho	Cávado	Desativados	52
Homem filmado a fazer “surf” no rio Cávado em Barcelos	Cidadão	17 261	Sociedade	Insólito	0	21
Carro arde no McDonald’s em Braga	Cidadão	16 305	Sociedade	Acidentes	1	4
GNR abre processo disciplinar a militares do posto de Esposende por comportamento impróprio	Cidadão	15 110	Minho	Cávado	6	55
Tripulantes de veleiro em pânico devido a ataque de orcas	Cidadão	11 938	Sociedade	Outras	21	63
Estavam a “jogar à sueca” e são “atropelados” por touro em Fafe	Cidadão	10 929	Sociedade	Insólito	0	7
Cobra-de-água viperina sai da hibernação e “traça” um góbio no rio Este	Redação	9 135	Minho	Cávado	0	4
Estafeta retira assaltante da própria carrinha em Portugal	Cidadão	8 079	Sociedade	Insólito	10	83
Mulher “ataca” campa de cunhada com machadinha e provoca “caos” em cemitério em Barcelos	Redação	7 739	Sociedade	Crime	0	1
Roubam três pares de óculos em 15 segundos numa loja em Braga	Cidadão	7 216	Minho	Cávado	4	1
Transportam colchão de mota pelo centro de Viana	Cidadão	7 066	Minho	Alto Minho	0	14

Confrontos em Prado	Cidadão	6 534	Desporto	Futebol	0	4
Motosserras sem lâmina pulverizadores e mais pó. Até de noite se ouvem motores em Fafe	Cidadão	6 431	Desporto	Modalidades	0	19
Carros submersos em Ponte de Lima	Redação	6 322	Sociedade	IPMA	0	7
Câmara de Braga removeu vedações ilegais	Redação	6 139	Sociedade	Outras	0	1
GNR abre processo disciplinar a militares do posto de Esposende por comportamento impróprio	Cidadão	4 397	Minho	Cávado	5	7
Buscas na vivenda de luxo do casal de Barcelos suspeito de liderar rede de mão de obra ilegal	Cidadão	3 699	Sociedade	Polícias	Desativados	3

Fonte: elaboração própria

De acordo com a tabela 15, os 20 vídeos com mais visualizações restringem-se a três secções: *Sociedade* (11), *Minho* (7) e *Desporto* (2), dos quais 15 são produzidos por cidadãos (75%) e 5 pela redação (25%), o que traduz um contributo significativo dos primeiros no que diz respeito aos conteúdos mais populares. Se olharmos para o tipo de produção, percebemos que *Sociedade* (7) é o mais documentado por cidadãos, seguindo-se o *Minho* (6) e o *Desporto* (2). Os vídeos destas duas primeiras secções retratam sobretudo momentos insólitos – o que acontece aliás também com as duas publicações de *Desporto* – ou experiências nas quais a comunidade dos leitores se pode rever ou tomar partido.

Os três vídeos mais populares contabilizam mais de 50 000 visualizações cada, com destaque para “Mulher que guardava estacionamento em Guimarães obrigada a sair” (82 651), seguida de “BMW tenta provocar acidente na saída da A42 para Santo Tirso” (57357) e “Homem filmado a fazer “surf” no rio Cávado em Barcelos” (54 264). Os dois primeiros são de produção cidadã e o terceiro tem origem na redação, mas todos apresentam casos insólitos que despertam a curiosidade dos leitores, nomeadamente este últimos. Os outros dois vão de encontro à questão da proximidade e possivelmente à experiência pessoal, por exemplo, a experiência do estacionamento remete para situações eventualmente já vivenciadas. O mesmo acontece com a tentativa de acidente na autoestrada. Uma outra explicação para este tipo de conteúdo gerar mais de 50 mil visualizações tem haver o seu

caráter momentâneo e imprevisto, o que faz com que as redações dificilmente consigam reportar o evento – contrariamente aos cidadãos – mas também pela sua menor importância na agenda mediática.¹³

Como referimos, 75% dos 20 vídeos mais populares são produzidos por cidadãos e apenas 25% pela redação, sendo que a autoria e o conteúdo estão interligados por questões de proximidade e experiências pessoais. Portanto, os leitores do *O Minho* têm uma participação ativa neste espaço público sobre estas temáticas, através da partilha de informações. Sendo *O Minho* um jornal regional, criou-se um sentimento de pertença em volta da publicação, sendo os leitores levados a participar na elaboração de conteúdos jornalísticos, através da partilha de vídeos.

Por fim, na grelha de análise foram incluídos o número de comentários, o número de *likes*. Observa-se que o envolvimento digital dos leitores nesta plataforma é muito residual. Na totalidade do corpus (78 vídeos), os comentários perfazem um total de 118, sendo que em algumas publicações estão desativados sem razão aparente, de acordo com a redação. Dado que o YouTube é apenas usado como plataforma de alojamento, uma tal discrepância poderá ser aleatória. Não tão residual é o número de *likes* que chegam aos 778 no conjunto do corpus. Relativamente ao que se poderia definir como um fraco envolvimento digital, refira-se que esta plataforma não se destina tanto a expressar as suas opiniões no que toca aos vídeos, sendo a página de Facebook o espaço privilegiado para tal ou para partilha nas suas redes.

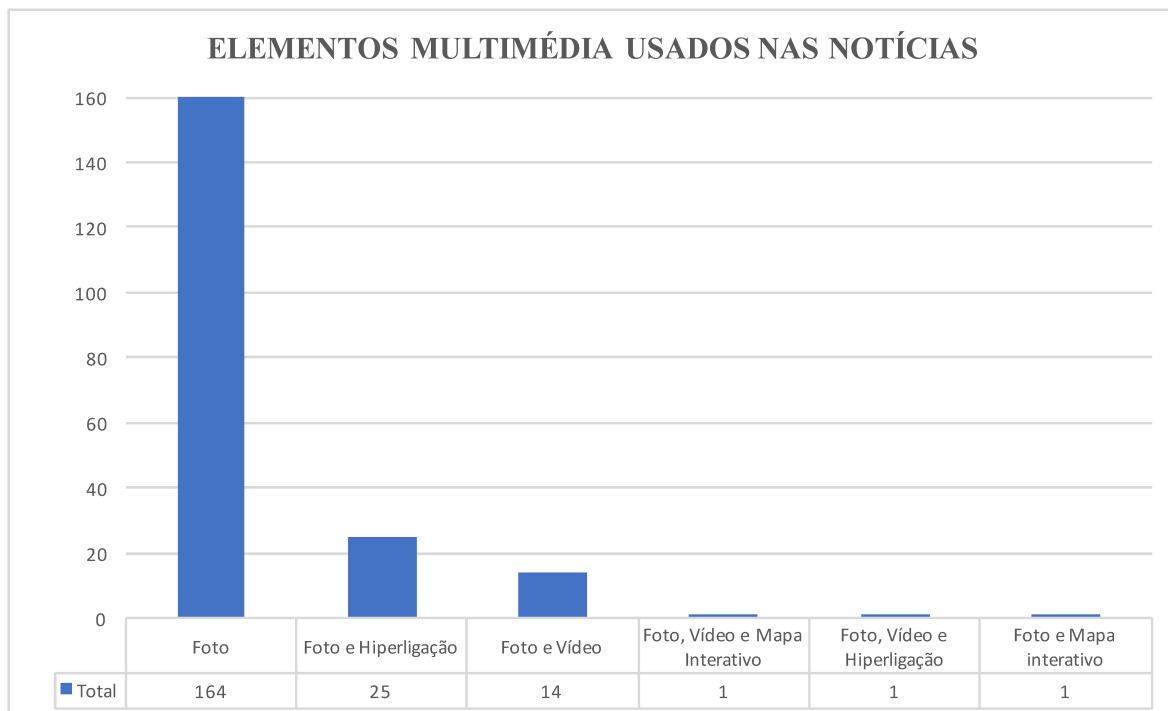
¹³ Existe um outro vídeo do homem que faz surf no rio Cávado identificado como produção cidadão, contudo, não tem tantas visualizações.

4.3 Site

Nesta terceira e última parte do capítulo, propomo-nos verificar se em que medida duas das características do ciberjornalismo (multimedialidade e hipertextualidade) são, de facto, aplicadas por esta publicação regional. Como já foi referido, os conteúdos da página Facebook de *O Minho* funcionam como um hiperlink que redireciona o leitor para o site do jornal, constituindo assim uma replicação do mesmo. Portanto, o corpus é o que usamos para a análise do Facebook, ou seja, as 206 publicações recolhidas entre 23 de junho a 30 de junho e 23 de agosto a 14 de setembro de 2024.

No primeiro capítulo, vimos que a multimedialidade se materializa através de oito elementos: texto (hiperligações); fotografia; gráficos; iconografia e ilustrações estáticas; vídeo; animação digital; discurso oral; música, efeitos sonoros e vibração. No âmbito da nossa pesquisa, por razões já evocadas, analisamos quatro desses elementos: hiperligação ou texto, fotografia, vídeo e animação digital.

Gráfico 7
Elementos multimédia utilizados pela redação no site de *O Minho* (2024)
(23 junho -30 junho/ 23 agosto-14 setembro)



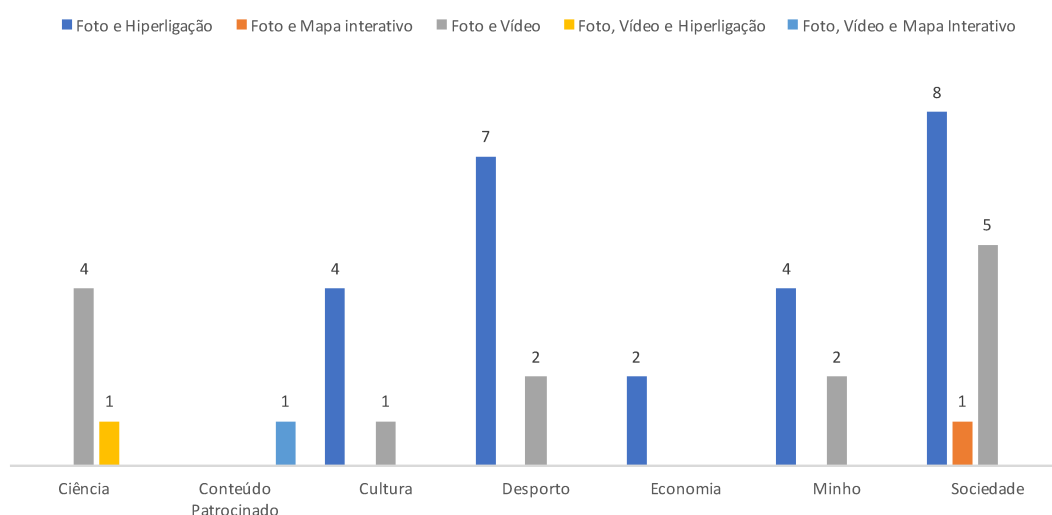
Fonte: elaboração própria

Como ilustra o gráfico 7, encontramos vários elementos multimédia no nosso corpus. A utilização da fotografia é uma constante nas 206 publicações, sendo que em 164 notícias constitui mesmo o único elemento. Por outras palavras, 80% do corpus é monomédia e 20% do conteúdo está associado à multimedialidade, ou seja, usa pelo menos dois tipos de linguagem. Estas 42 notícias recorrem a um dos cinco conjuntos seguintes de elementos multimédia: fotografia e hiperligação (25); fotografia e vídeo (14); fotografia, vídeo e mapa interativo (1); foto, vídeo e hiperligação (1) e fotografia e mapa interativo (1). O uso de *hiperlinks* ocorre em contextos de atualizações de notícias, nas quais se associa a informação respetiva com a própria fotografia e título, ou então quando se estabelecem conexões para outras plataformas como o Tik Tok, Twitter ou Facebook, permitindo o acesso a conteúdos relevantes disponíveis em perfis externos. Em segundo lugar, recorre-se a vídeos hiperligados ao canal Youtube do jornal ou a outras páginas que tenham publicado um vídeo alusivo ao acontecimento em questão. As últimas três situações são pontuais: os mapas aparecem em notícias referentes a meteorologia (mapa interativo do estado do tempo do site Windy.com) e localizações de eventos (mapa do Google Maps).

Gráfico 8

Elementos multimédia utilizados pela redação no site de *O Minho* (2024)
(23 junho -30 junho/ 23 agosto-14 setembro)

MULTIMEDIALIDADE POR SECÇÃO

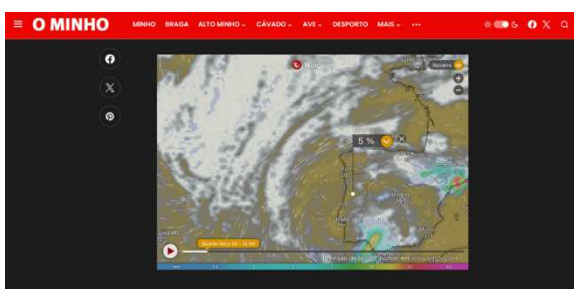


Fonte: elaboração própria

Ainda no que se refere ao uso das hiperligações e dos vídeos, o gráfico 8 revela que as hiperligações são utilizadas apenas em quatro secções (*Cultura, Desporto, Minho e Sociedade*), enquanto o vídeo se encontra nas mesmas secções e ainda em *Ciência*. O uso dos vídeos está sobretudo associado a secções e conteúdos de maior proximidade, por exemplo, no que diz respeito ao *Desporto*, os vídeos referem-se ao desporto popular e tradições desportivas. Já o uso das hiperligações não está tão intimamente associado ao conteúdo, mas ao facto de haver atualizações das notícias, o que nos conduz a uma segunda característica (hipertextualidade) que consiste na inserção de hiperlinks em texto.

Captura de Ecrã 12

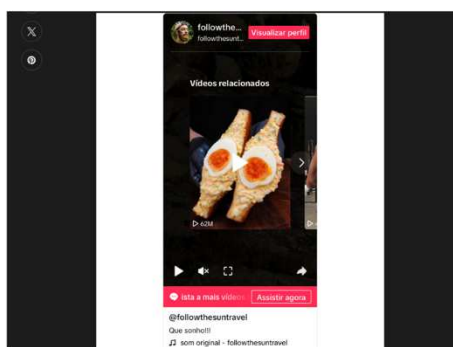
Exemplos de recursos multimédia no site de *O Minho*



Mapa Interativo



Foto



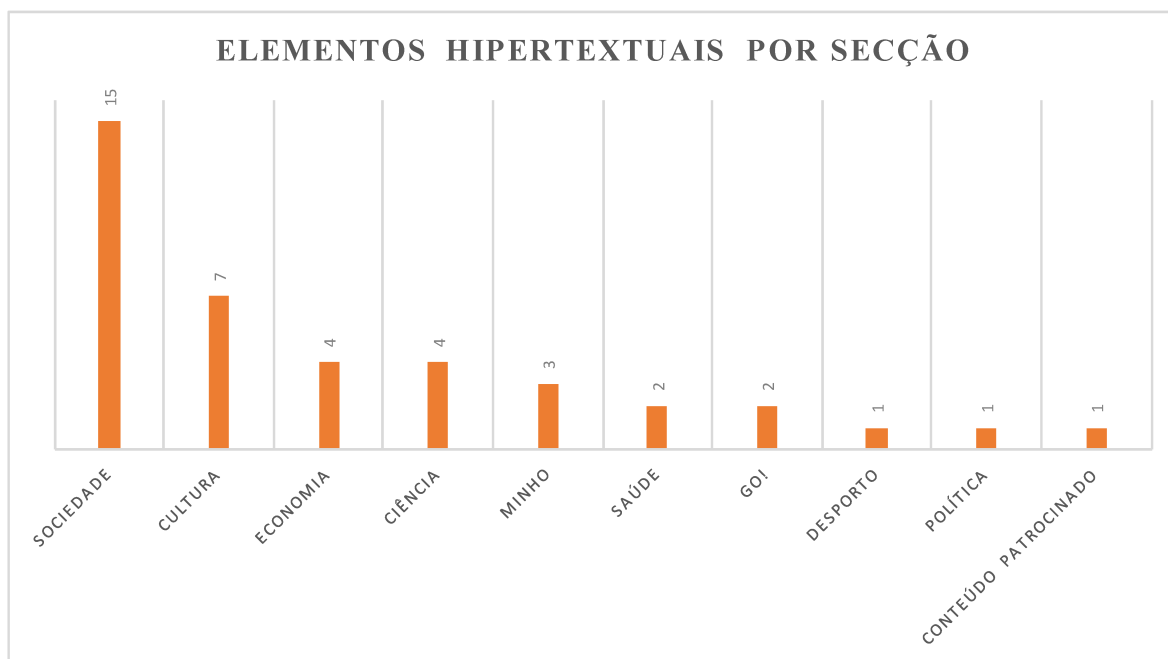
Hiperligação



Vídeo

Gráfico 9

Elementos hipertextuais utilizados pela redação no site de *O Minho* (2024)
(23 junho -30 junho/ 23 agosto-14 setembro)



Fonte: elaboração própria

No que diz respeito à hipertextualidade, o gráfico 9 ilustra a presença desta característica em 40 notícias, ou seja, 19% do corpus, não sendo usada nas seguintes secções: *Tecnologia, Mundo, Calendário, Portugal e Opinião*. As restantes apresentam uma média de frequência de utilização do hipertexto quase sempre abaixo de 1: *Go!* (1), *Conteúdo Patrocinado* (1), *Cultura* (0,41), *Minho* (0,21), *Sociedade* (0,19), *Economia* (0,18), *Saúde* (0,18), *Ciência* (0,07), *Política* (0,07) e *Desporto* (0,05). O hipertexto é frequentemente aplicado quando a notícia por ser extensa se encontra dividida em vários subtítulos. Por isso, é criada uma listagem com hipertextos que permitem ao leitor ter acesso imediato à secção específica da notícia que pretende consultar. Este elemento também é usado para ligação a outras notícias associadas – como acontece com o hiperlink – mas usando como recurso o texto, permitindo ao utilizador aceder a todas as atualizações.

