CIBERJORNALISMO EM PORTUGAL

Relatório ObCiber 2026



Ficha técnica

Título

Ciberjornalismo em Portugal - Relatório ObCiber 2026

Autores

Catarina Meireles
Susana Ferrador
Fernando Zamith

Páginação

Susana Ferrador

Edição

FLUP - Faculdade de Letras da Universidade do Porto
ObCiber - Observatório do Ciberjornalismo
CITCEM - Centro de Investigação Transdisciplinar Cultural, Espaço e Memória

Via Panorâmica, s/n | 4150-564 Porto | www.citcem.org | citcem@letras.up.pt

Esta é uma obra em Acesso Aberto, disponibilizada online (https://ebooks.letras.up.pt) e licenciada segundo uma licença Creative Commons de Atribuição Sem Derivações 4.0 Internacional (CC BY-ND 4.0).

ISBN: 978-989-9370-11-1
DOI: https://doi.org/10.21747/978-989-9370-11-1/cib

Referência bibliográfica

Meireles, C., Ferrador, S. & Zamith, F. (2026). Ciberjornalismo em Portugal - Relatório ObCiber 2026. FLUP/ObCiber/CITCEM.

CRediT (Contributor Roles Taxonomy)

Catarina Meireles (ObCiber/CITCEM/FLUP): Conceptualização, curadoria dos dados, análise formal, investigação, metodologia, recursos, validação, visualização, redação do rascunho original, redação – revisão e edição.

Susana Ferrador (ObCiber/CITCEM): Investigação, redação do rascunho original, redação – revisão e edição.

Fernando Zamith (ObCiber/CITCEM/FLUP): Conceptualização, supervisão, validação, redação – revisão e edição.

Porto, novembro de 2026.

Este trabalho foi elaborado no quadro das atividades do grupo de investigação "Informação, Comunicação e Cultura Digital" e é financiado por Fundos Nacionais através da FCT — Fundação para a Ciência e a Tecnologia, no âmbito do projeto UID/04059/2025, DOI https://doi.org/10.54499/UID/04059/2025.

Sumário

Resumo **4**
Introdução **5**
1. Metodologia **8**
1.1 Dados 8
1.2 Corpus de análise 9
1.3 Amostragem 10
1.4 Seleção de publicações, projetos e eventos 13
1.5 Limitações 15
2. Caracterização dos cibermeios **17**
2.1 Influência: panorama geral da presença em plataformas digitais 19
2.2 Poder: panorama geral da propriedade e estrutura económica 22
2.3 Televisão 25
2.4 Rádio 30
2.5 Publicações periódicas 36
2.6 SPDEI 43
3. O estudo do ciberjornalismo **48**
3.1 Produção científica 48
3.1.1 Livros 48
3.1.2 Teses 50
3.1.3 Relatórios 52
3.1.4 Artigos 60
3.1.4.1 Capítulos de livros 60
3.1.4.2 Artigos em revistas 61
3.2 Projetos 66
3.3 Eventos 69
4. Leitura integrada dos resultados **80**
Conclusão **86**
Referências bibliográficas **88**

Resumo

Este relatório caracteriza o ciberjornalismo em Portugal com referência a 2025, dando continuidade ao levantamento relativo a 2024, publicado na edição anterior. Reúne um levantamento dos cibermeios e uma seleção de publicações, projetos e eventos relacionados com o caso português. A caracterização utiliza listagens da Entidade Reguladora para a Comunicação Social atualizadas em diferentes momentos de 2025, complementadas pela verificação dos meios. Nas publicações selecionadas, 2025 corresponde ao ano de publicação, podendo as investigações, a recolha dos dados e os períodos analisados ser anteriores. O levantamento identificou 746 cibermeios que cumpriam os critérios de inclusão: 623 publicações periódicas, 101 rádios, nove televisões e 13 serviços de programas difundidos exclusivamente através da Internet. A presença em plataformas digitais e a propriedade foram analisadas numa amostra estratificada de 150 cibermeios. Nesta amostra, 92,7% estão presentes nas redes sociais, 45,3% em agregadores de notícias, 24,7% em plataformas de streaming e 15,3% dispõem de aplicações móveis. Aos 150 cibermeios da amostra correspondem 137 entidades proprietárias distintas, sem que esta contagem permita determinar a concentração por grupo económico. A seleção de 34 publicações aborda a sustentabilidade e a transformação digital do jornalismo de proximidade, os desertos de notícias, a interatividade e participação dos públicos, a utilização e autorregulação da inteligência artificial e a desinformação, incluindo nas eleições legislativas portuguesas de 2025. Os projetos e eventos apresentados incluem iniciativas de inovação jornalística, formação profissional, literacia mediática e avaliação da informação. A articulação do levantamento com os estudos selecionados mostra a necessidade de analisar as práticas de diálogo com os públicos, a cobertura efetiva dos territórios e as relações de colaboração entre meios, dimensões que os indicadores de presença digital e de propriedade, por si só, não permitem conhecer.

Introdução

O presente relatório dá continuidade ao trabalho de acompanhamento do ciberjornalismo em Portugal iniciado pelo ObCiber — Observatório do Ciberjornalismo na edição publicada em 2025, dedicada ao ano de 2024. A pertinência deste projeto reside na possibilidade de reunir, num mesmo documento, a caracterização dos meios jornalísticos digitais e o conhecimento produzido sobre as suas práticas, os seus profissionais e os seus públicos. Esta segunda edição, publicada em 2026 e relativa a 2025, atualiza o levantamento dos cibermeios e inclui novas dimensões de caracterização. A realização de edições sucessivas permite documentar o setor e acompanhar as questões que o atravessam, respeitando as condições e os limites de cada levantamento.

O ano em análise assinalou três décadas de ciberjornalismo em Portugal. Em 1995, o Jornal de Notícias e o Público iniciaram a publicação de conteúdos jornalísticos na Internet, num percurso que viria a envolver a imprensa, a rádio e a televisão, bem como o aparecimento de projetos nascidos no ambiente digital. A efeméride foi tema de encontros dedicados à reflexão sobre esse percurso, entre os quais as IX Jornadas ObCiber, realizadas na Faculdade de Letras da Universidade do Porto[1]. Trinta anos depois, conhecer o ciberjornalismo português implica observar uma realidade diversificada, na qual coexistem meios com diferentes origens, recursos, âmbitos de cobertura e formas de organização.