Captura de Ecrã 13

Exemplos de hipertextualidade utilizados no site de *O Minho*

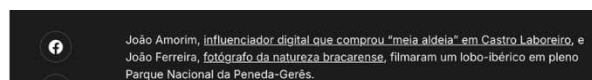
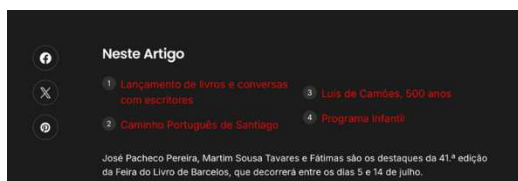


Tabela 16
 Comparação da utilização de hiperlink, hipertexto e vídeo
 (2024) (23 junho -30 junho/ 23 agosto-14 setembro)

Secções	Multimedialidade	Hipertextualidade			Multimedialidade
	Hiperlink		Hipertexto		Vídeo
Cultura	M=0,23	<	M=0,41	>	M=0,05
Desporto	M=0,31	>	M=0,05	<	M=0,31
Minho	M=0,29	>	M=0,21	>	M=0,14
Sociedade	M=0,1	<	M=0,19	>	M=0,06
Ciência	---	---	M=0,07	<	M=0,28

*M= Média

Fonte: elaboração própria

Elaboramos a tabela 16 de modo a comparar os elementos mais significativos da multimedialidade (hyperlink e vídeo) e da hipertextualidade (hipertexto). Nas secções *Cultura* e *Sociedade* é utilizado com mais frequência o hipertexto, enquanto no *Desporto*, a média de utilização do hipertexto (0,05) é inferior a ambos os elementos multimédia, (0,31 cada). O mesmo acontece em *Ciência*, com a particularidade de nunca se recorrer ao hiperlink. Na secção *Minho* as médias são relativamente próximas, com uma predominância do uso do hiperlink. Nesta análise não conseguimos encontrar qualquer padrão, mas seria enriquecedor para investigações futuras ter um corpus mais consistente que permitisse uma análise mais aprofundada. Em suma, o uso de elementos multimédia é sempre superior ao uso de elementos hipertextuais, uma vez que todas as notícias estão associadas a fotografias. Por fim, a tabela 16 revela que há uma proximidade estatística na frequência de utilização dos outros elementos multimédia (hiperlink e vídeo) e hipertextuais (hipertexto).

O último passo consiste em perceber como são aplicadas as outras duas características que não são, todavia, mensuráveis: a interatividade e a personalização. A interatividade materializa-se através de botões através dos quais o utilizador pode partilhar a notícia no seu Facebook, X/Twitter ou Pinterest, utilizar o motor de busca (lupa) ou ainda recorrer a botões Facebook e X/Twitter que o redirecionam para as páginas do jornal. Por último, a personalização deteta-se na opção de escolher o modo diurno ou noturno enquanto navega no site, restringindo-se a um uso básico

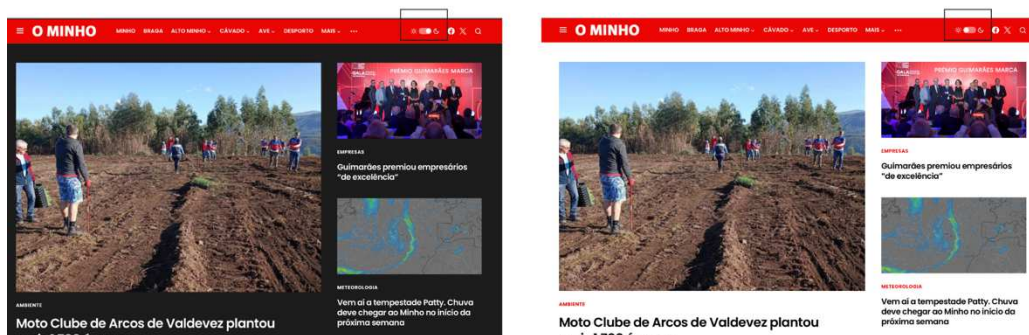
Captura de Ecrã 14

Exemplos de interatividade no site de O Minho



Captura de Ecrã 15

Exemplo de personalização do site de O Minho



Desta análise ao site do jornal *O Minho*, confirma-se que esta publicação aplica quatro características (multimedialidade, hipertextualidade, interatividade e personalização) do ciberjornalismo. A multimedialidade traduz-se numa “extrema maleabilidade do texto” (Anichini, 2003, p.3), através dos elementos utilizados. Como refere ainda Canavilhas (2014), o hipertexto estimula uma escrita interativa satisfazendo dois tipos de leitores: os que procuram informação específica e os que precisam de ser guiados pela informação. Por último, este elemento confirma ainda o uso da interatividade, que no caso se mostra seletiva, pois o hipertexto é uma ferramenta capaz de dar maior liberdade ao utilizador para seleccionar o conteúdo pretendido. Em suma, a multimedialidade é a que tem uma maior utilização por parte do jornal em relação às restantes. A hipertextualidade e a interatividade podemos considerar que têm uma utilização média, já a personalização é aquela com menor presença nesta publicação regional digital.

5 CONCLUSÃO

O nosso estudo debruçou-se sobre a seguinte questão: De que maneira o jornal digital *O Minho* envolve os leitores na produção e discussão de notícias locais?. No decurso da pesquisa, uma das maiores dificuldades com que nos deparamos teve a ver com a constituição do corpus, nomeadamente no âmbito da rede social Facebook, visto que esta publicação difunde na sua página de Facebook uma média diária de 20 notícias, o que torna um pouco mais difícil o acesso a conteúdos mais antigos na linha do tempo. Também a categorização por secções implementada pela redação de *O Minho* suscitou algumas dificuldades na análise dos resultados, dado que nos fomos dando conta que nem sempre eram perceptíveis as razões subjacentes à categorização de algumas notícias. No final deste trabalho, parece-nos ter conseguido responder a uma parte das nossas interrogações e objetivos iniciais.

Os dois primeiros objetivos diziam respeito à avaliação das principais metamorfoses do jornalismo na passagem para a era digital e ao escrutínio das especificidades do jornalismo de proximidade. No âmbito da nossa revisão de literatura, optamos pelas designações “ciberjornalismo” ou “jornalismo digital” para definir o jornalismo produzido na Internet. De facto, parecem-nos ser aquelas que melhor se apropriam ao fenómeno de produção e difusão de conteúdos jornalísticos em contexto digital. Num primeiro capítulo, identificamos sete características do ciberjornalismo (hipertextualidade, multimedialidade, interatividade, memória, instantaneidade, personalização e ubiquidade), tendo analisado as implicações respetivas para o exercício da profissão e a relação da sociedade com o fluxo informativo. Refletimos ainda, de forma sintética, sobre a evolução do ciberjornalismo em contexto global e nacional. Num segundo capítulo, abordamos algumas questões relacionadas com o jornalismo de proximidade e o jornalismo cidadão, nomeadamente a explicitação destes conceitos, assim como a relevância respetiva para a sociedade e o papel das novas tecnologias.

Em síntese, a passagem do jornalismo para a era digital começou por materializar-se pela prática do *shovelware*, termo pejorativo oriundo da computação que designa a transposição de notícias sem ou com poucas adaptações dos formatos tradicionais para a *web*. Paradoxalmente, o início do ciberjornalismo caracteriza-se pela negação e/ou não aproveitamento das suas reais potencialidades, passando sucessivamente pelas fases da

euforia, reconhecimento e desconfiança. O papel das redes sociais, o usos dos dispositivos móveis, a explosão dos fluxos informativos e das *fake news*, assim como o recurso à inteligência artificial suscitam hoje novas práticas e interrogações.

No que diz respeito à digitalização do jornalismo de proximidade em contexto nacional, é importante recordar que um pequeno grupo de publicações regionais começaram por disponibilizar alguns dos seus conteúdos noticiosos online por meio de sites, a primeira das quais a *Voz-Portucalense*, (1 de julho de 1996). Seguiram-se o *Diário de Coimbra* (1996) e *Região de Leiria* (1997), assistindo-se a 5 janeiro de 1998 à criação do primeiro jornal regional exclusivamente em formato digital, o *Setúbal em Rede*. Podemos dizer que, desde cedo, alguma imprensa local procurou situar-se nessa transição para o digital, lendo os sinais dos tempos e acompanhando as tendências tecnológicas e sociais, sem abdicar do seu papel específico. Apesar da celeridade do processo de digitalização, não devemos esquecer que Portugal é um país envelhecido e com muitos desafios de inclusão digital (população idosa e/ou sofrendo de iliteracia, os custos da interioridade, etc.) Nesse âmbito, a comunicação social regional e o jornalismo de proximidade têm um papel essencial a desempenhar, informando os cidadãos e dando-lhes voz, fazendo deles protagonistas dos espaços públicos locais e nacionais.

Por meio de uma metodologia mista (entrevista semiestruturada e análise de conteúdo) procuramos conhecer com maior profundidade, por um lado, o funcionamento e as lógicas de produção de *O Minho* e, por outro, as estratégias de difusão nas redes sociais e as interações com e entre os leitores, para assim dar resposta ao terceiro objetivo, que diz respeito às práticas profissionais da redação de *O Minho*. As conversas com os dois sócios revelaram que não existe uma redação física, sendo que três editores coordenam o site e redes sociais do jornal 24 horas por dia, 7 dias por semana, por meio das plataformas digitais, recorrendo pontualmente à colaboração de alguns jornalistas espalhados pela região Minho. Embora seja uma estrutura de reduzidas dimensões, o seu funcionamento não deixa de ter alguma complexidade, sendo de natureza duplamente online (notícias e redação).

Por meio da análise dos conteúdos digitais, procuramos responder ao quinto objetivo: avaliar o envolvimento dos leitores através das interações online. A análise de 206 notícias difundidas pela página de Facebook permitiu-nos perceber que, de facto, os leitores de *O Minho* são cidadãos ativos e interessados na vida da comunidade, o que se traduz por um número algo relevante de reações, comentários e partilhas, consoante o teor e contexto de

cada conteúdo. Com esta análise constatamos que as secções que mais suscitam envolvimento digital são *Cultura* e *Sociedade* que abordam sobretudo questões de proximidade (p.e. acidentes, eventos, etc.), possivelmente experiências pessoais (p.e. meteorologia, festas, etc.) e até temas fraturantes (p.e. imigração brasileira). Em termos de conteúdo, o debate tanto pode traduzir-se por uma concordância coletiva, por um debate esclarecido ou por uma polarização que discrimina quem é de outro lugar ou pensa de modo diferente.

Um tal envolvimento dos leitores cidadãos verifica-se ainda na análise ao canal do jornal no Youtube, verificando-se um certo equilíbrio entre o número de vídeos enviados pelos leitores e os conteúdos exclusivamente produzidos por jornalistas. Contudo, percebemos que os vídeos com mais visualizações foram produzidos por leitores-cidadão, ou seja, a autoria e o conteúdo estão interligados pela proximidade e experiências pessoais. Por último, constatamos ainda que o envolvimento digital (comentários, likes e dislikes) neste canal não se equipara ao Facebook (reações, comentários, partilhas), até por ser usado pela redação sobretudo como repositório de conteúdo, mais do que uma plataforma de encontro e debate.

O último objetivo procurava estabelecer uma relação entre o jornalismo cidadão, o envolvimento digital nas redes sociais (Facebook e Youtube) e a produção noticiosa do jornal *O Minho*. Como vimos, o jornalismo de proximidade e o jornalismo cidadão andam de mãos dadas quando se trata da produção noticiosa pois podem conferir maior autenticidade e relevância à cobertura noticiosa local. As redes sociais refletem a proximidade dos leitores com o jornal *O Minho*, através das reações, comentários e partilhas, mas também da partilha de vídeos que documentam diversos acontecimentos locais. Este envolvimento faz com que a produção noticiosa seja mais direcionada e personalizada à comunidade. Um outro fator que influencia a participação ativa dos cidadãos prende-se com o facto do jornal ter uma redação constituída por três editores que articulam o trabalho de alguns poucos jornalistas e correspondentes locais.

A partir dos resultados deste estudo colocam-se outras questões para investigações futuras, como: Quais as dinâmicas de comentários nas publicações do Facebook do jornal *O Minho*? As *fake news* e o fenómeno de polarização da opinião pública têm repercussões negativas para a credibilidade dos jornais regionais digitais? Com esta pesquisa esperamos ter contribuído para a discussão do ciberjornalismo em Portugal e do seu papel na promoção

do jornalismo de proximidade e da participação dos cidadãos na produção jornalística. Acreditamos que a convergência destas três abordagens jornalísticas (digital, proximidade e cidadão) possa fomentar um espaço de reflexão sobre questões de interesse coletivo.

REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- Abreu, A. A. de (2003). Jornalismo cidadão. *Revista Estudos históricos*, 1 (31), 25-40,
- Alves, R. C. (2006). Jornalismo digital: Dez anos de web... e a revolução continua. *Comunicação e Sociedade*, 9 (10), 93-102. [https://doi.org/10.17231/comsoc.9\(2006\).1157](https://doi.org/10.17231/comsoc.9(2006).1157)
- Azinhiera, N. (2000, 11 agosto). *Jornais On-line a Crescer*. Público. <https://www.publico.pt/2000/08/11/jornal/jornais-online-a-crescer-147431>
- Bardin, L. (1977). *Análise de conteúdo*. (L. Reto & A. Pinheiro, Trad.). São Paulo: Edições 70. (2011)
- Bastos, H. (2023). *A História do Ciberjornalismo em Portugal: Os primeiros vinte e cinco anos*. LabCom.
- Bastos, H. (2015). Das utopias à realidade: Um olhar sobre duas décadas de ciberjornalismo. *Revista Estudos em Jornalismo*, 4, 9-18.
- Bastos, H. (2012). A diluição do jornalismo no ciberjornalismo. *Estudos em Jornalismo e Mídia*, 9 (2), 284-298.
- Bastos, H. (2011). *Para uma história do ciberjornalismo em Portugal: das origens às múltiplas plataformas*. São Paulo: Confibercom
- Bastos, H. (2006). Ciberjornalismo: dos primórdios ao impasse. *Comunicação e Sociedade*, 9 (10), 103-112. [https://doi.org/10.17231/comsoc.9\(2006\).1158](https://doi.org/10.17231/comsoc.9(2006).1158)
- Bastos, H. (2000). *Jornalismo eletrónico. Internet e reconfiguração de práticas nas redações*. Minerva.
- Batista, B., Rodrigues, D., Moreira, E. & Silva, F. (2021). Técnicas de recolha de dados em investigação: inquirir por questionário e/ou inquirir por entrevista. Em P. Sá, A. P. Costa & A. Moreira (2021). *Reflexões de metodologias de investigação: recolha de dados*. vol.2, (pp.13-36). UA Editora.
- Bradshaw, P. (2014). Instantaneidade: Efeito de rede, jornalistas mobile, consumidores ligados e o impacto no consumo, produção e distribuição. Em J. Canavilhas (Ed.), *Webjornalismo: 7 características que marcam a diferença*. (pp. 111-136). LabCom.
- Calderón, C., Alonso, M. & Herrero, D. (2021). Digitalización del periodismo ibero-

americano y su efecto em la relación del periodista com la audiência. Estudio comparativo de Argentina, Brasil, Chile, Colombia, Ecuador, El Salvador, Espanã, México y Portugal. *Journal of Iberian and Latin American Research*, 26(3), 284-300, <https://doi.org/10.1080/13260219.2020.1909831>

Camponez, C. (2012). Jornalismo regional: proximidade e distâncias. Linhas de reflexão sobre uma ética da proximidade no jornalismo. Em J. C. Correia (Ed.). *Ágora-jornalismo de proximidade: Limites, desafios e oportunidades*. Labcom.

Camponez, C. (2002). *Jornalismo de proximidade: rituais de comunicação na imprensa regional*. Minerva.