O relatório tem como objetivo caracterizar os cibermeios portugueses e reunir investigação e iniciativas que permitam compreender a atividade jornalística no ambiente digital. Esta edição alarga a análise da presença em plataformas digitais às publicações periódicas e inclui novas dimensões de análise da propriedade e da estrutura económica dos meios. O seu contributo reside também na articulação deste levantamento com estudos sobre práticas profissionais, públicos e jornalismo de proximidade. Essa articulação permite discutir como a presença digital, a distribuição territorial e a organização dos meios se relacionam com questões de participação, cobertura jornalística e colaboração, respeitando os diferentes universos e métodos dos trabalhos considerados.

A apresentação deste relatório integra o programa oficial do IX Congresso Internacional de Ciberjornalismo, dedicado ao tema "Jornalismo, Influência e Poder". Em articulação com

[1] As IX Jornadas ObCiber, realizadas em 18 de novembro de 2025 na Faculdade de Letras da Universidade do Porto, foram dedicadas aos "30 anos de ciberjornalismo em Portugal". Ver mais em: https://noticias.up.pt/flup/wp-content/uploads/sites/12/2025/10/18nov_IXJORNADAS_OBCIBER_cartaz.pdf

esta proposta de reflexão, a presente edição organiza parte da caracterização dos cibermeios portugueses em torno de duas dimensões: a presença em plataformas digitais e a propriedade e estrutura económica dos meios. A primeira permite observar os canais através dos quais os cibermeios disponibilizam conteúdos e procuram chegar aos públicos; a segunda identifica as entidades proprietárias, a sua natureza jurídica, a atividade principal declarada e o capital social. Estes indicadores fornecem uma base para discutir as condições de distribuição da informação e de funcionamento dos meios, sem medir diretamente a influência sobre as audiências, o poder editorial ou a capacidade de intervenção no espaço público. O capital social, em particular, não corresponde ao orçamento nem aos recursos efetivamente disponíveis para a atividade jornalística.

O levantamento identifica 746 cibermeios que cumprem os critérios definidos na metodologia, a partir dos registos da Entidade Reguladora para a Comunicação Social e da verificação dos meios. A caracterização geral abrange este conjunto, enquanto a análise da presença em plataformas digitais e da propriedade incide numa amostra de 150 cibermeios. São considerados meios associados à televisão, à rádio e às publicações periódicas, além dos serviços de programas difundidos exclusivamente através da Internet. As escolhas metodológicas delimitam o alcance dos resultados e as possibilidades de comparação com a edição anterior.

A segunda componente reúne o resultado de um levantamento dos livros, teses, relatórios, capítulos de livros e artigos em revistas científicas publicados em 2025 sobre este campo, além de projetos e eventos relacionados com o ciberjornalismo português realizados no mesmo ano. Os trabalhos apresentados abordam o jornalismo de proximidade e os desertos de notícias, a sustentabilidade, a relação com os públicos, a inovação, a inteligência artificial e a desinformação, incluindo a circulação de informação política em contexto eleitoral. A diversidade de objetos e abordagens permite apresentar diferentes perspetivas sobre as práticas jornalísticas, a relação com os públicos e as dificuldades de funcionamento dos meios. A seleção inclui estudos centrados em Portugal, investigações comparativas que abrangem o caso português e contributos de enquadramento pertinentes para as questões abordadas. Não pretende representar a totalidade da produção existente. O ano de publicação constitui a referência temporal dos trabalhos incluídos, cujos dados e períodos de observação podem ser anteriores a 2025.

Os projetos e os eventos acrescentam a esta leitura iniciativas de formação dos profissionais, literacia mediática, avaliação da informação e experimentação de produtos e formas de aproximação aos públicos. A sua inclusão dá conta de iniciativas desenvolvidas por

redações, investigadores, associações profissionais e outras instituições, relacionadas com questões também abordadas nas publicações selecionadas. Os encontros científicos e profissionais constituem, por sua vez, espaços de apresentação de investigação e de discussão das condições do jornalismo digital. Os Prémios de Ciberjornalismo são apresentados autonomamente, pelo seu papel no reconhecimento de trabalhos e projetos portugueses.

Após a explicação da metodologia adotada, o relatório apresenta a caracterização dos cibermeios, organizada pelas dimensões de presença digital e propriedade e pelos diferentes tipos de meio. Segue-se o capítulo dedicado ao estudo do ciberjornalismo, que reúne a produção científica, os projetos e os eventos selecionados. A leitura integrada dos resultados relaciona depois os dados do levantamento com questões abordadas nos trabalhos selecionados, considerando as diferenças entre universos, métodos e períodos de observação. A conclusão encerra o documento com o balanço do trabalho realizado. Com esta edição, o ObCiber procura disponibilizar uma base de consulta para investigadores, profissionais e outros interessados no jornalismo português, contribuindo para um acompanhamento continuado e documentado da sua atividade no ambiente digital.

1. Metodologia

1.1 Dados

A caracterização dos cibermeios tem por base os registos da Entidade Reguladora para a Comunicação Social (ERC). Foram utilizadas cinco listagens distintas:

- Operadores de Rádio (OR);
- Operadores de Televisão (OT);
- Publicações Periódicas (PP);
- Serviços de Programas Difundidos Exclusivamente através da Internet (SPDEI);
- Órgãos de Comunicação Social direcionados às Comunidades Portuguesas sem sede em território nacional (CEP);

Estas cinco listagens correspondem a categorias de registo previstas no Decreto Regulamentar nº8/99, de 9 de junho, republicado pelo Decreto Regulamentar nº7/2021, de 6 de dezembro, diploma que fixa o que é registável na ERC e em que categorias. A ERC não define os tipos de meios.

A recolha e seleção dos websites decorreram em 2025. A recolha e análise da presença em plataformas digitais e da propriedade foram realizadas ao longo de 2026. Na observação das redes sociais, procurou-se verificar a existência de atividade até ao final de 2025. As informações sobre as entidades proprietárias foram consultadas no Portal da Transparência da ERC em 2026. De seguida, apresentam-se as datas de atualização de cada registo (Tabela 1):

Registo	Data de atualização
OR	05/05/2025
OT	05/05/2025
PP	02/12/2025
SPDEI	05/05/2025
CEP	03/11/2025

Tabela 1: Datas de atualização dos registos da ERC (2025)
Nota: Para as Publicações Periódicas (PP), foi realizada uma comparação entre a listagem de 05/05/2025 e a de 02/12/2025, a fim de documentar entradas, saídas ou outro tipo de alterações estruturais ao longo deste período. Adotou-se a listagem de maio como base da caracterização.
Fonte: Listagens de registos, ERC, 2025

1.2 Corpus de Análise

O corpus de análise do presente relatório corresponde ao conjunto dos cibermeios que, em cada registo, cumprem os critérios definidos. Foram adotados os seguintes critérios gerais de inclusão:

- Ter website oficial;
- Ter conteúdo atualizado;
- Ter conteúdo noticioso original;
- Ter Estatuto Editorial (ou documento semelhante), com menção ao emprego de jornalistas profissionais e/ou ao cumprimento das normas do Código Deontológico do Jornalista.

A atualização dos conteúdos foi apreciada tendo em conta a periodicidade indicada nas listagens da ERC. Nos meios diários e semanais, consideraram-se sinais de desatualização a ausência de novas publicações durante vários meses ou a interrupção da publicação de notícias face à periodicidade declarada. Para verificar a existência de conteúdo noticioso original, procurou-se identificar produção jornalística do próprio meio, para além da reprodução de conteúdos de outras fontes.

Para as Publicações Periódicas, a seleção processou-se em duas etapas. Numa primeira fase, aplicaram-se critérios específicos de exclusão, a partir das variáveis declaradas no próprio registo. De seguida, verificou-se que publicações cumpriam os critérios gerais. Foram excluídos todos os registos com as seguintes características:

- Ter apenas suporte em papel;
- Definir o tipo de conteúdo como doutrinário ou meramente comercial;
- Ter registo provisório ou suspenso na ERC;
- Ser uma publicação não jornalística (por exemplo, revistas científicas, de entidades de classe, de promoção turística ou de organismos públicos).

Importa mencionar que os critérios de exclusão enumerados acima apenas se aplicam às Publicações Periódicas, porque as variáveis em que se baseiam (suporte de distribuição, tipo de

conteúdo e situação de registo) não constam das listagens dos restantes registos com o mesmo grau de detalhe.

A adoção de critérios próprios decorre da inexistência, nos registos da ERC e na lei portuguesa, de uma distinção clara entre meios jornalísticos e outros órgãos de comunicação social.

O corpus de análise totaliza 746 cibermeios, distribuídos da seguinte forma (Tabela 2):

Registo	Incluídos
OR	101
OT	9
PP	623
SPDEI	13
CEP	0[1]

Tabela 2: Composição do corpus de análise por registo (2025)
[1]: Nenhum dos cibermeios registados na ERC cumpriu os requisitos necessários para serem incluídos no corpus de análise.

1.3 Amostragem

As secções "Influência" e "Poder" do relatório exigem uma análise mais aprofundada de cada cibermeio. Uma vez que a realização deste processo é inviável na totalidade do corpus de análise (devido à sua extensão), foi necessário selecionar uma amostra probabilística estratificada. Definiu-se n = 150, o que corresponde a cerca de 20% do corpus.

O processo de amostragem foi desenhado tendo em conta dois fatores principais:

- Forte desequilíbrio entre registos: as PP representam a grande maioria dos cibermeios do corpus de análise, ao passo que as OT e os SPDEI são residuais;
- Heterogeneidade interna: notório sobretudo nas PP (que se distribuem por âmbito, suporte, conteúdo e periodicidade) e nas OR.

Assim, optou-se pela realização de uma amostragem probabilística estratificada, tendo-se tomado o tipo de registo como variável primária. A repartição das amostras pelos estratos foi feita com recurso à afetação com censo dos estratos pequenos, tendo-se incluído a totalidade das OT (n = 9) e SPDEI (n = 13) e repartido o remanescente de forma proporcional entre as OR (n = 18) e as PP (n = 110). A amostra não é, por isso, autoponderada: os dois estratos residuais

estão intencionalmente sobre-representados, permitindo analisá-los na íntegra, mas impede que as proporções observadas na amostra sejam lidas diretamente como proporções do corpus.

A amostra referente às PP e OR foi estratificada por afetação proporcional. No primeiro caso, consideraram-se as variáveis de âmbito, conteúdo e suporte; no segundo, apenas as variáveis cobertura e conteúdo. Dado que as rádios são fortemente dominadas pelo tipo Generalista Local, incluíram-se ainda por censo as 4 rádios de cobertura não local (2 Nacionais e 2 Internacionais).

Tipo de meio	Corpus (N)	Amostra (n)	% da amostra	Método de seleção
OR	101	18	12%	Estratificado + Censo
OT	9	9	6%	Censo
PP	623	110	73,3%	Estratificado
SPDEI	13	13	8,7%	Censo
Total	746	150	100%	

Tabela 3: Afetação final da amostra por tipo de meio (n = 150)

Âmbito	Conteúdo	Suporte	Corpus (N=623)	Amostra (n=110)
Nacional	Geral	Online	58	10
Nacional	Geral	Papel/Online	14	3
Nacional	Especializada	Online	157	28
Nacional	Especializada	Papel/Online	63	11
Regional	Geral	Online	153	27
Regional	Geral	Papel/Online	146	26
Regional	Especializada	Online	23	4
Regional	Especializada	Papel/Online	5	1
Comunidades Portuguesas no Estrangeiro	Geral	Online	1	0
Comunidades Portuguesas no Estrangeiro	Geral	Papel/Online	1	0
Comunidades Portuguesas no Estrangeiro	Especializada	Online	1	0
Comunidades Portuguesas no Estrangeiro	Especializada	Papel/Online	1	0

Tabela 4: Repartição da amostra das PP pelos estratos

Conteúdo	Cobertura	Corpus (N=101)	Amostra (n=18)
Generalista	Local	84	12
Generalista	Nacional	1	1
Generalista	Internacional	2	2
Temático	Local	12	2
Temático	Nacional	1	1
Outro	Local	1	0

Tabela 5: Repartição da amostra das OR pelos estratos

Dentro de cada estrato, as unidades foram selecionadas por sorteio aleatório sobre o número de registo da ERC. Foi também prevista uma lista de substituição, a utilizar nos casos em que um cibermeio utilizado deixasse de estar acessível durante o período de observação. Apenas foi necessário substituir um cibermeio (Cávado Jornal), por corresponder a um meio que, entretanto, deixou de ter presença online.