Canavilhas, J. (2023). *Manual de Jornalismo na Web*. Labcom

Canavilhas, J. (2014). Hipertextualidade: Novas arquiteturas noticiosas. Em J. Canavilhas. (Ed.), *Webjornalismo: 7 características que marcam a diferença*. (pp. 3-26). LabCom.

Canavilhas, J. (2006). Do jornalismo online ao webjornalismo: formação para a mudança. *Comunicação e Sociedade*, 9 (10), 113-119.

Canavilhas, J. (2005). Os jornalistas online em Portugal. *Revista Jornalismo & Jornalistas*, 26, 6-13.

Canavilhas, J. (2004). A Internet como memória. BOOC

Canavilhas, J. (2003). Webjornalismo: considerações gerais sobre jornalismo na web. Em A. Fidalgo & J. Serra (Eds.), *Informação e comunicação online: jornalismo digital* (pp.63-73). LabCom.

Canavilhas, J. & Rodrigues, C. (2012). O cidadão como produtor de informação: estudo de caso na imprensa online portuguesa. *Estudos em Jornalismo e Mídia*, 9 (2), 269- 283. <http://dx.doi.org/10.5007/1984-6924.2012v9n2p269>

Cardoso, G., Baldi, V., Couraceiro, P., Vasconcelos, A. & Paisana, M. (2023). *Retrato digital de Portugal. Caracterização e tendências de utilização das redes sociais-2015 a 2023*. OberCom

Castells, M. (2007). *A Galáxia da Internet: Reflexões sobre Internet, Negócios e Sociedade*. (2ºed.). Fundação Calouste Gulbenkian

Chadha, K. & Steiner, L. (2015). The potencial and limitations of citizen journalism initiatives: Chhattisgarh's CGNet Swara. *Journalism Studies*, 16 (5), 1-13. <https://doi.org/10.1080/1461670X.2015.1054179>

Coelho, P. (2016). O lugar da proximidade nos planos de formação em jornalismo. *Media e Jornalismo*, 16 (28), 89-108,

Correia, F. (2008). *Jornalismo cidadão - quem és tu?*. <http://bocc.ufp.pt/pag/correia-frederico-jornalismo-do-cidadao.pdf>

Coutinho, C. (2014). *Metodologia de Investigação em Ciências Sociais e Humanas: Teoria e Prática*. (2ªed.). Almedina

De León, E. & Trilling, D. (2021). A Sadness Bias in Political News Sharing? The Role of Discrete Emotions in the Engagement and Dissemination of Political News on Facebook. *Social Media + Society*, 1-12

Deuze, M. (2004). What is multimedia journalism? *Journalism Studies*, 5 (2), 139-152.

Deuze, M. (2003). The web and its journalism: Considering the consequences of different types of newsmedia online. *New Media & Society*, 5 (2), 203-230.

Fidalgo, A. (2009). Especificidade Epistemológica do Jornalismo: Desfazendo uma ilusão do jornalismo cidadão. Em Cardoso, G., Cádina, F.R. & Cardoso, L. L. (2009). *Media, Redes e Comunicação*. Obercom

Gillmor, D. (2004). *We the Media: grassroots journalism by the people, for the people*. O'Reilly Media.

Godinho, R. & Pereira, C. (2020). O digital e os media locais: proximidade ou afastamento? Em P. Jerónimo & J. C. Correia (2020). *O pulsar da proximidade dos media e no jornalismo*. Labcom

Gonçalves, T., Ivars-Nicólas, B. & Martínez-Cano, F. (2021). Mobile applications accessibility: An evaluation of the local portuguese press. *Informations*, 8 (52), 1-13

Gonçalves, T., Jerónimo, P. & Correia, J. C. (2021). Local news and geolocation technology in the case of Portugal. *Publications*, 9 (4), 1-13. <https://doi.org/10.3390/publications9040053>

Gonçalves, E. (2000). *La estructura de la noticia en las redes digitales: un estudio de la consecuencias de las metamorphosis tecnológicas en el periodismo*. [Tese de Doutoramento, Universidade Autónoma de Barcelona].

Heiselberg, L. & Hopmann, D. N. (2024). Local journalism and its audience. *Journalism*, 0 (0), 1-21.

Howe, J. (2006, 1 de junho). The Rise of Crowdsourcing. *Wired*.
<https://www.wired.com/2006/06/crowds/>

INE. (2023). Inquérito à utilização de tecnologias da informação e da comunicação pelas famílias 2023. Lisboa.
https://www.ine.pt/xportal/xmain?xpid=INE&xpgid=ine_destaques&DESTAQUESdest_boui=594921919&DESTAQUESmodo=2

Jensen, F. (1998). Tracking a new concept in media and communication studies. *Nordicom Review*, 9 (1), 185-204.

Jerónimo, P. (2017). *Media e jornalismo de proximidade na era digital*. LabCom.

Jerónimo, P. (2015). *Ciberjornalismo de proximidade: redações, jornalistas e notícias online*. LabCom.

Jerónimo, P. (2011). Origens e evolução do ciberjornalismo de proximidade em Portugal: o caso da imprensa regional. Em J.C. Correia (Ed.). *Ágora-jornalismo de proximidade: Limites, desafios e oportunidades*. Labcom.

Jerónimo, P. & Esparza, M.S. (2023). Jornalistas locais e fact-checking: um estudo exploratório em Portugal e Espanha. *Comunicação e Sociedade*, 44, 1-18.

Jerónimo, P., Correia, J. & Gradim, A. (2022). Are we close enough? Digital challenges to local journalists. *Journalism Practice*, 16 (5), 813-827.

Jerónimo, P. & Correia, J. C. (2020). *O pulsar da proximidade nos media e no jornalismo*. Labcom

Jerónimo, P. & Bastos, H. (2012). Jornalismo de proximidade em transição para a Internet. *Revista Estudos de Jornalismo*. (1), 40-52.

Jerónimo, P. & Duarte, Â. (2010). Twitter e o jornalismo de proximidade: estudo de rotinas de produção nos principais títulos de imprensa regional em Portugal. *Prisma*, (12), p.114-

135.

Junior, V. (2016). *Os sítios de redes sociais no processo de produção da notícia e seu uso no jornalismo Sul-Mato- Grossense*. Labcom

López- García. X. (2022). El ecosistema comunicativo móvil ante los nuevos desafíos: em las puertas del escenario biónico. Em J. Canavilhas, C. Rodrigues, R. Norais. & F. Glacomelli, (Eds.). *Mobilidade e inteligência artificial: os novos caminhos do jornalismo*. LabCom.

López-García, X. (2020). Periodismo en la proximidad: de la resistencia a la experimentación y a la conquista de modelos de futuro. Em M. Antunes da Cunha, (2020). *Repensar a imprensa no ecossistema digital*. Aletheia

López-García, X. (2002). Repensar o jornalismo de proximidade para fixar os media locais na sociedade glocal. *Comunicação e Sociedade*, 4, 199-206.

Lorenz, M. (2014). Personalização: análise aos 6 graus. Em J. Canavilhas (Ed.), *Webjornalismo: 7 características que marcam a diferença*. (pp. 137-158). LabCom.

Marktest (2023, 3 janeiro). *Uso diário da Internet cresce entre os mais velhos*. Grupo Marktest. <https://www.marktest.com/wap/a/n/id~2a65.aspx>

Mateus, C. (2015). A utilização das redes sociais pelos jornalistas portugueses: novos desafios éticos e deontológicos para a profissão. LabCom.

Melo, P. & Jerónimo, P. (2023). *Comunicação comunitária e jornalismo de proximidade: Diálogos e desafios em cenários de crise*. LabCom.

Mielniczuk, L. (2003). *Jornalismo na web: uma contribuição para o estudo do formato na notícia escrita hipertextual*. [Tese de Doutorado, Universidade Federal da Bahia].

Mielniczuk, L. (2001). Características e implicações do jornalismo na web. SOPCOM

Morais, R., Jerónimo, P. & Correia, J. (2020). *Jornalismo na região Centro: Trabalho, tecnologia e negócio*. LabCom

Moretzsohn, S. (2006). O mito libertário do “jornalismo cidadão”. *Comunicação e Sociedade*, 9(10), 63-81. [https://doi.org/10.17231/comsoc.9\(2006\).1155](https://doi.org/10.17231/comsoc.9(2006).1155)

Moura, E., Ramos, R., Simões, S. & Li, Y. (2021). Técnica de análise de conteúdo: uma reflexão crítica. Em A. Costa, A. Moreira & P. Sá, (Eds.). *Reflexões em torno de*

- Metodologias de Investigação: análise de dados*. vol. 3, (pp. 45-60). UA Editora.
- Noronha, M. (2022). Ampliação do Trabalho Não-Pago do Público no Circuito de Realização do Capital na Indústria nos Media Digitais. Em J. Canavilhas, C. Rodrigues, R. Norais & F. Glacomelli, F. (2022). *Mobilidade e inteligência artificial: os novos caminhos do jornalismo*. LabCom.
- Paiva, R. (2023). Comunicação comunitária e jornalismo de proximidade num cenário de infodemia. Em P. Melo & P. Jerónimo (2023). *Comunicação comunitária e jornalismo de proximidade: Diálogos e desafios em cenários de crise*. LabCom.
- Palau-Sampio, D. & Sánchez-García, P. (2020). Digital resources in the current journalistic narrative: Uses and limitations of hypertext, multimedia and interactivity. *Communication & Society*, 33 (2),1-16.
- Palacios, M. (2014). Memória: jornalismo, memória e história na era digital. Em J. Canavilhas (Ed.), *Webjornalismo: 7 características que marcam a diferença*. (pp. 89-110). LabCom.
- Palacios, M. (2002). Jornalismo online, informação e memória: apontamentos para debate. <https://www.labcom.ubi.pt/files/agoranet/02/palacios-marcos-informacao-memoria.pdf>
- Palacios, M.; Mielniczuk, L.; Barbosa, S.; Ribas, B. & Narita, S. (2002). Um mapeamento de características e tendências no jornalismo online brasileiro e português. *Comunicarte. Revista de comunicação e arte*, 1 (2), 159- 170.
- Pavlik, J. (2014). Ubiquidade: O 7º princípio do jornalismo na era digital. Em J. Canavilhas (Ed.), *Webjornalismo: 7 características que marcam a diferença*. (pp. 159-184). LabCom.
- Pavlik, J. (2001). *Journalism and new media*. Columbia University Press.
- Primo, A. & Träsel, M. (2006). Webjornalismo participativo e a produção aberta de notícias. *Contracampo*, (14), 1-17.
- Quandt, T. (2023). Euphoria, disillusionment and fear: Twenty-five years of digital journalism (research). *Journalism*, 0(0), 1-18. <https://doi.org/10.1177/14648849231192789>
- Quandt, T. (2018). Dark participation. *Media and Communication*, 6 (4), p.36-48.
- Ramos, G. & Grupillo, A. (2020). Jornalismo regional em novas plataformas. Em P. Jerónimo, & J. C. Correia (Eds.). *O pulsar da proximidade nos media e no Jornalismo*.

Labcom.

Ricarte, E. & Ramos, G. (2023). O espaço dos jovens no jornalismo nacional português. Em P. Melo & P. Jerónimo (Eds.). *Comunicação comunitária e jornalismo de proximidade: diálogos e desafios em cenários de crise*. Labcom.

Rios, J. (2021). Estudo de Caso: método de pesquisa qualitativa ou método qualitativo de pesquisa. Em A. Costa, A. Moreira & P. Sá, (Eds.). *Reflexão em torno de Metodologias de Investigação: métodos*. vol. 1, (pp.13-32). UA Editora.

Rodrigues, C. (2010). Redes sociais: novas regras para a prática jornalística?. *Prisma.com*, (10), 219-231

Rosário, C. (2014). *Jornalismo do cidadão: como conteúdos gerados pelos utilizadores desafiam os media noticiosos*. [Dissertação de Mestrado, Universidade Nova]. Repositório do Departamento de Ciências da Comunicação. <http://hdl.handle.net/10362/13587>

Rost, A. (2014). Interatividade: definições, estudos e tendência. Em J. Canavilhas, J. (Ed.), *Webjornalismo: 7 características que marcam a diferença*. (pp. 53-88). LabCom.

Rost, A. (2006). *La interactividad en el periódico digital*. [Tese de Doutoramento, Universidade Autònoma de Barcelona].

Salaverría, R. (2019). Digital journalism: 25 years of research. Review article. *El profesional de la información*, 28 (1), 1-26, <https://doi.org/10.3145/epi.2019.ene.01>

Salaverría, R. (2014). Multimedialidade: Informar para cinco sentidos. Em J. Canavilhas. (Ed.), *Webjornalismo: 7 características que marcam a diferença*. (pp. 26-52). LabCom.

Salaverría, R. & Costa, M. (2023). Digital journalism in Spain: Technological, sociopolitical and economic facts as drivers of media evolution. *Journalism*, 0(0), 1-20, <https://doi.org/10.1177/14648849231170519>

Santi, V. (2009). O processo de apuração no webjornalismo de quarta geração. *ECO-Pós*. 12(3),181-194.

Santo, D. (2018). Jornalismo 3.0: o impacto dos agregadores de notícias online no negócio de informação. *Estudos em Comunicação*, 27 (1), 1-23.

Simões, A. (2021, 31 Maio). *A agenda setting e os gatekeepers*. Ciências ULisboa. <https://ciencias.ulisboa.pt/pt/noticia/31-05-2021/a-agenda-setting-e-os-gatekeepers>

Sousa, H. (2006). Information technologies, social change and the future: The case of online journalism in Portugal. *European Journal of Communication*, 21(3), 373- 387. <https://doi.org/10.1177/0267323106066656>

Wall, M. (2015). Citizen journalism. *Digital Journalism*. 3 (6), 1-17. <https://doi.org/10.1080/21670811.2014.1002513>

Yin, R.K. (2003). *Case study research: Design and Methods*. (3^aed, vol.5). Sage Publications

Zamith, F. (2013). Prós e contras de andar à boleia: quando o cidadão comum parece jornalista. *Revista Estudos de Jornalismo*, (2), 19-35.

Zamith, F. (2011). *A contextualização do ciberjornalismo*. [Tese de Doutoramento, Universidade do Porto]. Repositório da Faculdade de Letras

ANEXOS

Anexo A: Entrevista, Marco Araújo, sócio-gerente do jornal *O Minho*

Sou o Marco Araújo, nasci em Ponte de Lima, em 1980. Andei lá na escola primária e na escola secundária. Em 1998, entrei na Faculdade de Economia do Porto, sou licenciado em economia. Estagiei numa empresa na área de creditações e sistemas de gestão de qualidade, de Lisboa, e eu era o representante no Norte, sem escritório físico. Nunca tive um escritório físico ao longo da minha vida, não era uma coisa que me agradasse muito. Entretanto passado dois anos saí, mas continuei a fazer aquilo em meu nome até encontrar outra oportunidade. Em 2009, comecei a trabalhar numa agência digital australiana. Eu era o assessor do CEO. Tive lá 5 anos, a empresa cresceu demasiado e já não fazia sentido, dada a importância do cargo, eu estar em Portugal- nunca fui à Austrália-e não estar lá. Conheci depois o meu chefe passado um ano e meio nos EUA, onde abrimos um escritório, depois também fui responsável por abrir um escritório na Europa. Saí em 2014, e eu ao longo deste percurso todo sempre tive experiência no digital, portanto, criei um fórum de apostas, na altura em que surgiram as apostas online, e foi bastante bem-sucedido em termos de receitas. Tinha essa experiência da otimização de motores de busca e comecei aí, conheci uma pessoa em Lisboa que me deu bastantes estudos e isso é fundamental, saber organizar um site para ser encontrado. Isso foi a minha primeira grande experiência de Internet. A primeira vez que ganhei 30 euros fiquei maravilhado.

Depois em 2014, saí e comecei a pensar: o que é que vou fazer agora? Surgiu-me a possibilidade de com um amigo, que tinha trabalhado numa empresa *group on*, que são aquelas empresas de altos descontos e vender coisas muito baratas. Em que enviávamos tipo 100 mil newsletters por dia, dessas 100 mil, 5 mil pessoas abriam, dessas 5 mil pessoas, 500 clicavam, e dessas 500 pessoas, 30 compravam. Tive a minha primeira experiência de email marketing, que é outra coisa que nós no *O Minho* não usamos, já fiz essa experiência, que é chegar às pessoas através do e-mail, é uma ferramenta forte. Aquilo começou bem, faturamos logo 10 mil euros no primeiro mês só que depois começamos a ter problemas por causa dos produtos e as devoluções eram grátis e gerir aquilo criou confusão. Entretanto, a par disso também fui consultor de marketing digital, dada a essa experiência que tinha.

O que é o levou a fundar o jornal *O Minho*? Como é que esta ideia apareceu?

O diretor e dono do jornal *Alto Minho* do distrito de Viana do Castelo, falou comigo e disse: “Podemos pensar em fazer alguma coisa porreira para o jornal em termos digitais”. Estávamos no fim de 2014, início de 2015, mas era na lógica em que na altura funcionavam os sites dos jornais, pôr o mínimo no site para guardar para a edição de papel. E eu disse-lhe que se era para fazer, era para fazer uma coisa a sério e que fazíamos algo em parceria. Eu entrava do lado do marketing digital, tenho a minha empresa, ele entra do lado do jornalismo, já tinha redação dele e juntos podíamos fazer uma coisa a sério. Isto aconteceu na altura em que surgiu o *Observador*.

O título *O Minho* já existia antes de ser criado o site porque o jornal *Alto Minho*, e o Fernando Silva, antes desta ideia do online, como ele anda sempre a tentar crescer e em Viana tem só 240 mil pessoas, ele tenta vir para Barcelos, Vila Verde... e houve uma altura que ele de *Alto Minho* usava *O Minho* na capa para justificar poder vir para outros concelhos sem ser o distrito de Viana, que é o *Alto Minho*. E esse título no fundo foi herdado daí.

E assim foi, comecei a trabalhar nisso, o site, a estrutura do site, secções, fui eu que desenhei tudo, depois começamos juntos. Ele “destacou” um jornalista da redação deles para trabalhar no *O Minho*, mas a verdade é que nunca resultou muito bem. A preocupação dele era com o jornal porque era a sua fonte de receita e saía semanalmente. Entretanto eu, apaixonei-me tanto pela ideia que comecei a trabalhar loucamente, comecei a meter notícias, não a escrevê-las, mas a metê-las da Lusa,

somos subscritores da Lusa desde o início. E eu próprio através da minha empresa, contratei uma estagiária jornalista, que no fundo dava apoio no meio disto tudo na falta de apoio deles. O jornal teve logo muito impacto, lembro-me logo no primeiro mês tivemos 200 mil visitas, que a maior parte dos jornais nossos concorrentes, que não são bem concorrentes, mas aqui na região ainda hoje não têm o que nós tivemos no primeiro mês. Com uma estratégia que na altura era muito de fazer uma notícia e partilhar em grupos do Facebook, como o “Moina na Estrada” e o site explodia, entretanto foi banido esse grupo. Na altura, o projeto não era naturalmente rentável, falamos e decidimos separamo-nos, fiquei só eu, aquela que na altura era uma empresa de consultoria e marketing digital, a PDG5 Media. Fiquei só eu, a estagiária e a Lusa. As coisas foram evoluindo, e em 2018, conheci um jornalista brasileiro, em Ponte de Lima, que me abordou no sentido de lhe dizer como é que está o jornalismo em Portugal. E ele perguntou-me se no O Minho havia lugar para ele. Eu disse-lhe que O Minho ainda não dava lucro, não era rentável e que não podemos assumir isso. Ao que ele me diz: “Mas eu posso entrar com dinheiro”. E eu aí pensei que podia ser interessante para acelerar o crescimento do jornal. Pronto, ele entrou, como sócio, ficou com metade do jornal menos uma cota. A ideia foi voltar àquela ideia inicial de ele ser com seria o diretor do Alto Minho e ficar com a parte do jornal. Nessa altura alargamos o número de colaboradores, para Braga passamos a ter 3 colaboradores e o jornal cresceu. Continuamos, até que demos um salto gigantesco na pandemia. As pessoas estavam sempre em casa e queriam saber os números, os casos, o que acontecia, foi um salto muito grande. Passou a pandemia e mantivemos.

Entretanto, foi entrando um editor novo, neste momento, temos um diretor novo. O Thiago Correia, o tal jornalista brasileiro, saiu no início deste ano e eu recomprei-lhe a cota dele, passei para 100%, simultaneamente cedi 5% aquele que é o novo diretor, que é o Fernando André Silva. Depois temos mais dois editores, um muito experiente aqui de Barcelos e outro que já não é júnior, mas começou connosco como júnior, que é o Pedro Gonçalo Costa e depois temos uma rede de colaboradores espalhados.

Quais as vossas principais fontes de informação? Têm fontes/correspondentes em diferentes concelhos? Como funciona a redação? Quais as responsabilidades e tarefas de cada um?

Temos correspondentes. Não temos um espaço físico que é uma coisa absolutamente diferente do que existe. A nossa sede é no Braga Business Center que é uma caixa de correio. E nós usamos o *WorkPlace* do Facebook, temos várias salas: da redação, editores, o Hall, que está toda a gente junta, depois tem os editores e cada correspondente, também temos correspondentes que não usam esta plataforma, por serem mais velhos, e esses usam o Whatsapp. Está tudo aqui. Apanhamos informações nas redes sociais, por exemplo, ontem, eu apanho informações na minha área de Ponte de Lima e meti na sala a dica do Solar histórico de Ponte de Lima que está à venda e depois eles fizeram o resto do trabalho. Depois meti outra e a resposta foi “Já demos em Janeiro.”. Gerimos tudo daqui. Cada um como quer, a trabalhar desde onde quer.

Como selecionam as notícias que devem ou não ser publicadas?

Já uma cultura daquilo que é uma notícia para nós. Já há uma relação com estes colaboradores há muito tempo. E depois outros são jornalistas experientes são eles próprios a tomar iniciativa de fazer a notícia sem ser a pedido, ou seja, outras vezes é a pedido, outras vezes são eles que tomam iniciativa. Esses jornalistas estou a falar, por exemplo, do Luís Moreira que é colaborador do O Minho e do JN, Joaquim Gomes também do O Minho e do JN, depois em Guimarães temos o Rui Dias que é mais reportagem, somos nós que pedimos ou ele que sugere e faz reportagem. Em Viana do Castelo, é o Joca, seleciona e percebe a dinâmica da cidade. Depois temos a Lusa que também é uma fonte importante, temos os serviços do distrito de Viana e de Braga e depois do país, para no fundo o nosso jornal ficar também com uma visão daquilo que é nacional, mas que interessa às pessoas de cá. E depois temos fontes, pessoas que alertam para situações e enviam imagens.

Por que razão criaram um canal Youtube? E como selecionam os vídeos publicados?

Nós usamos mais o Youtube por causa do peso dos vídeos, os vídeos são pesados para colocar diretamente no site, o leitor do Youtube é melhor e nós publicamos lá para incorporar no site. Não fazemos uma gestão propriamente a pensar no sucesso do Youtube. Não acredito nada no Youtube em termos de informação e vejo grandes trabalhos no Youtube, não só do Observador, do Público e depois vejo 10 mil visualizações e isso não dá para nada. É insustentável.

Publicam as mesmas informações no site e nas redes sociais? Quais os critérios e os procedimentos?

Nós usamos o Twitter, onde estamos a chegar aos 5 mil seguidores, não é muito sucesso, ainda assim maior do que o que existe aqui à volta. No Twitter cai tudo, o título da notícia, o link e as secções, que aparecem como tags, é automático.

No Facebook é selecionado. Só metemos no Facebook as notícias que são do Facebook, ou seja, não olhamos para o Facebook como o jornal, olhamos como uma rede social em que as pessoas têm interesse em ver certas coisas. Acaba por ser a única que gerimos e trabalhamos. Nós publicamos cerca de 70 notícias por dia e cerca de 20 *posts* no Facebook. Há coisa que são jornalisticamente mais notícia e menos *post* de Facebook.

O que falta fazer ao nível digital neste jornal?

O que falta fazer diria que é mais por dizer que temos porque no que precisamos mesmo para ter o nosso nível de visitas, o nosso tráfego, os nossos leitores e as nossas receitas, não há assim muito mais que fazer. Poderemos fazer um site de raiz porque o nosso não é. Nós usamos uma plataforma chamada Word press e depois compramos temas que existem tipo a 50 dólares e o nosso webmaster/programador transforma naquilo, que neste caso eu, quero que seja o produto final e isso é bom do ponto de vista do custo e da flexibilidade, facilmente se troca de site, de imagem, é barato, é rápido. Só que em termos de programação pura temos aquilo que é o funcionalmente mecânico do site isso gera algumas incongruências para o Google por exemplo, e isso podemos melhorar, só que nunca tivemos disponibilidade para fazer esse investimento.

Sendo O Minho um jornal regional digital, quais os principais desafios que enfrenta comparativamente aos meios nacionais?

Nós a nosso ver, estamos melhor posicionados do que os jornais a nível nacional porque nós somos muito especializados e eles são mais generalistas. Nós a sermos especializados no Minho temos escala porque o Minho tem mais de 1 milhão de pessoas e isso dá-nos para ter notícias todos os dias, não há falta de factos. Enquanto, os jornais nacionais cobrem uma área muito grande e desfoca muito porque tem de incluir demasiadas coisas e deixa de ter tanta especialização. Por exemplo, um jornal só de Barcelos não tem notícias todos os dias que interessem a toda a gente à volta, ou seja, nesse aspeto das notícias acho que estamos no ponto certo por isso é que somos maiores do que muitos jornais nacionais. Nós, e está no *ranking* da Marktest somos 13º órgão com maior audiência na internet em Portugal, em que nesta lista contam televisões, rádios... jornais à nossa frente só temos, o Expresso, Observador, o Público, JN e Correio da Manhã, televisões, rádios, tudo abaixo.

As únicas coisas que podemos ser prejudicados em relação aos jornais de Lisboa e jornais nacionais é em termos de publicidade, quer de Governo, quer da Santa Casa, do Euromilhões, algum tipo de publicidade não chega aos jornais regionais e nós como somos regionais não temos essa fatia de publicidade. É aí que somos prejudicados.

O Minho incentiva os leitores a participarem ativamente no processo jornalístico, seja através do envio de informações, seja por meio da participação na discussão de assuntos nas redes sociais? Como procedem?

Não sei dizer que sim, nem sei dizer que não. Isto é, temos caixas de comentários no Facebook, com *log in* do Facebook no site para facilitar a interação das pessoas, para não terem de se registar, para não usarem *nicknames* absurdos e escreverem parolices, damos essa facilidade. Temos muitos comentários nos do Facebook e às vezes chega-nos informação, mas não temos inquéritos, não fazemos perguntas, a não ser quando é o Euromilhões, tipo “O Euromilhões saiu em Portugal. Foi a si?” Mas depois recebemos muitas mensagens e contactos, e-mail ou principalmente telefone e mensagem no Facebook de pessoas a denunciarem situações, a chamarem à atenção para pessoas que têm uma carreira de mérito e merecem uma reportagem.

Quando chegam informações enviadas por cidadãos/leitores, que critérios utilizam para verificar a sua fiabilidade?

Temos de falar com as autoridades, se for uma coisa da sociedade temos de falar com polícias, bombeiros, câmaras, não podemos ir à maluca. Só, por exemplo, quando desaparece alguém nós tentamos denunciar isso, na perspectiva do interesse público, mas também ligamos para os contactos que existem nesses tipos de *posts* e verificamos com os pais ou com as irmãs ou a pessoa que está lá identificada.

Como geram a interação com o público nas redes sociais, nomeadamente no Facebook, no que diz respeito aos comentários? E no caso de haver um discurso de ódio?

Deixamos isso ao critério dos outros leitores e do Facebook. Temos um volume grande não conseguimos ter uma pessoa só a ver isso, mas sempre que vemos uma coisa muito ofensiva ocultamos da página. Se for não comentários de ódio, mas muitas vezes *spam* de pessoas a oferecerem créditos bloqueamos e denunciámos. Pode haver situações em que também não seja fácil para nós dizer que é discurso de ódio e o Facebook faz isso e até contra nós que somos um jornal e às vezes limita-nos publicações até pelas imagens. E nós achamos que isto dos comentários deve parti um bocado de dentro da comunidade porque o que pode ser ódio para uns para outros pode não ser e ter essa responsabilidade de estar a definir o que é ódio e o que não é ódio, no Facebook... Nós achamos que os comentários da nossa página do Facebook são do Facebook e não do nosso jornal, no nosso jornal é diferente.

Qual é, no seu entender, o papel do jornalismo de proximidade digital?

Para nós e está no nosso estatuto editorial O Minho surge numa lógica diferente dos outros jornais regionais que é a lógica de procurar combater o centralismo que existe em Portugal. E o nosso jornal acaba por ser um bocadinho... se o jornalismo regional que existe acaba por ser um somatório do jornalismo local, junta-se num jornal regional notícias de todos os locais e muitas vezes torna-se desinteressante porque eu sou de Ponte de Lima e não quero saber se, por exemplo, em Celorico de Bastos não há missa ao domingo. Nós usamos uma lógica mais ao contrário, que é um jornal nacional do Minho, as notícias que nós metemos são notícias que quem lê em Melgaço sobre Celorico de Bastos tem interesse, assim como quem lê em Aveiro ou Lisboa também tem minimamente interesse. Portanto, o nosso papel é fazer sobressair o Minho no país. Braga é o terceiro distrito onde temos mais leitores, Lisboa e Porto temos mais leitores do que em Braga e Viana, ainda que em proporção porque também são distritos maiores. Braga é o principal.

No fundo é isso, promover o Minho e dar voz a quem é do Minho à escala nacional.

Como vê o futuro do jornalismo de proximidade digital, especialmente em termos de inovação tecnológica?

Não sei como é vai acontecer. Eu acredito no nosso modelo, vamos continuar muito como somos, não temos grandes coisas para introduzir. Sei que há agora a ameaça da inteligência artificial, mas ao mesmo tempo a oportunidade. Confesso que ainda não vi oportunidade nem ameaça, ainda não vi nada na nossa vida prática do jornal. Portanto, acredito que no futuro posso existir e vamos ter que estar atentos a isso. Agora nós só vamos continuar como estamos, o número de colaboradores não precisamos de aumentar e como estamos, estamos bem.

Anexo B: Entrevista, Fernando André Silva, diretor do jornal *O Minho*

Há quantos anos exerce esta profissão? Porque é que escolheu a profissão de jornalista, como é que o jornalismo entrou na sua vida?

Eu fui estudar jornalismo tinha 26/27 anos. No 12º ano tirei comunicação, era COD que se chamava na altura, foi na escola secundária Camilo Castelo Branco, em Famalicão, que é de onde eu sou, isto em 2001. A minha oportunidade não foi na altura certa e continuei a trabalhar numa empresa. Ao longo dos anos, estive sempre atento ao jornalismo. Gostava muito de ouvir a Antena 1. Os meus ídolos eram pessoas que falavam na rádio, era o Carlos Magno, o Prof. Carlos Amaral Dias, ou seja, uma série de coisas fascinavam-me não só no mundo do jornalismo, mas da comunicação.

Mudei-me para Abrantes, aproveitei as novas oportunidades, foi assim que eu entrei. Correu bem, tive sempre as notas máximas. Foi uma experiência muito agradável. Também a minha mentalidade era muito diferente da dos meus colegas porque a maior parte era 8 anos mais novos que eu e eu via que a minha presença na sala de aulas era completamente diferente da deles. Eu estava lá mesmo para aprender e gostava mesmo daquilo. Quando voltei para Famalicão fiz estágio, na altura chamava-se Rádio digital, agora chama-se Fama TV, correu bem. Comecei por fazer relatos de futebol distrital. Eu gostava e tinha um blog na altura que era muito visitado sobre futebol, era um dos mais visitados no país na altura. Aproveitei e escrevi muito nesse blog as minhas experiências no jornalismo digital.

Depois tive um *breakdown*, achei que o que estava a fazer não era melhor do que aquilo que já existia. Não sei explicar. E basicamente o que eu fiz foi deixar tudo o que tinha relacionado com o jornalismo, falei lá na rádio. E fui para uma fábrica de trabalho manual à noite, onde acarretava sacos de sal às costas e estive assim meio ano. Não foi fácil, mas era o que eu queria fazer na altura. Precisava mesmo de me encontrar e perceber se era mesmo o jornalismo que eu queria.

Meti-me num projeto em 2012, que não era propriamente jornalismo, mas eu fiz jornalismo lá, eu e outro colega. Havia um site que se chamava Lasting News, que aquilo era assim uma coisa esquisita (Inaudível). E nessa minha fase de descanso, comecei a fazer outras coisas para mim e até comecei a fazer coisas melhores e por ter parado a minha autoestima subiu nesse sentido. Quando vi esse site percebi que se fizesse ali coisas em condições, as pessoas vão ler e eu vou ganhar dinheiro com isso e vou poder voltar a escrever e a ser remunerado.

Esse colega que me acompanhou no site foi para um jornal verde que estava a começar em Vila Verde, que era o Semanário V. Precisava de uma pessoa, falou comigo, eu fiz uma reportagem. Fiz uma série de reportagens, o dono do jornal gostou muito contratou-me e ainda praí um ano a trabalhar nesse jornal e na fábrica ao mesmo tempo. Depois o dono conseguiu cobrir o meu ordenado e fiquei a trabalhar a tempo inteiro no Semanário V. O meu colega e eu fiquei sozinho durante 2 anos ou 3. E daí saí, o jornal em papel acabou porque o dono não tinha possibilidade de o manter e eu também já estava um bocado farto porque era um jornal regional, embora eu tenha entrado em Braga à força toda naquela altura. Mas fartei-me e saí sem ter para onde ir em Junho de 2019.

Há quantos anos trabalha no jornal *O Minho*? E como/porque aconteceu?