1.4 Seleção de publicações, projetos e eventos

A pesquisa de publicações, projetos e eventos decorreu entre 1 de setembro e 30 de outubro de 2026, tendo como referência as publicações relativas a 2025, segundo os critérios temporais adiante explicitados, e as iniciativas desenvolvidas nesse ano**.** A revisão final das referências bibliográficas foi realizada em novembro de 2026, após o período de pesquisa. As datas de consulta indicadas nas referências correspondem à consulta ou reconfirmação das respetivas fontes, podendo, por esse motivo, ser posteriores ao período de levantamento.

O levantamento procurou identificar contributos para o conhecimento do ciberjornalismo em Portugal, considerando a sua relação com os meios, os profissionais, as práticas jornalísticas e os públicos.

A identificação dos elementos a incluir recorreu ao Google Académico, às páginas de revistas científicas, editoras e repositórios institucionais, bem como aos espaços de divulgação de investigação de unidades como o LabCom, o CITCEM e o Centro de Estudos de Comunicação e Sociedade (CECS), da Universidade do Minho. Foram também consultadas páginas institucionais de congressos, projetos e outras iniciativas, incluindo programas e materiais de apresentação das respetivas atividades. A pesquisa não se restringiu a revistas indexadas na Scopus nem a publicações portuguesas ou ibéricas. O critério de pertinência incidiu sobre o objeto dos trabalhos e a sua relação com o ciberjornalismo português, independentemente da nacionalidade dos autores ou da localização da publicação. Os trabalhos centrados em Portugal e os estudos comparativos que incluíssem o caso português constituíram o núcleo da seleção. Foram também considerados contributos de enquadramento pela sua relação com questões concretas abordadas no relatório, distinguindo-se o seu alcance internacional dos resultados relativos a Portugal.

Na produção científica, adotou-se como critério temporal a publicação em 2025. A inclusão depende, portanto, do ano em que o trabalho foi publicado, e não do período a que os seus dados se referem. Reconhece-se que os trabalhos selecionados podem apresentar dados recolhidos anteriormente ou analisar períodos que abrangem vários anos, em função da duração e dos objetivos de cada investigação. Essa distância temporal não constitui motivo de exclusão: o relatório reúne contributos publicados em 2025, sem os tratar como um retrato exclusivamente assente em observações realizadas nesse ano. Distingue-se, sempre que essa informação está disponível, o momento da publicação do período de observação. Nos artigos em revistas científicas, considerou-se o ano do volume ou número em que foram publicados, incluindo os trabalhos disponibilizados antecipadamente online em anos anteriores.

A produção científica foi organizada em livros, teses, relatórios, capítulos de livros e artigos em revistas científicas. Os projetos e os eventos constituem secções próprias, com critérios temporais adequados à sua natureza. Nos projetos e iniciativas, considerou-se o lançamento, a divulgação ou a atividade em 2025; nos eventos, a realização nesse ano. A pertinência destas iniciativas foi apreciada pela sua relação com a produção, distribuição, sustentabilidade, estudo ou utilização da informação jornalística digital em Portugal. A localização de um evento ou a participação de investigadores portugueses não constituíram, por si só, critérios suficientes de inclusão.

O levantamento identificou mais elementos do que os apresentados no relatório. A seleção ponderou a relação com o ciberjornalismo português, o contributo específico de cada entrada e a complementaridade entre os assuntos abordados. Procurou-se reduzir a repetição de conteúdos sem excluir trabalhos que, incidindo sobre um mesmo tema, acrescentassem perspetivas, objetos ou resultados distintos. A identificação do mesmo trabalho em diferentes fontes não deu origem a entradas adicionais. A apresentação de uma obra coletiva e de um capítulo nela integrado corresponde a unidades distintas, procurando-se evitar a repetição das respetivas sínteses. Trata-se, assim, de uma seleção fundamentada, sem pretensão de inventariar toda a produção e todas as iniciativas existentes.

A pesquisa foi complementada pelo conhecimento prévio da área por parte da equipa, incluindo trabalhos próprios e eventos acompanhados no exercício da sua atividade académica. Estes elementos foram considerados segundo os mesmos critérios de pertinência temática e temporal aplicados às restantes entradas.

A verificação dos elementos selecionados privilegiou as fontes originais e institucionais, procurando confirmar a autoria, o título, a data e os dados de publicação, bem como os objetivos e as atividades dos projetos e eventos. Privilegiou-se a consulta integral das obras quando disponíveis em acesso aberto. Nos casos em que não foi possível consultar a totalidade do documento, as sínteses ficaram circunscritas à informação confirmada nos resumos e nas apresentações editoriais ou institucionais disponíveis.

Dentro de cada categoria de publicações, a apresentação segue uma sequência temática, atendendo à proximidade dos trabalhos ao objeto do relatório e à articulação entre os assuntos abordados. Não se adotou uma ordenação cronológica nem, no caso dos artigos, um agrupamento por revista.

Os projetos foram ordenados pela proximidade à atividade jornalística digital em Portugal, seguindo-se as iniciativas de apoio, capacitação e literacia. Os eventos foram apresentados por ordem cronológica de realização, considerando-se a data da primeira sessão

nos ciclos de conferências. Os Prémios de Ciberjornalismo foram apresentados numa entrada autónoma, embora integrados nas IX Jornadas ObCiber. Esta opção, também adotada no relatório anterior, distingue o reconhecimento de trabalhos e projetos jornalísticos digitais da apresentação e discussão de investigação em encontros científicos.

As entradas apresentam sínteses de extensão variável, privilegiando os objetivos, procedimentos e resultados mais pertinentes para o âmbito do relatório. O grau de desenvolvimento foi ajustado ao volume de informação relevante e à necessidade de concisão, evitando repetir conteúdos já apresentados noutras entradas. Nos projetos, a descrição dos objetivos e das atividades anunciadas não equivale à avaliação dos seus resultados. Nos eventos de âmbito mais amplo, a apresentação privilegia as sessões e comunicações relacionadas com o ciberjornalismo português, sem procurar resumir integralmente os programas. A seleção, a posição e a extensão das entradas não constituem uma classificação da sua qualidade científica ou importância.

1.5 Limitações

Os resultados aqui apresentados estão condicionados pelas fontes utilizadas, pelo desenho da amostra, pelos conceitos adotados e pelo alcance da seleção de publicações, projetos e eventos.