Em 2019, mandei uma mensagem para o dono do *O Minho*, que na altura conhecia bem o meu trabalho porque éramos concorrências direta. Eu juntei-me ao Marco e ao Luís Moreira, Paulo Magalhães e o Joaquim Gomes, que eram jornalistas que já estavam lá. Aliás, eram os 3 do Jornal de Notícias e colaboravam com o *O Minho*. E, pronto, entrei e fiquei logo responsável pela redação. O que faço hoje era o que fazia em Julho de 2019.

Como funciona a redação? Quais as responsabilidades e tarefas de cada um?

A nossa redação é muito virtual, nós temos um posto fixo, mas nós não o usamos. Tendo em conta o funcionamento e a forma como nós atuamos é muito mais pratico para o jornal e para as pessoas escolherem o sítio onde querem estar. Agora, qual é que é a regra imperiosa no O Minho que não pode faltar? Podes estar em casa, no café, onde quiseres, mas tens de estar com o teu computador ao lado e é minuto a minuto a ver o que é que se passa. Não vamos estar a ver um filme, a namorar, com crianças. Não. Tens de estar a olhar para o computador. O ponto chave do O Minho, e estou a falar da redação, a redação somos nós todos, mas existe a redação do ponto de vista físico, no nosso caso somos 3 editores que fazemos os turnos. Nós os 3 temos de fazer os 7 dias da semana 24horas. Vamos entendendo.

Quais as vossas principais fontes de informação? Têm fontes/correspondentes em diferentes concelhos?

Temos jornalistas e colaboradores em todo o lado. Não são propriamente elementos de redação no sentido de estarem connosco a tempo inteiro porque a maior parte deles até trabalha para o JN, são colaboradores nos dois lados. Temos fotojornalistas que também trabalham connosco, só que cada um trabalha no seu local. Ou seja, temos uma série de pessoas em diferentes sítios que presencialmente fazem as coisas. Quando é algo mais complicado, geralmente é sempre, os fotojornalistas dão-nos os contactos das pessoas, nós ligamos e fazemos o texto conforme as pessoas. Se tivermos de telefonar para 3, 4,5 pessoas, telefonamos e fazemos a notícia como se estivéssemos estado lá. Estivemos, mas foi o nosso fotojornalista que esteve, é do O Minho.

Publicam as mesmas informações no site e nas redes sociais? Quais os critérios e os procedimentos?

É preciso ver como é que funciona o mundo digital. O nosso jornal é o site, o Facebook é uma rede social que complementa o jornal. Nós não somos obrigados a colocar tudo no Facebook. O que é que nós colocamos lá? O que for importante de última hora, seja do que for. E depois também vai do discernimento de cada um perceber se a notícia é grande ou não. Agora há notícias que não colocamos no Facebook. Não vou inundar o Facebook de notícias que ninguém quer ler porque ninguém vai abrir o site. Se ninguém abre o site não vamos ter leitores, não vamos ter dinheiro para pagar ao final do mês aos funcionários. O que eu costumo dizer é para não entupir o Facebook. Nós sabemos que o Facebook é uma fonte de receita e nós não vamos entupir nem drenar a fonte de receita, ou seja, temos de perceber o que funciona e não funciona.

Por que razão criaram um canal Youtube? E como selecionam os vídeos publicados?

O Youtube é mato por desbravar no O Minho. Eu pessoalmente já desbravei muito mato no Youtube, gostava muito de me dedicar até só ao Youtube e fazer reportagens vídeo, até porque tenho a certeza que o caminho é esse. Mas não dá. Nós não temos gente suficiente, não temos a Igreja por detrás a meter dinheiro, não temos o PSP a meter dinheiro. O dinheiro que nós ganhamos é fruto do nosso trabalho e vem do AdSense por isso nós não vamos ter um videógrafo para trabalhar no Youtube. Temos alguns seguidores, já atingimos os requisitos para monetizar o canal, embora tenhamos lá muita coisa repetitiva e talvez isso impedisse a monetização. E foi isso que eu me comprometi com o Marco há meio ano e nunca o fiz, mas o O Minho merecia que fosse feita uma limpeza ao canal e deixar só coisas transformadas por nós e a partir de agora fazer só reportagens feitas por nós ou sempre que usarmos algum vídeo viral dar algum contexto. Nós no Youtube só colocamos vídeos que nos enviam e que tenhamos carta branca para os colocar, já publicamos vídeos de acidentes e coisas assim, mas depois fomos contactados para tirar e tirámos. Não queremos estar a colocar problemas porque não é esse o nosso objetivo. Os vídeos que estão lá uns tem edição e outros não, eu acho que a maior parte não tem. Muitas das vezes o que fazemos até é incorporar o vídeo na

própria notícia. Para colocar no Youtube eu sou apologista de se fazer uma edição e dar um contexto dentro do próprio vídeo.

Sendo O Minho um jornal regional digital, quais os principais desafios que enfrenta comparativamente aos meios nacionais?

Nós olhamos para o Minho como se fosse Portugal e tentamos dar um apinçada do jornalismo nacional nos nossos títulos, nas matérias, na forma como abordamos, nas fotografias.

O que falta fazer ao nível digital neste jornal?

Vídeo. Não tenho a menor dúvida. E com o vídeo levanta-se a tal questão, nós, os editores podem e devem continuar a trabalhar no sítio onde eles se sintam confortáveis e a trabalhar online, mas para fazer vídeo os jornalistas vão ter de ir ao sítio e captar o vídeo. Tínhamos de arranjar mais uma equipa de vídeo, que não vai ser só uma pessoa e o editor, e depois uma pessoa para o Youtube porque o Youtube dá para ser a tempo inteiro. Acho que o futuro é esse.

O Minho incentiva os leitores a participarem ativamente no processo jornalístico, seja através do envio de informações, seja por meio da participação na discussão de assuntos nas redes sociais? Como procedem?

Para além de perguntar “Foi a si que saiu o Euromilhões”, não. Pelo menos não estou a ver.

Quando chegam informações enviadas por cidadãos/leitores, que critérios utilizam para verificar a sua fiabilidade?

Não tem noção das mensagens que nós recebemos todos os dias. Nós temos uma relação com o leitor de respeito. Por exemplo, se existe alguém que nos corrige e têm razão, nós contactamos a pessoa e dizemos “Muito obrigada pela sua correção, tratou-se de e justificamos o que é que aconteceu, já foi atualizado, continuação de boas leituras.” E a maior parte deles responde-nos. É uma interação positiva para os dois lados, nunca correu mal isso.

As queixas temos de apurar. Por exemplo, mandaram-nos uma vez umas filmagens de algo que não sabiam o que era no céu, então quando não sabes o que está a voar no céu passa a ser um OVNI e enviaram-nos um vídeo disso que de facto era bastante estranho e nós publicamos. Mas porque é que publicamos? Porque existe uma associação legítima patrocinada pela câmara de Vila do Conde que tem vários cientistas de diversas áreas que recebem esses vídeos e descodificam. Ou seja, nós falamos com os especialistas e até posso chegar à hora e não publicar porque vai ser ridículo.

Como geram a interação com o público nas redes sociais, nomeadamente no Facebook, no que diz respeito aos comentários? E no caso de haver um discurso de ódio?

Depende muito do discurso de ódio, vai muito do que é o discurso de ódio para cada um. Por exemplo, publicamos uma notícia de uma senhora que caiu nas cascatas no Gerês e teve vários comentários, nada a gozar com a senhora, mas havia lá um comentário, a gozar com o atributo físico da pessoa e eu obviamente fui lá e ocultei. A senhora viu o comentário e outros, ligo-nos e explicou e pediu para tirar a foto dele e eu tirei a foto e coloquei uma genérica. Nós a isso acedemos sempre.

O Pedro decide de manhã e eu decido de tarde. Há coisas que eu faço que ele não gosta, como há coisas que ele faz que eu não gosto. Somos o jornal regional digital com mais alcance, estamos sujeitos a esse tipo de comentários, ocultamos os que nos parecem de ódio. Uma coisa que pessoalmente faço muito é ocultar os comentários de spam, são uma aberração, até teorias da conspiração já começam a levar corte.

Mas de resto não, nós deixamos as pessoas dar as suas opiniões porque há os que insultam, mas também há os que elogiam e esses são grande parte.

Qual é, no seu entender, o papel do jornalismo de proximidade digital?

Essa é a pergunta genérica, mais profunda que se pode fazer nestes tempos. E se eu disser: nenhum. Eu não posso dizer que tenho uma opinião porque é muito complicado, isto é adivinhar o futuro. Eu vejo Youtubers, eu vejo Instagramers a fazer coisas muito boas. Eu vejo coisas muito bem-feitas por gente que não é jornalistas, nem tem pretensões de ser jornalista. Embora isso sempre aconteceu, os melhores jornalistas antigamente era os médicos e os juizes porque sabiam escrever melhor. Por isso, ou seja, isto não é nenhuma novidade. Essas pessoas que estão a tirar o lugar à comunicação social pelo menos à mais conhecida e nós se calhar estamos um bocado nesse comboio, somos um site de notícias que começou em 2015, com o Marco no caso e depois entrei eu e o Gonçalo. Com a pandemia passamos do top 40 para o top 10.

Como vê o futuro do jornalismo de proximidade digital, especialmente em termos de inovação tecnológica? E no que diz respeito às preferências do público?

É a tal situação da realidade virtual, se o mundo avançar para isso. Mas eu honestamente não sei. Não sei se vamos chegar à realidade virtual. Eu vejo o Ellon Musk a dizer que quer uma guerra no Twitter. Acho que o futuro será esse, a realidade virtual é o que nos mostram. Ou talvez não. Acho que aquela cena dos óculos da Google foi um flop, mas acho que passa por aí, termos uma lente de contacto que nos diz a notícias, termos um pivô que nos lê as notícias. Vai continuar a ser como agora, uns preferem áudio, outros preferem vídeo, outros preferem ler. Vai continuar a haver jornalista de rádio, de televisão e de imprensa, agora a forma como vai ser apresentado vai ser diferente, e a forma como vai ser apresentado ao público vai ser totalmente diferente e isso acho que nem os grandes estão preparados para isso. Mas não sei, ninguém sabe.

Anexo C: Secções, subsecções, categorias e subcategorias de *O Minho*

Tabela 17

Divisão de secções, subsecções, categorias e subcategorias no site de *O Minho*

Secção	Subsecção	Categoria	Subcategoria
Sociedade	Acidentes; Animais; Bombeiros; Centenários; Comunidades; Crime; Desaparecimento; Feiras e Mercados; Greves; Igreja Católica; Insólito; Incêndios; IPMA; Jogos Santa Casa; Justiça; Leilões; Ministério Público; Mobilidade; Obituário; Polícias; Proteção Civil; Racismo; Redes sociais; Solidariedade; Turismo	Acidentes de trabalho; Afogamentos; Agressão sexual; Agressões; Assaltos; Burlas; Corrupção; Furtos; Homicídios; Roubos; Tráfico de droga; Vandalismo; Violência doméstica; Arquidiocese de Braga; Fátima; JMJ 2023; Papa Francisco; Incêndio Urbano; Meteorologia; Sismos; Eurodreams; Euromilhões; Raspadinha; Aeroportos; Comboios; Trânsito; Transportes; Transportes públicos; ASAE; GNR; Polícia Judiciária; Polícia Marítima; PSP; SEF; Vamos ajudar?; Caminho da Santiago	
Economia	Emprego; Combustíveis; Habitação; Negócios; Vinho; Indústria; Indústria têxtil; Hotelaria; Energia; Inflação; Desemprego; Bancos; Finanças; Segurança Social; Agricultura; Mar; Pesca; Exportações; Inovação; Investimento; Comércio; Mercado Imobiliário; Obras Públicas; PIB; Restauração; Segurança Social; Telecomunicações;	Eletricidade; Gás; Impostos; Empresas; Alvarinho	ABB; ADAM; AE Minho; APTIV Braga; Aromáticas vivas; Bosch; Braga Parque; Casa Pixote; Casais; Continental Mabor; CP; CTT; DST; EDP; PME; Startup Braga; Suavecel; TAP; Torrestir; TUB; Webhelp; ZF
Desporto	Futebol; Modalidades	Carlos Carvalhal; FC Famalicão; FC Vizela; Futebol Feminino; Gil Vicente FC; I Liga; II Liga; Liga conferência; Liga dos	Mariana Machado; Rali Portugal; Rampa da Falperra; Fernando Pimenta; Taça do Mundo; Óquei de

Secção	Subsecção	Categoria	Subcategoria
		Campeões; Liga Europa; Mercado de Transferências; Moreirense FC; SC Braga; Seleção Nacional; Taça da Liga; Taça de Portugal; Vitória SC; Andebol; Atletismo; Automobilismo; Basquetebol; Canoagem; Ciclismo; Futebol de Praia; Futsal; Hóquei em Patins; Motociclismo; Natação; Ténis	Barcelos; João Sousa
Cultura	Arquitetura; Arte; Cinema; Dança; Festas e Romarias; Fotografia; Gastronomia; Literatura; Música; Património; Teatro; Televisão; Theatro Circo	Feiras Novas; Festa das Cruzes; Festas Antoninas; Festa Gualterianas; Noite Branca; Romaria D'Agonia; São João de Braga; Augusto Canário; Chico da Tina; Concertos; Festivais; Quim Barreiros; RTP	Eurovisão, Neopop; VDF Paredes de Coura; Vilar de Mouros
Saúde	Hospitais; SNS; INEM; Médicos; DGS; Vacinas; Infarmed; Covid-19; Saúde Mental; Eutanásia; Farmácias; Enfermeiros; Ordem dos Médicos	Medicamentos; Hospital de Barcelos; Hospital de Braga; Hospital de Famalicão; Hospital de Guimarães; ULSAM	
Política	Bloco de Esquerda; CDS; Chega; Iniciativa Liberal; PAN; PCP; PS; PSD	André Ventura; Rui Rocha; Inês Sousa Real; Paulo Raimundo; Luís Montenegro	
Tecnologia	Transição digital		
Educação	Escolas; Professores; Ensino Superior	IPCA; IPVC; UMinho; Ranking Escolas	
Ciência	Ambiente; Biodiversidade; Arqueologia; Astronomia	Água; Clima; Floresta; PNPQ; Poluição; Vespa Asiática	
Natureza			

Secção	Subsecção	Categoria	Subcategoria
Minho	Alto Minho; Aqui Perto; Ave; Cavado	Arcos de Valdevez; Caminha; Cerveira; CIM Alto Minho; Melgaço; Monção; Paredes de Coura; Ponte da Barca; Ponte de Lima; Valença; Viana do Castelo; Eixo Atlântico; Galiza; Póvoa de Varzim; Santo Tirso; Trás-os-Montes; Trofa; Vila do Conde	Luís Nobre; Tui; Vigo; Mondim de Basto; Montalegre; Vila Real
Portugal	Assembleia da República; Presidente da República; Governo; Sindicatos; Forças Armadas; Governo; INE; Lisboa	Augusto Santos Silva, Exército; Força Aérea; Marinha; Orçamento de Estado; Primeiro-Ministro; Cavaco Silva; Marcelo Rebelo de Sousa; CGTP; FENPROF	
Opinião	Colunistas	Políticos	
GO!	Marque na agenda; Coisas para fazer; Comer bem; Lifestyle; Verão	Moda	
Calendário	25 de Abril; Dia de Portugal; Natal; Páscoa; Verão	Praias	

Fonte: elaboração própria

Anexo D: Dados sociodemográficos da página de Facebook do jornal *O Minho*

Público

Público atual Público potencial

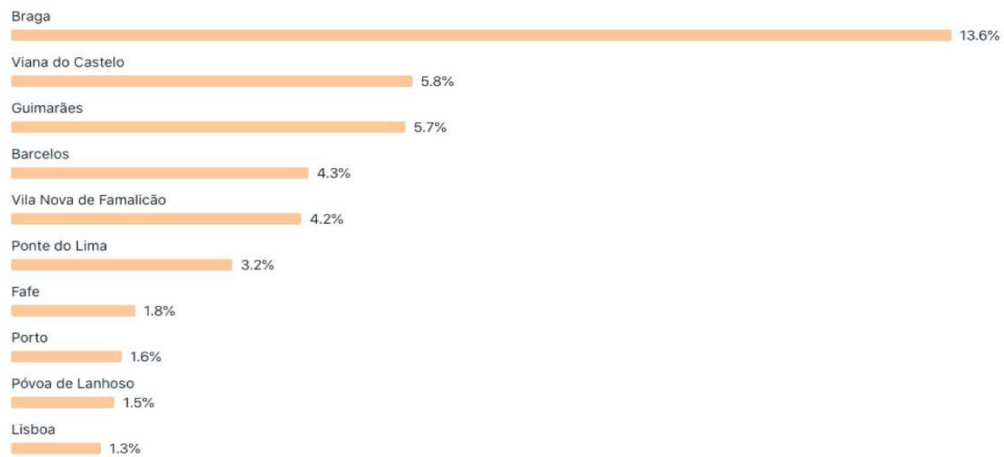
Seguidores do Facebook

225 097

Idade e género



Principais cidades



Principais países



Nota: Dados fornecidos pelo jornal O Minho

Anexo E: Corpus da página de Facebook de O Minho

Tabela 18 Recolha do corpus do Facebook de O Minho (2024) (23 junho -30 junho/ 23 agosto - 14 setembro)