Quanto às fontes, a caracterização assenta em registos administrativos cujas variáveis são declaradas pelos próprios meios no momento de inscrição e nem sempre atualizadas. Um dos casos mais evidentes é o da periodicidade, que não permite distinguir publicações de atualização contínua daquelas que publicam uma vez por dia, mas o problema estende-se a outras variáveis. A isto acresce também o facto de as cinco listagens terem sido extraídas em momentos diferentes, pelo que o corpus não corresponde a um corte sincrónico único.

A recolha da presença digital e da propriedade em 2026 introduz uma limitação temporal adicional. Embora se tenha procurado verificar a atividade nas redes sociais até ao final de 2025, a observação posterior não permite reconstituir integralmente a presença dos meios nesse ano. O Portal da Transparência da ERC é atualizado continuamente, pelo que os dados de propriedade consultados podem incorporar alterações posteriores a 2025.

Quanto à amostra, a inclusão por censo de dois registos residuais torna a televisão e os SPDEI intencionalmente sobre-representados face ao seu peso no corpus. Os resultados das dimensões “Influência” e “Poder” devem, por isso, ser lidos por tipo de meio. Qualquer agregação para o conjunto do corpus exige ponderação pelo inverso da probabilidade de seleção

de cada estrato. Pela mesma razão, as proporções não ponderadas observadas na amostra não devem ser extrapoladas diretamente para os 746 cibermeios do corpus. A distribuição dos meios por entidades proprietárias registadas também não permite, por si só, determinar a concentração por grupo económico.

Quanto aos conceitos, a definição operacional de cibermeio que foi adotada neste relatório foi construída pelos próprios autores, pelas razões expostas na metodologia, e não coincide necessariamente com as que orientam outros estudos. Isso limita a comparabilidade externa dos resultados e recomenda que as taxas de inclusão aqui apresentadas sejam lidas como consequência de um critério explícito, não como uma medida direta da dimensão do setor.

Quanto à seleção documental, o levantamento não constitui uma revisão sistemática nem um inventário exaustivo da produção e das iniciativas relativas a 2025. A pesquisa realizada em 2026 esteve condicionada pela disponibilidade dos documentos e pela permanência das páginas consultadas. O acesso desigual às obras limitou o aprofundamento de algumas sínteses: embora se tenha privilegiado a leitura integral dos documentos disponíveis em acesso aberto, em determinados casos apenas foi possível consultar resumos ou apresentações editoriais e institucionais.

A seleção temática e a procura de complementaridade entre as entradas também delimitam a leitura do conjunto. O número de publicações, projetos ou eventos apresentados não permite medir o volume total da produção existente, estabelecer a importância relativa dos temas no setor ou comparar a produtividade de instituições e autores.

2. Caracterização dos cibermeios

Para caracterizar o ciberjornalismo praticado em Portugal, é necessário delimitar que entidades constituem, efetivamente, meios de comunicação informativos. Entende-se por meio de comunicação informativa aquele que visa predominantemente a difusão de informações ou notícias, estando obrigado a adotar um estatuto editorial que assegure o respeito pelos princípios deontológicos e pela ética profissional dos jornalistas (PORTUGAL 1999b). O conceito não difere no contexto digital, já que o suporte de difusão não determina a qualificação de uma entidade como órgão de comunicação social (ERC 2016).

Nem todos os órgãos registados junto da ERC correspondem a esta categorização. A par de projetos noticiosos, as listagens integram publicações doutrinárias, comerciais, científicas, de entidades de classe ou de promoção institucional que, não obstante a sua presença em linha, não desenvolvem uma atividade jornalística no sentido restrito. A isto acresce ainda a existência de uma porção de projetos que subsistem em termos meramente administrativos, apresentando conteúdos desatualizados, páginas inativas ou descontinuadas.

Da aplicação dos critérios mencionados anteriormente, resultou um total de 746 meios, correspondente a 32,1% do total de registos (Gráfico 1). O facto de mais de dois terços dos registos não reunirem condições suficientes para serem considerados meios jornalísticos, evidencia a grande distância entre o universo formalmente registado e o conjunto de meios que, de facto, exercem uma atividade noticiosa original, continuada e em conformidade com os princípios deontológicos do jornalismo.

No levantamento relativo a 2024, os meios incluídos correspondiam a 36,1% dos registos consultados; no levantamento relativo a 2025, essa proporção é de 32,1%. A diferença descreve os resultados dos dois processos de seleção, não permitindo, por si só, concluir que houve uma contração da atividade jornalística.

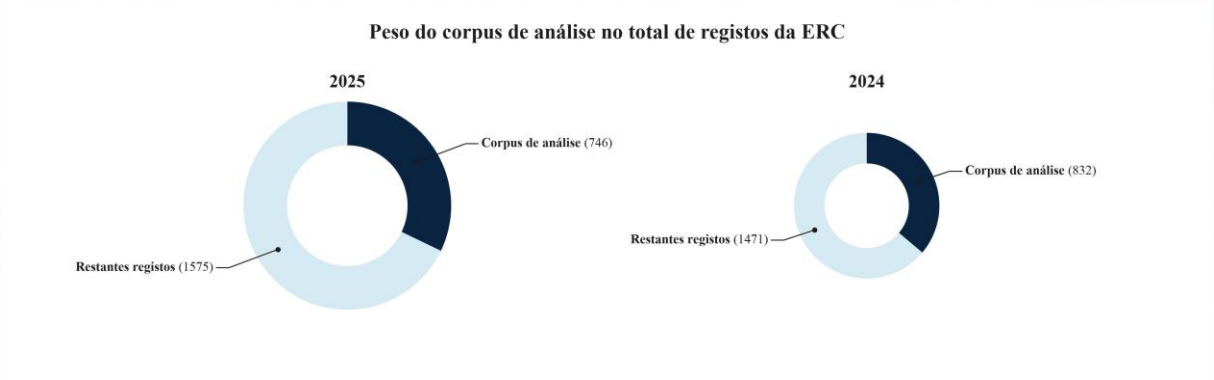


Gráfico 1: Proporção do corpus de análise face ao total de registos da ERC (Comparação entre 2024 e 2025)
Fonte: Listagens de registos, ERC, 2024-2025

O corpus de análise é constituído por quatro tipos diferentes de meios: Operadores de Televisão (OT), Operadores de Rádio (OR), Publicações Periódicas (PP) e os Serviços de Programas Difundidos Exclusivamente através da Internet (SPDEI) (Gráfico 2). A predominância das Publicações Periódicas é a característica mais marcante da sua composição, com 623 cibermeios, contrapondo com a presença residual de Operadores de televisão (9) e SPDEI (13). A constituição manteve-se semelhante à do ano anterior, assim como a hierarquia entre os quatro tipos de meios, sendo a variação mais visível a diminuição do número de SPDEI - que passaram de 27 para 13 registos.

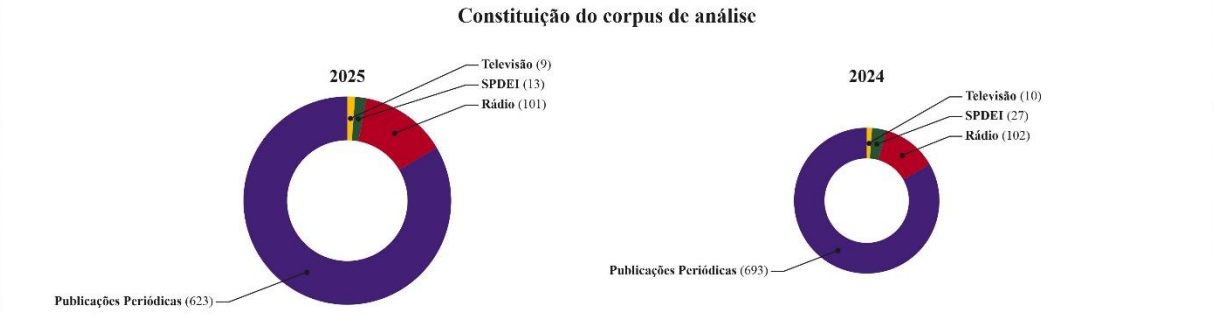


Gráfico 2: Constituição do Corpus de Análise (Comparação entre 2024 e 2025)
Fonte: Listagens de registos, ERC, 2024-2025

Importa notar que esta repartição assenta numa classificação por suporte, critério que, como se referiu, não determina a qualificação de uma entidade como um órgão de comunicação social informativo (ERC 2016). Todos os meios do corpus partilham, independentemente do suporte, os critérios determinantes que levaram à sua inclusão, designadamente a produção de conteúdo noticioso, o controlo editorial e o respeito pelos padrões profissionais, pelo que a leitura por tipo de meio é sobretudo descritiva da herança dos meios tradicionais.

2.1 Influência: panorama geral da presença em plataformas digitais

A Internet permitiu que os meios de comunicação social pudessem chegar a virtualmente qualquer pessoa do mundo, sem os constrangimentos de distribuição que condicionam os suportes tradicionais. Esta abertura traduziu-se na expansão da atividade digital dos meios já existentes e no surgimento de projetos nativos digitais, sem herança de um suporte anterior.

A remoção dos limites de distribuição não significa, porém, que o alcance destes meios esteja garantido. Com uma taxa de penetração da internet de 89% (Cardoso, Paisana e Pinto-Martinho 2025), o acesso deixou de ser o principal fator limitativo e o constrangimento deslocou-se para a atenção. O público distribui-se por uma série de plataformas cujas regras de visibilidade não são definidas pelos meios (redes sociais, agregadores de notícias, plataformas de streaming, entre outros). A capacidade de influência de um cibermeio depende, por isso, da sua capacidade de estar presente nos locais onde a audiência já se encontra.

É neste sentido que a dimensão "influência" é aqui operacionalizada. Não como medida de audiência, que exigiria dados de tráfego ou de consumo indisponíveis para a grande maioria dos meios do corpus, mas como mapeamento das plataformas de terceiros em que cada cibermeio marca presença. Trata-se então de um indicador de disponibilidade e de diversificação de canais (condição necessária, mas não suficiente da influência), e não de uma medida do público efetivamente alcançado.

Esta secção dedica-se à análise da presença dos cibermeios nacionais em redes sociais (Facebook, Instagram, Twitter, Youtube, Tiktok, Telegram, Linkedin, Whatsapp e Threads), apps móveis, plataformas de streaming e agregadores de notícias.

Entende-se por streaming a disponibilização de emissão em direto ou de conteúdo audiovisual em fluxo contínuo fora do website do próprio cibermeio, seja em plataformas próprias ou em plataformas de terceiros. Não foram contabilizados os casos em que a emissão funciona dentro do website do meio, por não constituírem presença numa plataforma autónoma de distribuição.

Por agregador de notícias entende-se um serviço que reúna e organize conteúdos noticiosos de múltiplas fontes, remetendo o utilizador para o meio de origem. A verificação foi feita por pesquisa no Google Notícias, por ser o agregador com maior utilização em Portugal

(Cardoso, Paisana e Pinto-Martinho 2025), considerando-se presente o cibermeio cujos conteúdos aí se encontram indexados.

No conjunto da amostra, a presença em plataformas digitais é muito desigual entre as quatro categorias de plataformas analisadas (Gráfico 3). As redes sociais são quase universais (92,7%), seguidas a considerável distância pelos agregadores (45,3%), pelo streaming (24,7%) e pelas aplicações móveis (15,3%). Apenas 7 cibermeios estão presentes em todas as categorias e 11 (todos publicações periódicas) não registam presença em nenhuma delas, limitando-se ao website próprio. O caso mais frequente é a presença em duas categorias (61 meios), seguindo-se os 48 que só estão presentes numa categoria (todos estão apenas nas redes sociais) e os 23 meios que estão presentes em 3.

A leitura por tipo de meio parece mostrar que a diversificação acompanha a natureza do conteúdo. As televisões (com uma média de 2,9 categorias por meio), as rádios (2,7) e os SPDEI (2,5) apresentam perfis semelhantes, com uma forte presença em redes sociais e streaming, enquanto as publicações periódicas têm uma média de 1,5 (resultado da ausência total de streaming), coerente com a natureza textual da maioria das publicações.

A hierarquia inverte-se nos agregadores de notícias, onde as televisões (88,9%) e as publicações periódicas (47,3%) se distanciam das rádios (33,3%) e dos SPDEI (15,4%), cujo conteúdo é sobretudo sonoro e, por isso, menos indexável neste tipo de serviço.