Titulo da Notícia	Data	Seção	Subseção	Categoria	Subcategoria	Gosto	Adoro	Coragem	Riso	Surpresa	Triste	Ira	Nº Reações Total	Nº Comentários	Nº Partilhas
Braga: Esperava pessoas que levantavam dinheiro no banco para assaltar	23-06-2024	Sociedade	Crime			77	0	1	1	17	13	66	175	32	30
Jovens em estado grave após despiste em Espouende	23-06-2024	Sociedade	Acidentes			107	2	24	0	8	125	0	266	42	18
Braga: Duas mulheres feridas após colisão no Ná de Infias	23-06-2024	Sociedade	Acidentes			54	0	2	0	9	32	1	98	1	7
É "um dos maiores negócios de sempre" feitos em Espouende	23-06-2024	Economia	Negócios			47	0	1	0	0	0	0	48	2	1
Hoje há rusgas e David Carreira para ver ao S. João de Braga	23-06-2024	Cultura	Festas e Romarias			93	6	0	0	0	0	0	99	0	6
Motociclista em estado grave após despiste em Vizela	23-06-2024	Sociedade	Acidentes			68	0	14	0	7	37	0	126	9	17
Guarda-redes de Barcelos renova com Benfica até 2027	23-06-2024	Desporto	Futebol	Futebol feminino		185	18	0	0	0	2	0	205	5	22
Carro capota após colisão na estrada Barcelos-Ponte de Lima	23-06-2024	Sociedade	Acidentes			249	1	11	3	53	135	5	457	46	103
Braga: Lote em hasta pública a partir de 71,5 mil euros	23-06-2024	Economia	Negócios			38	0	0	0	0	0	0	38	0	2
Largada de balão gigante "arrancon" São João de Braga	23-06-2024	Cultura	Festas e Romarias			1000	36	3	1	1	0	0	1041	13	66
Padre Guilherme vai "tocar" em Ibiza na melhor discoteca do mundo	23-06-2024	Cultura				1000	141	2	22	10	0	5	1180	132	113
É oficial. Amine El Ouazzani é reforço do SC Braga	23-06-2024	Desporto	Futebol	Mercado de Transferências		162	6	0	2	0	0	0	170	9	4
Em Guimarães também há São Pedro	23-06-2024	Cultura				106	3	0	0	0	0	0	109	0	3
Braga: Plano de Iluminação Pública reduz poluição luminosa	23-06-2024	Economia	Energia			49	1	0	1	1	0	0	52	1	1
Não quis pagar 70 euros pelas sardinhas e acabou em rixa no S.João de Braga	23-06-2024	Sociedade	Crime	Agressões		129	0	2	4	35	66	20	256	146	55
Dois feridos graves de Braga em acidente de mota em Vila do Conde	23-06-2024	Sociedade	Acidentes			149	0	15	2	20	147	4	337	5	58
Praias "escudidas" de Vila Verde vão ter melhores condições	23-06-2024	Calendário	Verão			349	12	0	2	0	0	0	363	10	33
Braga: Dono de tasca negra facadas. "Muita gente fugiu sem pagar"	23-06-2024	Sociedade	Crime	Agressões		108	0	4	17	9	24	3	165	70	28
Vinho de Guimarães conquista medalha de prata no Concurso Mundial de Bruxelas	23-06-2024	Economia	Vinho			125	2	0	0	1	0	0	128	4	14
Homem ferido numa mão ao lançar foguete em Melgaço	23-06-2024	Sociedade	Acidentes			117	1	8	1	17	67	1	212	16	18
Faz hoje 896 anos que em Guimarães aconteceu a batalha que originou Portugal	24-06-2024	Cultura				6200	865	22	11	16	2	5	7121	576	1800
São João de Braga acaba hoje com The Gift e fogo de artifício	24-06-2024	Cultura	Festas e Romarias			649	39	0	0	1	0	0	689	6	66
Temperaturas vão cair 10 graus em Braga	24-06-2024	Sociedade	IPMA	Meteorologia		480	29	8	12	83	10	3	625	26	76
Mulher ferida após colisão em Barcelos	24-06-2024	Sociedade	Acidentes			81	1	3	0	15	33	0	133	0	19
Rival dinamarchesa da Ikea abre loja em Vizela	24-06-2024	Economia				54	0	0	0	0	0	0	54	0	6
Entra em despiste, embate noutra viatura e capota em Fafe	24-06-2024	Sociedade	Acidentes			174	1	10	1	26	72	3	287	14	55
Mar de gente na noiteada do São João de Braga	24-06-2024	Cultura	Festas e Romarias			1300	181	0	0	11	0	1	1493	54	222
Pastor alemão salta portão de casa e fugente carteiro em Fafe (GNR e bombeiros tiveram que intervir)	24-06-2024	Sociedade	Insólito			195	3	4	72	25	29	5	333	101	51
Já abriram as piscinas exteriores de Barcelos	24-06-2024	Calendário	Verão			182	5	0	0	0	0	0	187	2	15
"Escorpião encarpado". Jovem futebolista de Famalicão marca golo inacreditável	24-06-2024	Desporto	Futebol			102	1	0	0	0	0	0	103	0	25
Homem em estado grave após capotamento de tractor em Ponte de Lima	24-06-2024	Sociedade	Acidentes			42	0	5	0	3	27	0	77	6	4
Autocarros da Avic voltam a circular em Viana do Castelo	24-06-2024	Sociedade	Mobildade	Transportes públicos		341	6	0	0	1	0	1	349	26	54
Mulher atropelada na passadeira em Viana	24-06-2024	Sociedade	Acidentes			148	0	13	0	38	124	6	329	114	36
Atiradores do Minho sagram-se campeões do mundo de tiro ao voo	24-06-2024	Desporto	Modalidades			332	33	0	0	0	0	1	366	24	59
Bosch instala em Braga "uma das maiores centrais geotérmicas em Portugal"	24-06-2024	Economia				646	13	0	0	2	0	1	662	12	90
Despiste seguido de capotamento provoca um ferido grave na A28	24-06-2024	Sociedade	Acidentes			137	0	15	1	11	113	0	277	8	49
Vila verde: Já pode ir a banhos na Praia do Faial	24-06-2024	Sociedade				93	0	0	1	0	0	0	94	5	10
Mulher agride a soco militar da GNR em Fafe	24-06-2024	Sociedade	Crime			138	2	3	43	76	32	23	317	81	61
Professor acusado de apalpar aluna em Braga	24-06-2024	Sociedade	Justiça			47	0	0	0	1	9	30	87	12	11
Pode ver a partir do Minho uma explosão nuclear nas estrelas, evento único na vida	24-06-2024	Ciência	Astronomia			141	5	0	0	17	0	0	163	0	42
Paulo Cunha representa Portugal no Partido Popular Europeu	24-06-2024	Política				115	3	1	1	0	0	0	120	4	2
Atleta de Barcelos sagra-se tricampeão nacional de Boccia	24-06-2024	Desporto	Futebol	SC Braga		1000	141	4	0	0	0	0	1145	72	78
Chuva regressa hoje ao Minho	24-06-2024	Sociedade	IPMA			333	18	8	17	61	32	5	474	44	99
Empresa de Viana investe em novas instalações robotizadas para apostar na exportação	24-06-2024	Economia				65	0	0	0	1	1	0	67	1	5
Neblina no Minho mostra arrefecimento radical da temperatura	25-06-2024	Sociedade	IPMA	Meteorologia		643	11	4	11	89	20	3	781	88	92
Multidão no encerramento do São João de Braga com The Gift e fogo de artifício	25-06-2024	Cultura	Festas e Romarias			524	53	0	1	0	1	1	580	26	22
Mais 25 radares de velocidade nas estradas portuguesas	25-06-2024	Sociedade	Mobildade	Trânsito		176	4	4	10	15	6	31	246	100	127
Tenta assaltar casa em Braga mas é apanhado pelo dono	25-06-2024	Sociedade	Crime	Furtos		124	3	0	3	7	9	3	149	18	16
Incêndio em curral mata 5 ovelhas em Fafe. Há suspeitas de fogo posto	25-06-2024	Sociedade	Incêndio	Incêndio Urbano		69	1	3	0	6	57	19	155	8	20
Descobertas ferramentas com mais de 250 mil anos em Espouende	25-06-2024	Ciência	Arqueologia			870	27	1	20	111	2	0	1031	142	169
Esta freguesia de Braga quer ser vila	25-06-2024	Sociedade				36	0	0	6	5	0	0	47	0	2
Três detidos e quase 20 mil doses de droga apreendidas em megaoperação a claques do SC Braga	25-06-2024	Sociedade	Polícias	PSP		85	2	0	4	10	1	3	105	13	10
Construtora de Braga ganha obra de 5 milhões no Algarve	25-06-2024	Economia	Negócios	Empresas	DST	318	12	0	3	0	0	1	334	10	40
Piroga com mais de 1.000 anos abre "guerra" entre Viana e Caminha	25-06-2024	Cultura	Património			29	0	2	3	7	0	1	42	2	2
É de Braga o melhor guarda-redes do mundo em andebol de praia	25-06-2024	Desporto	Modalidades			527	58	1	1	1	1	0	589	25	29
Despista-se em zona de obras na A7 e vai parar ao separador central	25-06-2024	Sociedade	Acidentes			107	0	6	1	29	52	0	195	9	32
Viana: Empresa de válvulas investe 1,8 milhões em nova fábrica	25-06-2024	Economia				72	2	0	0	0	0	0	74	0	4
Novo mercado de Viana vai a concurso por 12,6 milhões	25-06-2024	Economia	Obras Públicas			318	4	0	38	25	11	24	420	218	93
Despista-se e cai a um campo de milho em Barcelos	25-06-2024	Sociedade	Acidentes			175	0	6	5	40	48	1	275	17	91
São João de Braga juntou mais de um milhão de pessoas	25-06-2024	Cultura	Festas e Romarias			188	24	0	1	1	0	0	214	29	17
Colisão frontal corta estrada Famalicão-Póvoa de Varzim	25-06-2024	Sociedade	Acidentes			167	1	15	0	20	112	1	316	13	81
Euromilhões: "Jackpot" de 213 milhões saiu em Portugal	25-06-2024	Sociedade	Jogos Santa Casa			732	102	7	8	63	4	0	916	154	99
Agente imobiliária de Braga pedia "sinal", mas era tudo burla	25-06-2024	Sociedade	Justiça			59	0	0	0	2	7	16	84	2	8
Jackpot de 213 milhões saiu aqui ao lado	25-06-2024	Sociedade	Jogos Santa Casa			416	29	1	0	8	0	0	454	23	30
Atendimento sem marcação será obrigatório em todos os departamentos do Estado	25-06-2024	Política				301	35	0	1	2	0	0	339	44	58
Vendedor de Braga absolvido de ficar com 10 mil euros de máquinas de tabaco	25-06-2024	Sociedade	Justiça			42	0	0	6	8	2	3	61	3	8
Vem aí chuva, trovoadas e granizo. Minho sobre aviso amarelo	26-06-2024	Sociedade	IPMA	Meteorologia		444	9	10	12	112	50	10	647	53	206
Caminhar entre Espouende e Barcelos pela margem do rio Cávado	26-06-2024	Sociedade				738	27	1	1	1	0	0	768	14	28
David Carreira quis "viver a experiência" do São João de Braga e andou pela rua a "dar marteladas"	26-06-2024	Cultura	Festas e Romarias			1100	113	2	13	0	0	1	1229	20	55
Pacheco Pereira, Martim Sousa Tavares e Fátima Lopes na Feira do Livro de Barcelos	26-06-2024	GO!	Marque na agenda			258	9	0	1	1	0	0	269	5	44
Golfinhos filmados ao largo de Espouende: "Têm aparecido bastantes"	26-06-2024	Ciência	Biodiversidade			909	128	0	0	8	0	0	1045	28	105
Manjerição e estragão de Viana eleitos os melhores do país	26-06-2024	Economia				149	11	0	0	0	1	0	161	1	17
Homem morre atropelado em Braga	26-06-2024	Sociedade	Acidentes			175	2	14	0	12	210	2	415	42	40

Anexo F: Corpus do canal de Youtube de *O Minho*

Tabela 19
Recolha dos vídeos do canal de Youtube de *O Minho* (2024)
 (15 janeiro 2023- 4 agosto)