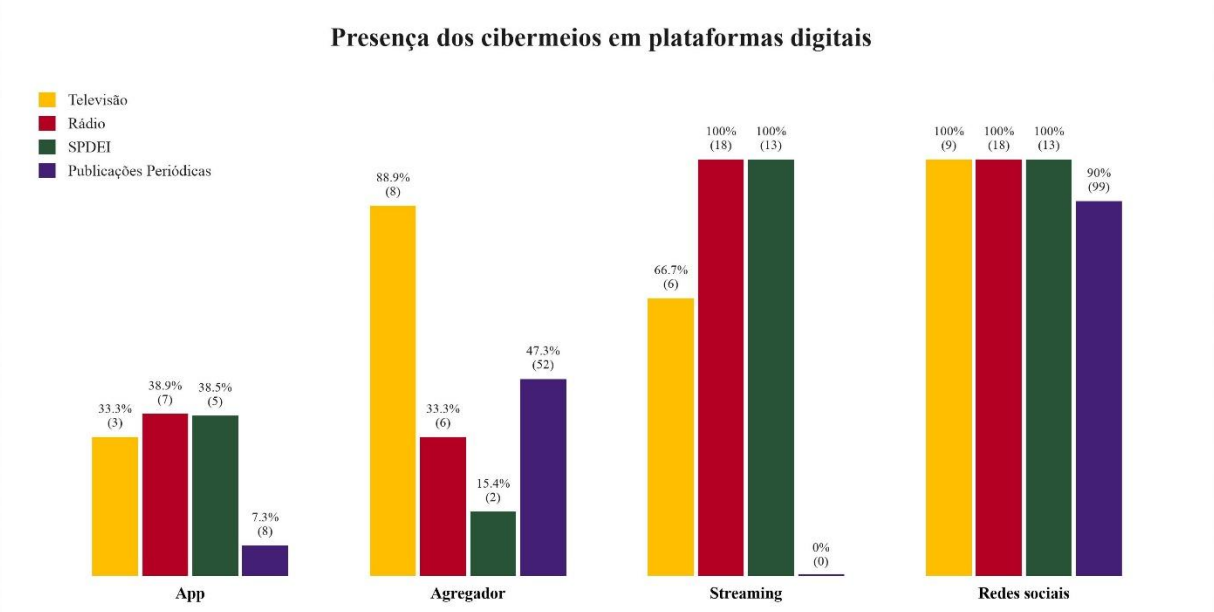


Gráfico 3: Presença dos cibermeios em plataformas digitais, por tipo de meio (2025)
Fonte: Produção própria

Além de websites próprios onde é publicado conteúdo noticioso, as redes sociais são as plataformas mais usadas pelos cibermeios. Desempenham um papel central na sua estratégia, servindo como canais de distribuição de conteúdo e como espaços de interação com o público.

O Facebook e o Instagram formam o par dominante (91,3% e 84%, respetivamente), coexistindo em 124 dos 150 meios analisados (Gráfico 4). O YouTube (62,7%) e o Twitter/X (50,7%), embora bastante frequentes, não acompanham a adoção das duas primeiras plataformas. Outras redes, como o TikTok (23,3%), o Linkedin (22,7%) e o Threads (18,7%) não são tão adotadas pelos cibermeios. No entanto, plataformas como o WhatsApp (6,7%) e o Telegram (2,7%) continuam bastante residuais.

Em média, cada cibermeio está presente em 3,6 redes sociais, com uma mediana de 4. A distribuição é, contudo, assimétrica. Os canais televisivos destacam-se com uma média de 6 redes por meio, contra 3,9 das rádios, 3,5 nos SPDEI e 3,4 nas publicações periódicas.

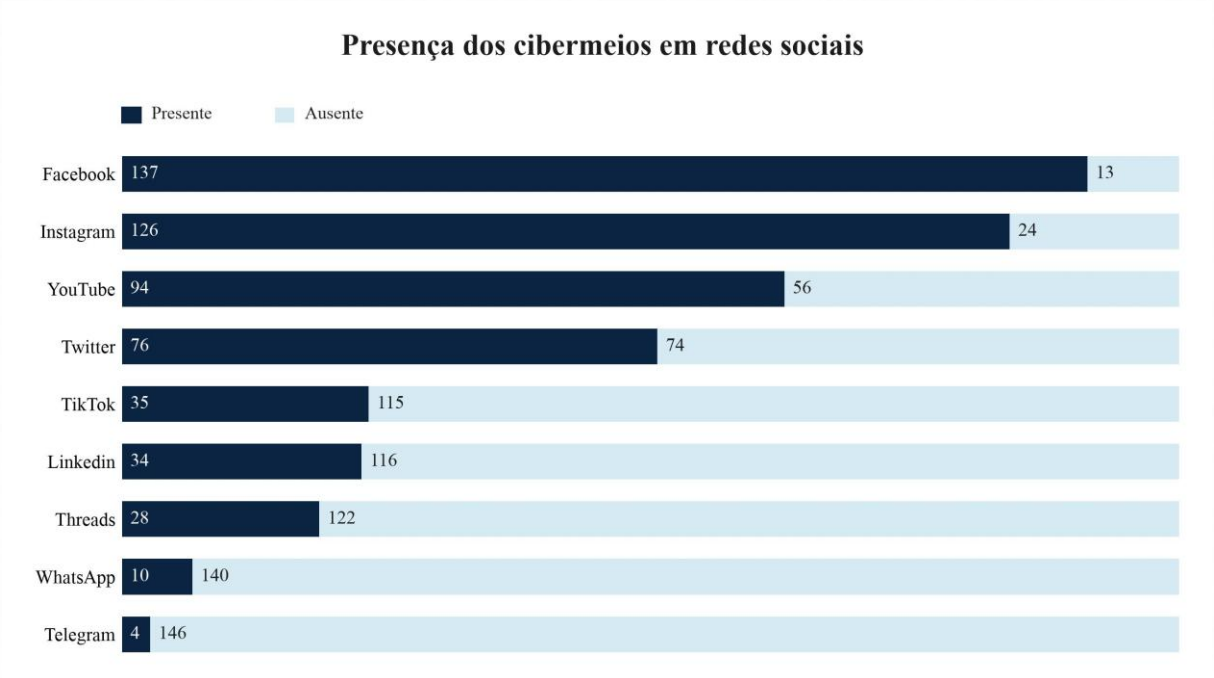


Gráfico 4: Presença dos cibermeios em redes sociais (2025)
Fonte: Produção própria

A presença dos cibermeios nas diferentes plataformas mostra diferenças nos canais utilizados para distribuir notícias. As redes sociais são as mais adotadas, seguindo-se os agregadores de notícias e as plataformas de streaming. Estes resultados descrevem as opções de distribuição dos meios, sem permitirem determinar como os públicos acedem aos conteúdos.