Título do Post	Data	Produção	Nº Visualizações	Nº Comentários	Nº Likes	Secção	Subsecção
Carro híbrido arde em Viana	15-01-2023	Cidadão	486	0	2	Minho	Alto Minho
Primeiro nevão de 2023 nas serras de Faife	17-01-2023	Redação	3596	0	9	Minho	
Proteção civil atenta à neve nas serras de Faife	17-01-2023	Redação	1234	0	2	Minho	
Apanha bolas da Braga provoca adeptos do Vitória	20-01-2023	Cidadão	3287	1	30	Desporto	Futebol
Mulher foge à GNR entre Barcelos, Póvoa de Lanhoso e Braga	22-01-2023	Cidadão	23980	0	52	Minho	Cávado
PSP intervir para hospitalizar homem "descompensado" em Braga	24-01-2023	Cidadão	324	0	3	Minho	Cávado
Filmado a roubar faróis em parque de stand em Barcelos	04-02-2023	Cidadão	519	0	0	Minho	Cávado
Novo quartel dos Bombeiros Voluntários de Braga inaugurado no verão	11-02-2023	Redação	2308	3	3	Braga	
Confrontos em Prado	22-02-2023	Cidadão	6534	0	4	Desporto	Futebol
Póvoa de Lanhoso: Aluno surpreende Patrícia Gaspar com "Hino da Maria da Fonte"	03-03-2023	Redação	1344	2	10	Minho	Ave
Bola de fogo captada nos céus de Braga	14-03-2023	Cidadão	3603	0	4	Ciência	Astronomia
GNR abre processo disciplinar a militares do posto de Espesende por comportamento impróprio	17-03-2023	Cidadão	15110	6	55	Minho	Cávado
GNR abre processo disciplinar a militares do posto de Espesende por comportamento impróprio	17-03-2023	Cidadão	4397	5	7	Minho	Cávado
Futebolistas de Paredes de Coura lançam 10 regras contra a "camplonite"	18-03-2023	Cidadão	173	0	3	Desporto	Minho
Em poucos segundos assaltam restaurante em Braga	04-04-2023	Cidadão	3409	1	0	Minho	Cávado
Sirenes assinalam Sexta-feira Santa em Braga	07-04-2023	Cidadão	55	1	0	Minho	Cávado
Cena de pugilato numa estação de CP	13-04-2023	Cidadão	789	4	9	Portugal	
Pedro Sampaio ao vivo no Alice Forum Braga (04/2023)	16-04-2023	Redação	3166	0	5	Minho	Cávado
"Drone" da Força Aérea deteta incêndio no Parque Nacional da Peneda-Gerês	16-04-2023	Redação	100	0	5	Minho	Alto Minho
Braga: Ciclista revoltado ao ser apertado numa curva por camião	20-04-2023	Cidadão	1353	1	7	Braga	
Roubam três pares de óculos em 15 segundos numa loja em Braga	27-04-2023	Redação	7216	4	1	Minho	Cávado
"Mentiras", "palermices" e "espulhades": OS e Chegfia trocam "mimos" na Assembleia Municipal de Braga	28-04-2023	Cidadão	119	0	1	Minho	Cávado
Gatinhos bebês detetados ao lixo dentro de sacos em Família resgatados com vida	29-04-2023	Cidadão	878	3	3	Minho	Ave
A beleza da natureza. Esga amena em crã na serra do Gerês	01-05-2023	Cidadão	287	0	5	Minho	
Mamuel Pizarro diz em Braga que Governo "está de boa saúde"	01-05-2023	Redação	41	0	0	Portugal	
Governo vai tomar medidas para evitar quedas nas cascatas do Gerês	06-05-2023	Redação	56	0	0	Minho	Cávado
Mulher que guardava estacionamento em Guimarães obrigada a sair	07-05-2023	Cidadão	82651	1	35	Minho	Ave
Transportam colchão de mota pelo centro de Viana	07-05-2023	Cidadão	7066	0	14	Minho	Alto Minho
Peregrinos de Barcelos atravessam Aveiro (05/2023)	07-05-2023	Cidadão	351	0	0	Minho	Cávado
Monosserras (sem lâmina), pulverizadores e mais pó. Até de noite se ouvem motores em Faife	14-05-2023	Cidadão	6431	0	19	Desporto	Modalidades
Jovem filmado a circular de mota elétrica na A28	14-05-2023	Redação	1575	0	7	Minho	Alto Minho
Cobra-de-água viperina sai da hibernação e "traça" um góbio no rio Este	25-05-2023	Redação	9135	0	4	Minho	Cávado
Homenagem "arrepiane" a jovem de 18 anos que morreu em despiste de mota em Barcelos	30-05-2023	Redação	955	0	2	Minho	Cávado
Homenagem "arrepiane" a jovem de 18 anos que morreu em despiste de mota em Barcelos	02-06-2023	Redação	698	0	3	Minho	Cávado
Buscas na vivenda de luxo do casal de Barcelos suspeito de liderar rede de mão de obra ilegal	06-06-2023	Cidadão	2037	0	8	Cultura	Festas e Romarias
Estafeta retira assaltante da própria carrinha em Portugal	28-06-2023	Cidadão	3699	0	3	Sociedade	Policías
Incêndio no centro histórico de Guimarães consumiu dois andares de prédio	29-06-2023	Cidadão	8079	10	83	Sociedade	Insólito
Cobra-de-água-viperina pesca e delicia-se com peixe no rio Cávado em Barcelos	30-06-2023	Redação	1440	0	6	Cultura	Festas e Romarias
Carro destruído pelas chamas na A28 em Espesende	03-07-2023	Redação	328	0	1	Sociedade	Incêndio
Estavam a "jogar à suca" e são "anopelados" por roubo em Faife	31-07-2023	Cidadão	630	1	5	Sociedade	Acidentes
Tripulantes de veteiro em pânico devido a ataque de orcas	17-08-2023	Cidadão	11938	21	7	Sociedade	Insólito
Banhista a ser resgatado no mar agitado de Vila do Conde	21-08-2023	Redação	2410	1	6	Aqui Perto	Animais
BMW tenta provocar acidente na saúde da A42 para Santo Tirso	23-08-2023	Cidadão	57357	19	19	Sociedade	Acidentes
Desacatos em praia fluvial de Braga	23-08-2023	Redação	1965	1	3	Sociedade	Crime
Trovoada deixou fatalidade às escuras	09-09-2023	Cidadão	878	0	2	Sociedade	IPMA
Grande chuvada surpreende militares na Noite Branca de Braga	09-09-2023	Cidadão	520	2	6	Cultura	Festas e Romarias
"Há inigrantes amontoados em 13 em Braga a jogar 300 euros por uma cama"	12-09-2023	Redação	344	0	2	Minho	Aqui Perto
Carros submersos em Ponte de Lima retirados com grua	23-09-2023	Cidadão	402	8	6	Economia	Habitação
Pescador de "robalos" em rua alagada de Vila do Conde fica viral nas redes sociais	19-10-2023	Cidadão	113	1	2	Sociedade	Solidariedade
Por dentro do laboratório de Guimarães que produzia 100 quilos de cocaína por semana	26-10-2023	Redação	6522	0	7	Sociedade	Ipma
Populares usam retroescavadora para salvar cordeiro que caiu a um ribeiro em Faife	26-10-2023	Redação	805	0	2	Sociedade	IPMA
Exercício de grande amplitude - Cascatas Gerês	27-10-2023	Cidadão	522	0	3	Minho	Aqui Perto
Homem filmado a fazer "surf" no rio Cávado em Barcelos	13-11-2023	Cidadão	954	1	8	Sociedade	Crime
Homem filmado a fazer "surf" no rio Cávado em Barcelos	13-11-2023	Redação	909	1	5	Sociedade	Reportagem
Lebrisa-se do Tiago Barbosa? Deu "show" no centro de Braga a cantar António Variações	17-01-2024	Redação	51	0	1	Minho	Insólito
Braga: 5 detidos em megaoperação antidroga da PSP no Bairro de Santa Tecla	17-01-2024	Cidadão	54264	11	78	Sociedade	Insólito
Carro arde no McDonald's em Braga	24-01-2024	Redação	17264	1	21	Sociedade	Música
Mulher "ataca" cama de cunhada com machadinha e provoca "caos" em cemitério de Barcelos	24-01-2024	Redação	3023	1	13	Cultura	Crime
Nevo no santuário da Peneda	29-01-2024	Redação	886	0	2	Sociedade	Crime
Corço filmado a correr na neve do Gerês	30-01-2024	Cidadão	16305	1	4	Sociedade	Acidentes
Detenções de pai e filho com explosivos surpreendem aldeia em Arcos de Valdevez	14-02-2024	Redação	7739	0	1	Sociedade	Crime
Carro destruído pelas chamas na A7	09-03-2024	Redação	1967	0	5	Sociedade	IPMA
Sporting Campeão 2023/24: Viana do Castelo	15-03-2024	Redação	1905	0	5	Ciência	Biodiversidade
As imagens espetaculares da subida dos militares na Póvoa de Lanhoso	25-03-2024	Redação	923	0	0	Sociedade	Crime
Câmara de Braga remove vedações ilegais	27-03-2024	Cidadão	1640	7	69	Desporto	Futebol
23 de Abril - Recreação Histórica em Barcelos	05-05-2024	Cidadão	1280	0	9	Portugal	Forças Armadas
Geira Romana é a "joia da coroa de Terras de Bouro"	21-06-2024	Redação	69	0	1	Sociedade	Coisas para fazer
Militares já estão na Serra de Arga para detetar e dissuadir fogos florestais	23-07-2024	Redação	487	0	3	Cultura	Património
Gerês: PCP vai questionar Governo sobre obras na "Casca do Tahiti"	01-08-2024	Redação	297	0	6	Portugal	Forças Armadas
Miradouro em cascatas no Gerês vai "artificializar" área protegida	02-08-2024	Redação	229	1	1	Minho	Cávado
Encapuzado assalta padaria em Faife e leva raspadinhas	07-08-2024	Redação	436	0	3	Ambiente	Crime
	04-09-2024	Cidadão	1046	0	0	Sociedade	Crime
				118	778		65

Título da Notícia	Data	Secção	Subsecção	Elementos Hipertextuais	Elementos Multimédia
Braga: Esperava pessoas que levantavam dinheiro no banco para as assaltar	23-06-2024	Sociedade	Crime		Foto
Jovens em estado grave após despiste em Esposende	23-06-2024	Sociedade	Acidentes		Foto
Braga: Duas mulheres feridas após colisão no Nô de Infias	23-06-2024	Sociedade	Acidentes		Foto
E "um dos maiores negócios de sempre" feitos em Esposende	23-06-2024	Economia	Negócios		Foto
Hoje há rusgas e David Carreira para ver no S. João de Braga	23-06-2024	Cultura	Festas e Romarias		Foto e Hiperligação
Motociclista em estado grave após despiste em Vizela	23-06-2024	Sociedade	Acidentes	Hipertexto	Foto
Guarda-redes de Barcelos renova com Benfica até 2027	23-06-2024	Desporto	Futebol		Foto e Vídeo
Carro capota após colisão na estrada Barcelos-Ponte de Lima	23-06-2024	Sociedade	Acidentes		Foto e Vídeo
Braga: Lote em hasta pública a partir de 71.5 mil euros	23-06-2024	Economia	Negócios	Hipertexto	Foto
Largada de balão gigante "arrançou" São João de Braga	23-06-2024	Cultura	Festas e Romarias		Foto
Padre Guilherme vai "tocar" em Ibiza na melhor discoteca do mundo	23-06-2024	Cultura		Hipertexto	Foto e Hiperligação
E oficial. Amine El Ouazzani é reforço do SC Braga	23-06-2024	Desporto	Futebol		Foto
Em Guimarães também há São Pedro	23-06-2024	Cultura		Hipertexto	Foto
Braga: Plano de Iluminação Pública reduz poluição luminosa	23-06-2024	Economia	Energia		Foto
Não quis pagar 70 euros pelas sardinhas e acabou em rixa no S.João de Braga	23-06-2024	Sociedade	Crime	Hipertexto	Foto e Hiperligação
Dois feridos graves de Braga em acidente de mota em Vila do Conde	23-06-2024	Sociedade	Acidentes		Foto
Praias "escondidas" de Vila Verde vão ter melhores condições	23-06-2024	Calendário	Verão		Foto
Braga: Dono de tasca nega façadas. "Muita gente fugiu sem pagar"	23-06-2024	Sociedade	Crime		Foto
Vinho de Guimarães conquista medalha de prata no Concurso Mundial de Bruxelas	23-06-2024	Economia	Vinho		Foto
Homem ferido numa mão ao lançar foguete em Melgaço	23-06-2024	Sociedade	Acidentes	Hipertexto	Foto
Faz hoje 896 anos que em Guimarães aconteceu a batalha que originou Portugal	24-06-2024	Cultura			Foto
São João de Braga acaba hoje com The Gift e fogo de artifício	24-06-2024	Cultura	Festas e Romarias		Foto
Temperaturas vão cair 10 graus em Braga	24-06-2024	Sociedade	IPMA		Foto
Mulher ferida após colisão em Barcelos	24-06-2024	Sociedade	Acidentes		Foto
Rival dinamarquesa da Ikea abre loja em Vizela	24-06-2024	Economia			Foto
Entra em despiste, embate noutra viatura e capota em Fafe	24-06-2024	Sociedade	Acidentes		Foto
Mar de gente na notada do São João de Braga	24-06-2024	Cultura	Festas e Romarias	Hipertexto	Foto
Pastor alemão salta portão de casa e afugenta carteiro em Fafe (GNR e bombeiros tiveram que intervir)	24-06-2024	Sociedade	Insólito		Foto e Vídeo
Já abriram as piscinas exteriores de Barcelos	24-06-2024	Calendário	Verão		Foto
"Escorpião encarpado". Jovem futebolista de Famalicão marca golo inacreditável	24-06-2024	Desporto	Futebol		Foto e Hiperligação
Homem em estado grave após capotamento de trator em Ponte de Lima	24-06-2024	Sociedade	Acidentes		Foto
Autocarros da Avic voltam a circular em Viana do Castelo	24-06-2024	Sociedade	Mobilidade		Foto
Mulher atropelada na passadeira em Viana	24-06-2024	Sociedade	Acidentes		Foto
Atiradores do Minho sagram-se campeões do mundo de tiro ao voo	24-06-2024	Desporto	Modalidades		Foto
Bosch instala em Braga "uma das maiores centrais geotérmicas em Portugal"	24-06-2024	Economia			Foto
Despiste seguido de capotamento provoca um ferido grave na A28	24-06-2024	Sociedade	Acidentes		Foto
Vila verde: Já pode ir a banhos na Praia do Faial	24-06-2024	Sociedade			Foto
Mulher agride a soco militar da GNR em Fafe	24-06-2024	Sociedade	Crime		Foto
Professor acusado de apalpar aluna em Braga	24-06-2024	Sociedade	Justiça		Foto
Pode ver a partir do Minho uma explosão nuclear nas estrelas, evento único na vida	24-06-2024	Ciência	Astronomia		Foto
Paulo Cunha representa Portugal no Partido Popular Europeu	24-06-2024	Política			Foto
Atleta de Barcelos sagra-se tricampeão nacional de Boccia	24-06-2024	Desporto	Futebol		Foto e Hiperligação
Chuva regressa hoje ao Minho	24-06-2024	Sociedade	IPMA		Foto e Hiperligação
Empresa de Viana investe em novas instalações robotizadas para apostar na exportação	24-06-2024	Economia			Foto e Hiperligação
Neblina no Minho mostra arrefecimento radical da temperatura	25-06-2024	Sociedade	IPMA		Foto e Mapa interativo
Multidão no encerramento do São João de Braga com The Gift e fogo de artifício	25-06-2024	Cultura	Festas e Romarias	Hipertexto	Foto e Hiperligação
Mais 25 radares de velocidade nas estradas portuguesas	25-06-2024	Sociedade	Mobilidade		Foto
Tenta assaltar casa em Braga mas é apanhado pelo dono	25-06-2024	Sociedade	Crime		Foto
Incêndio em curral mata 5 ovelhas em Fafe. Há suspeitas de fogo posto	25-06-2024	Sociedade	Incêndio		Foto
Descobertas ferramentas com mais de 250 mil anos em Esposende	25-06-2024	Ciência	Arqueologia		Foto
Esta freguesia de Braga quer ser vila	25-06-2024	Sociedade			Foto
Três detidos e quase 20 mil doses de droga apreendidas em megaoperação a claques do SC Braga	25-06-2024	Sociedade	Polícias		Foto
Construtora de Braga ganha obra de 5 milhões no Algarve	25-06-2024	Economia	Negócios		Foto
Piroga com mais de 1.000 anos abre "guerra" entre Viana e Caminha	25-06-2024	Cultura	Património	Hipertexto	Foto
E de Braga o melhor guarda-redes do mundo em andebol de praia	25-06-2024	Desporto	Modalidades		Foto e Vídeo
Despista-se em zona de obras na A7 e vai parar ao separador central	25-06-2024	Sociedade	Acidentes		Foto
Viana: Empresa de válvulas investe 1,8 milhões em nova fábrica	25-06-2024	Economia			Foto
Novo mercado de Viana vai a concurso por 12,6 milhões	25-06-2024	Economia	Obras Públicas		Foto
Despista-se e cai a um campo de milho em Barcelos	25-06-2024	Sociedade	Acidentes		Foto
São João de Braga juntou mais de um milhão de pessoas	25-06-2024	Cultura	Festas e Romarias		Foto
Colisão frontal corta estrada Famalicão-Póvoa de Varzim	25-06-2024	Sociedade	Acidentes		Foto
Euromilhões: "Jackpot" de 213 milhões saiu em Portugal	25-06-2024	Sociedade	Jogos Santa Casa	Hipertexto	Foto
Agente imobiliária de Braga pedia "sinal", mas era tudo burla	25-06-2024	Sociedade	Justiça		Foto
Jackpot de 213 milhões saiu aqui ao lado	25-06-2024	Sociedade	Jogos Santa Casa		Foto
Atendimento sem marcação será obrigatório em todos os departamentos do Estado	25-06-2024	Política			Foto
Vendedor de Braga absolvido de ficar com 10 mil euros de máquinas de tabaco	25-06-2024	Sociedade	Justiça		Foto
Vem aí chuva, trovoada e granizo. Minho sobre aviso amarelo	26-06-2024	Sociedade	IPMA	Hipertexto	Foto e Hiperligação
Caminhar entre Esposende e Barcelos pela margem do rio Cávado	26-06-2024	Sociedade			Foto
David Carreira quis "viver a experiência" do São João de Braga e andou pela rua a "dar marteladas"	26-06-2024	Cultura	Festas e Romarias	Hipertexto	Foto e Hiperligação
Pacheco Pereira, Martim Sousa Tavares e Fátima Lopes na Feira do Livro de Barcelos	26-06-2024	GO!	Marque na agenda	Hipertexto	Foto
Golfinhos filmados ao largo de Esposende: "Têm aparecido bastantes"	26-06-2024	Ciência	Biodiversidade	Hipertexto	Foto e Vídeo
Manjerição e estragão de Viana eleitos os melhores do país	26-06-2024	Economia			Foto
Homem morre atropelado em Braga	26-06-2024	Sociedade	Acidentes		Foto

PSP investiga ligações de claqueos do Braga a movimentos de extrema-direita	26-06-2024	Desporto	Futebol	Hipertexto	Foto
Novo Ford Kuga chega esta 5.ª feira a Braga- Stock-Car vai estar de "portas abertas"	26-06-2024	Desporto	Futebol	Hipertexto	Foto, Vídeo e Mapa Interativo
Jovem de 20 anos morre no dia de aniversário após violento despiste em Santo Tirso	26-06-2024	Sociedade	IPMA	Hipertexto	Foto e Hipervigilância
Instabilidade atinge "maior severidade" na sexta-feira. Aviso amarelo para o Minho já foi prolongado	26-06-2024	Sociedade	IPMA	Hipertexto	Foto e Hipervigilância
GNR apreende bolsas contrafeitas, "kits" de poker e relógios da Nike em Vila do Conde	26-06-2024	Sociedade	Acidentes	Foto	Foto
Motociclista ferido após colisão em Barcelos	26-06-2024	Sociedade	Acidentes	Foto	Foto
Governo garante que vai alargar passe ferroviário nacional a urbanos e intercedências do Minho	26-06-2024	Política		Foto	Foto
Roger renova com o Braga até 2028 e fica com cláusula de 40 milhões	26-06-2024	Desporto	Futebol	Hipertexto	Foto e Hipervigilância
Eucalipto mais emblemático do Minho está de regresso a Vila Verde	26-06-2024	Sociedade		Hipertexto	Foto e Vídeo
Fábrica de reciclagem arde em Famalicão	26-06-2024	Sociedade	Incêndio	Foto	Foto
Vídeo mostra esfaqueamento no São João de Braga	26-06-2024	Sociedade		Hipertexto	Foto e Vídeo
Portugal perde com a Geórgia e vai defrontar Eslovénia nos "oitavos"	26-06-2024	Desporto	Futebol	Foto	Foto e Hipervigilância
Paulinho vai jogar no México (e o Braga recebe 750 mil euros)	26-06-2024	Desporto	Futebol	Foto	Foto e Hipervigilância
Câmara de Braga vai tornar público terreno vedado pelo "muro de Berlim"	26-06-2024	Sociedade		Foto	Foto
Câmara de Braga não tem dinheiro para reabilitar 1.º de Maio	26-06-2024	Cultura	Património	Foto	Foto
Incêndio em fábrica de reciclagem em Famalicão em resolução	26-06-2024	Sociedade	Incêndio	Foto	Foto
Tempo agrava-se a partir da tarde de hoje e só começa a melhorar no sábado	27-06-2024	Sociedade	IPMA	Foto	Foto
Três crianças e um idoso feridos após colisão em Caminha	27-06-2024	Sociedade		Foto	Foto
Braga sobe para aviso laranja por causa da chuva forte, trovoadas e granizo	27-06-2024	Sociedade		Hipertexto	Foto
Abel Ruiz sai do Braga para o Girona por 9 milhões	27-06-2024	Desporto	Futebol	Foto	Foto
Adepto lança-se da bancada e quase atinge Cristiano Ronaldo	27-06-2024	Desporto	Futebol	Foto	Foto e Hipervigilância
Bombeiros Sapadores de Braga têm 260 novos capacetes	27-06-2024	Sociedade	Bombeiros	Foto	Foto e Vídeo
Vila Verde: Encontra carteira "com bastante dinheiro" e lança apelo para a devolver ao dono	27-06-2024	Sociedade		Foto	Foto
Espiritos furiosos, "puxadas de dinheiro" e Euromilhões. Mulher de Barcelos cai em burla de videntes	27-06-2024	Sociedade		Foto	Foto
Está prestes a nascer um "skate park" em Famalicão	27-06-2024	Economia	Obras Públicas	Foto	Foto
Campeão polaco reforça SC Braga	27-06-2024	Desporto	Futebol	Foto	Foto
Já é conhecido o cartaz das Festas Novas de Ponte de Lima	27-06-2024	Cultura		Hipertexto	Foto
Restaurante do novo hotel 4 estrelas do centro de Braga está aberto ao público geral	27-06-2024	GOI	Comer bem	Hipertexto	Foto
Marcelo já doou 114 mil livros à Biblioteca de Celorico de Basto	27-06-2024	Portugal	Presidente da República	Foto	Foto
Jovem de Viana premiado por texto alusivo ao 25 de Abril: "Tenho a certeza de que não voltaremos atr	27-06-2024	Cultura		Foto	Foto
EuroDreams: Estrangeiro ganha "salário" de 2.000 euros durante 5 anos. Em Portugal saíram prémios d	27-06-2024	Sociedade	Jogos Santa Casa	Hipertexto	Foto
Estava a fazer "paddle" na foz do Minho, ficou aflito e teve de ser socorrido	27-06-2024	Sociedade	Acidentes	Hipertexto	Foto
António Costa é o novo presidente do Conselho Europeu	27-06-2024	Política	Política	Foto	Foto
Portugal é o 1.º país com líderes na Comissão Europeia, Conselho e ONU	27-06-2024	Política	Política	Foto	Foto
Barcelos: Astróloga entrou em transe e falou para o "além" na sala de audiências do tribunal	27-06-2024	Sociedade	Justiça	Hipertexto	Foto e Hipervigilância
Homem desaparecido usou telemóvel pela última vez em Fafe	27-06-2024	Sociedade	Desaparecimento	Foto	Foto e Hipervigilância
Morreu Manuel Fernandes	27-06-2024	Desporto	Futebol	Foto	Foto e Hipervigilância
Google Tradutor passa a incluir português de Portugal	28-06-2024	Tecnologia		Foto	Foto
Distrito de Braga sob aviso laranja até às 21.00	28-06-2024	Sociedade	IPMA	Foto	Foto
Médico detido por abusar sexualmente de duas crianças no Hospital de Famalicão	28-06-2024	Sociedade	Crime	Foto	Foto
Barcelos: Este ano não há Jogos do Rio	28-06-2024	Desporto		Foto	Foto
Encontrado morto homem desaparecido que tinha utilizado telemóvel pela última vez em Fafe	28-06-2024	Sociedade	Desaparecimento	Hipertexto	Foto e Hipervigilância
Nova loja da JOM em Viana já está a ser construída (e estará pronta em outubro)	28-06-2024	Economia		Foto	Foto
Apreensão de 53 toneladas de tubarão gera discórdia entre GNR e cooperativa de Viana	28-06-2024	Economia	Pesca	Foto	Foto e Hipervigilância
Hospital de Famalicão suspendeu médico suspeito de abusar de 2 meninos	28-06-2024	Sociedade	Crime	Hipertexto	Foto
Construtora de Braga está a recrutar para 100 vagas	28-06-2024	Economia	Negócios	Hipertexto	Foto
Depois do "Olá pai, Olá mãe", há uma nova burla no WhatsApp: "Olá mano, Olá mana"	28-06-2024	Sociedade	Crime	Foto	Foto
Terreno em frente à Albufeira da Caneçada à venda por menos de um milhão	28-06-2024	Economia		Hipertexto	Foto
Empresa de Braga que ajuda a reconstruir Notre-Dame em Paris está a recrutar	28-06-2024	Economia	Emprego	Hipertexto	Foto
Homem fica gravemente ferido após despiste em Barcelos	28-06-2024	Sociedade	Acidentes	Foto	Foto
Barcelos: Burla milionária de videntes envolveu alegado sacrifício de 63 animais	28-06-2024	Sociedade	Justiça	Foto	Foto
Atenção, Braga. Esta avenida vai estar um mês cortada	28-06-2024	Sociedade	Mobilidade	Foto	Foto
Construtora de Braga premiada pelo trabalho em Angola ao longo de 25 anos	28-06-2024	Economia		Foto	Foto
Kosovo pode ser um parceiro "importantíssimo" para as empresas do Minho	28-06-2024	Economia	Negócios	Foto	Foto
Autocarro avariou na variante em Braga e GNR auxiliou crianças	28-06-2024	Sociedade	Mobilidade	Foto	Foto
Dois feridos, um deles grave, após atropelamento em Famalicão	28-06-2024	Sociedade	Acidentes	Foto	Foto
Sol e calor regressam ao Minho na segunda-feira (e com força)	28-06-2024	Calendário	Verão	Foto	Foto
Carrinha tombada condicionou trânsito na EN13 em Vila do Conde	28-06-2024	Sociedade	Acidentes	Foto	Foto
Jovem de 18 anos morre esfaqueado no NorteShopping	28-06-2024	Sociedade	Crime	Foto	Foto
Gil Vicente já tem novo relvado	28-06-2024	Desporto	Futebol	Foto	Foto
Sismo sentido no continente	29-06-2024	Sociedade	IPMA	Foto	Foto
Sócios do Vitória SC aprovam orçamento com receita de 5,5 milhões	29-06-2024	Desporto	Futebol	Foto	Foto
TUB com oito viagens diárias da cidade para a praia de Adaúfe	29-06-2024	Calendário	Verão	Foto	Foto
Jovem em estado crítico após despiste de moto em Celorico de Basto	29-06-2024	Sociedade	Acidentes	Foto	Foto
Fogem à polícia em Viana e provocam acidente com 4 feridos	29-06-2024	Sociedade	Acidentes	Foto	Foto
PS de Braga quer sensibilização de jovens para excesso de consumo de álcool	29-06-2024	Minho	Çavado	Foto	Foto
Famalicão: Médico suspeito de abusar de crianças saiu em liberdade	29-06-2024	Sociedade	Crime	Foto	Foto
Tiago Sá tem 29 anos e joga há 20 no SC Braga	29-06-2024	Desporto	Futebol	Foto	Foto
Família de Barcelos precisa de ajuda para comprar cadeira adaptada	29-06-2024	Sociedade	Solidariedade	Foto	Foto
Guimarães honra indústria da cutelaria com monumento	29-06-2024	Cultura	Património	Foto	Foto
Viana: Nasce uma nova pastelaria onde era a histórica Caravela	29-06-2024	Economia	Hotelaria	Foto	Foto
Estudantes de colégio em Lisboa limpam o rio Este em Braga	29-06-2024	Ciência	Ambiente	Foto	Foto
Ponte Eiffel de Viana: 146 anos ao serviço do noroeste de Portugal	29-06-2024	Opinião		Foto	Foto
Zoi Van de Ven reforça Braga	29-06-2024	Desporto	Futebol	Foto	Foto
Jovem que morreu esfaqueado no NorteShopping era da Trofa	29-06-2024	Minho	Aqui Perto	Foto	Foto
PJ quer Portugal como "um muro" contra o narcotráfico	30-06-2024	Sociedade	Crime	Foto	Foto
Hoje ainda "chuvisca" mas depois são 10 dias acima dos 30°C no Minho	30-06-2024	Sociedade	IPMA	Foto	Foto
Despiste na A11 faz um ferido	30-06-2024	Sociedade	Sociedade	Foto	Foto
Atenção. Termina hoje o prazo para entregar IRS	30-06-2024	Economia	Finanças	Foto	Foto

Aventureiro de Guimarães cruza sétimo país ao fim de 5.000km	30-06-2024	Sociedade		Hipertexto	Foto e Hiperligação
Carro arde na autoestrada em Barcelos	30-06-2024	Sociedade	Incêndio		Foto
Viana: Nem a chuva travou Quim Barreiros no S. Pedro	30-06-2024	Cultura	Festas e Romarias		Foto e Vídeo
Braga volta a celebrar São João do Brasil	30-06-2024	Cultura	Festas e Romarias		Foto
Avião aterriza de emergência no aeroporto do Porto após despressurização	30-06-2024	Sociedade	Mobilidade		Foto
Euro milionário já reclamou prémio de 213 milhões. Estado ficou com 42	30-06-2024	Sociedade	Jogos Santa Casa		Foto
Junho com grandes oscilações térmicas no Minho	30-06-2024	Sociedade	IPMA		Foto
Ex-notária de Vieira do Minho julgada por 33 crimes	30-06-2024	Sociedade	Justiça		Foto
Mariana Machado é tetracampeã nacional nos 5.000 metros	30-06-2024	Desporto	Modalidades		Foto
INEM garante continuidade dos helicópteros de emergência médica	30-06-2024	Saúde			Foto
Braga amplia cemitério	30-06-2024	Economia	Obras Públicas		Foto
Mais de 2500 atletas correram nas ruas de Braga	30-06-2024	Desporto	Modalidades		Foto
Braga vence Slon por 3-1 no primeiro jogo da pré-época	30-06-2024	Desporto	Futebol		Foto
Mais de 100 países da UNESCO reúnem em Braga	30-06-2024	Mundo	ONU		Foto
Lobo-ibérico filmado no Parque Nacional da Peneda-Gerês	12-09-2024	Ciência	Biodiversidade	Hipertexto	Foto, Vídeo e Hiperligação
Visita guiada a um "lugar mítico da arqueologia" em Guimarães	11-09-2024	Ciência	Arqueologia		Foto
Ver estrelas em Guimarães com astrónomos e astrofísicos de todo o país	10-09-2024	Ciência	Astronomia		Foto
Vai nascer um novo parque verde junto aos passadiços de Vizela	08-09-2024	Ciência	Ambiente		Foto
Bombeiros e GNR procuram turista espanhol perdido em trilho no Parque Nacional da Peneda-Gerês	06-09-2024	Minho	Alto Minho		Foto
Tribunal trava instalação de nova linha de alta tensão no Minho	05-09-2024	Ciência	Ambiente		Foto
Explosão de bolido registada pelo Observatório Astronómico de Braga	03-09-2024	Ciência	Astronomia	Hipertexto	Foto e Vídeo
Jovem turista alemã gravemente ferida em lagoa na serra do Gerês	03-09-2024	Ciência	Ambiente		Foto
Bombeiros de Salto resgatam casal perdido na serra do Gerês	02-09-2024	Ciência	Ambiente		Foto
Água poluída e maus cheiros em ribeiro no Gerês	27-08-2024	Ciência	Ambiente		Foto e Vídeo
Guimarães coloca barreiras no rio para recolher plástico	26-08-2024	Ciência	Ambiente	Hipertexto	Foto e Vídeo
Urgência de Obstetrícia e Ginecologia de Braga fechada este sábado	14-09-2024	Saúde	Hospitais		Foto
Hospital de Guimarães inaugura clínica dedicada à insuficiência cardíaca	10-09-2024	Saúde			Foto
Incêndios degradaram qualidade do ar no Minho para um nível "muito acima do aceitável"	05-09-2024	Saúde		Hipertexto	Foto
Novo hospital privado de Braga vai ficar assim	05-09-2024	Saúde		Hipertexto	Foto
Novo hospital privado em Braga vai custar 45 milhões e criar 300 empregos	05-09-2024	Saúde			Foto
Helicóptero do INEM que tombou em Mondim de Basto já foi retirado	03-09-2024	Minho	Aqui Perto		Foto e Vídeo
Tripulantes de helicóptero do INEM que tombou em Mondim de Basto estão livres de perigo	02-09-2024	Minho	Aqui Perto	Hipertexto	Foto
Acidente com helicóptero do INEM em Mondim de Basto	02-09-2024	Minho	Aqui Perto		Foto e Hiperligação
Famalicão vai construir novo centro de saúde por 2,2 milhões	30-08-2024	Saúde			Foto
Tripulações de helicóptero em exercício no Hospital de Braga para familiarizar aterragens e descolagem	29-08-2024	Saúde			Foto
Contacto de gaviotas e cegonhas com galinhas é "origem provável" de gripe em capoeira de Viana	23-08-2024	Saúde			Foto
Hospital de Barcelos novamente classificado como "eficiente"	23-08-2024	Saúde	Hospitais		Foto
Futuros médicos da Uminho visitam idosos em aldeias isoladas	22-09-2024	Saúde			Foto
Numo Melo reacende questão antiga: "Oliveira é portuguesa"	13-09-2024	Política			Foto
Braga: Ricardo Rio vai "abandonar vida política por uns tempos" no final do mandato	07-09-2024	Política			Foto
José Manuel Fernandes quer mais polícias no "mundo rural" para evitar furto de cobre e colheitas	07-09-2024	Política			Foto
PSD de Ponte da Barca congratula-se com eleição "100%" de Montenegro	07-09-2024	Política			Foto
PSD: Paulo Cunha reeleito líder da Distrital de Braga (Miguel Macedo regressa à vida política)	07-09-2024	Política			Foto
Eurodeputado de Braga é candidato à liderança da Juventude Socialista	06-09-2024	Política			Foto
Cavaco Silva contra o fim das portagens nas ex-SCUT	05-09-2024	Política			Foto
"Vice" de Espôsende também está de saída e vai para a AGERE	04-09-2024	Política			Foto
Autarca de Guimarães e eurodeputado do PS estão com Victor Hugo Salgado	04-09-2024	Minho	Cávado		Foto
Barcelos: Constantino anuncia obras em cinco centros de saúde e em várias escolas	01-09-2024	Política			Foto
Benjamim Pereira assume funções no IHRU em 09 de setembro. "Tudo farei para estar à altura"	01-09-2024	Política		Hipertexto	Foto
Morreu o motociclista que chocou com camião do leite em Vila do Conde	09-09-2024	Minho	Aqui Perto		Foto e Hiperligação
Piloto do helicóptero do INEM que tombou em Mondim de Basto sabia que não podia impedir aterragem	06-09-2024	Minho	Aqui Perto		Foto e Vídeo
Morreu a menina de 5 anos que se engasgou com comida na Trofa	05-09-2024	Minho	Aqui Perto	Hipertexto	Foto
Família em desespero procura homem desaparecido desde domingo em Santo Tirso	05-09-2024	Minho	Aqui Perto		Foto e Hiperligação
Rio Ave pode vir a ter mais uma ponte	04-09-2024	Minho	Aqui Perto		Foto
206				40	206

Anexo H: Estatuto Editorial do jornal *O Minho*

O Minho é um jornal online de informação geral que pretende fazer uma cobertura completa dos acontecimentos regionais, em todos os seus domínios de interesse, utilizando o texto e a imagem;

O Minho é independente do poder económico e político e de quaisquer grupos de pressão;

O Minho rege-se, na sua actividade, pelo cumprimento escrupuloso das normas deontológicas e éticas do jornalismo;

O Minho defende o pluralismo de opinião e pretende divulgar a opinião de personalidades da região acerca de assuntos que ultrapassem as fronteiras da mesma;

O Minho acredita que as características intrínsecas à actual *Sociedade de Informação* apresentam uma enorme valia para o desenvolvimento da Região do Minho, factor que assume de extrema importância para o jornal;

O Minho pretende aproximar as pessoas da Região entre si, divulgar o seu potencial e o potencial das suas actividades e dar-lhes voz à escala nacional;

O Minho procurará estar na linha da frente do processo de mudanças tecnológicas e relacionais, sempre atento à inovação e promovendo a interação com os seus leitores;

O presente Estatuto Editorial foi escrito, em 2015, por altura da criação do jornal, tendo como base de partida o estatuto editorial da revista Visão.