Em contrapartida, as aplicações móveis e as redes WhatsApp e Telegram têm uma presença mais residual: apenas cerca de 15% dos cibermeios da amostra têm aplicações móveis

e menos de 10% recorrem ao WhatsApp ou ao Telegram. A menor adoção destes canais não permite, por si só, identificar as razões dessa diferença.

Para aprofundar esta leitura, seria necessário analisar o comportamento efetivo das audiências destes meios, que não foi medido. Os dados permitem identificar uma presença frequente em plataformas externas aos websites próprios, mas não avaliar o alcance efetivo dos conteúdos ou o investimento associado à sua distribuição. As secções seguintes detalham estes padrões por tipo de meio.

2.2 Poder: panorama geral da propriedade e estrutura económica

A dimensão do "poder" remete para as estruturas que sustentam os cibermeios portugueses. A análise foi feita a partir das informações disponibilizadas pelo Portal de Transparência da ERC: identificação da entidade proprietária, a sua natureza jurídica, a atividade principal declarada e o capital social. Estas variáveis permitem descrever a base jurídica e económica a partir da qual cada meio opera e observar em que medida a propriedade se concentra, ainda que não meçam o poder editorial ou a capacidade de influenciar a agenda pública.

Aos 150 cibermeios da amostra correspondem 137 entidades proprietárias distintas, o que não mostra uma grande concentração de propriedade. Apenas 8 entidades detêm mais do que um meio e, no conjunto, controlam 21 cibermeios. A exceção evidente é a Rádio e Televisão de Portugal, S.A., que detém 3 canais televisivos e 3 serviços radiofónicos, sendo juntamente com a Editave Multimédia, Lda., o único caso em que a mesma entidade atravessa dois tipos de meio diferentes.

Este resultado deve, no entanto, ser lido com duas reservas: como a contagem é feita por entidade registada, sociedades distintas do mesmo grupo económico (como a TVI - Televisão Independente, S.A. e a Media Capital - Digital, S.A.) aparecem separadas; e a amostra, não sendo autoponderada, não permite extrapolar o grau de concentração para o universo dos 746 cibermeios incluídos.

A natureza jurídica das entidades proprietárias confirma o predomínio de estruturas empresariais de pequena dimensão (Gráfico 5). As sociedades por quotas, incluindo as unipessoais, representam 41,6% dos casos, enquanto as sociedades anónimas ficam nos 9,5% e se concentram nos canais televisivos e nas publicações periódicas. O segundo lugar é ocupado por pessoas singulares (27,7%), que detêm essencialmente publicações periódicas e SPDEI. As

entidades sem fins lucrativos somam 15,3% e, em 8 casos, não foi possível identificar a natureza jurídica das entidades proprietárias.

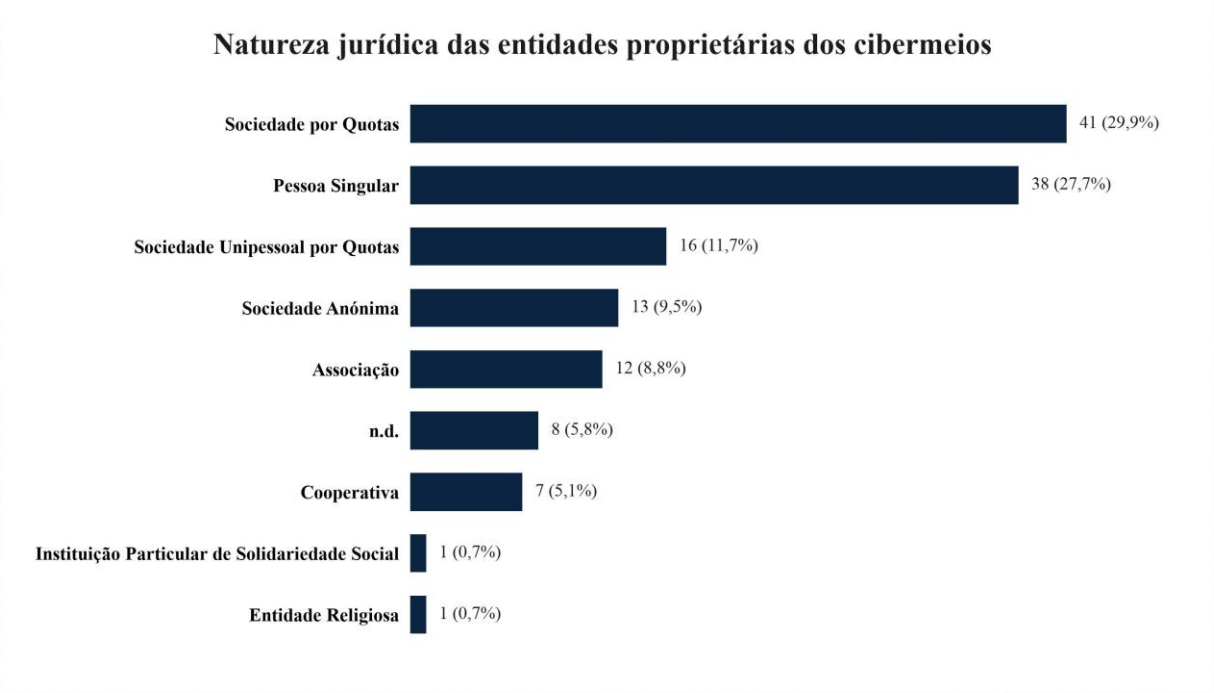


Gráfico 5: Natureza jurídica das entidades proprietárias dos cibermeios (2025)
Fonte: Produção própria

A atividade principal declarada pela entidade proprietária é a comunicação social em 56,2% dos casos, em 15,3% é outra e nos restantes não foi possível apurá-la (sobretudo nos registos titulados por pessoas singulares). O facto de alguns destes meios serem detidos por entidades cuja atividade principal é alheia à comunicação sinaliza a existência de projetos noticiosos acessórios de outras atividades económicas ou institucionais. Nestes casos, a fronteira entre o conteúdo editorial e a comunicação institucional/promocional pode ser estruturalmente mais difícil de assegurar, e é aí que uma supervisão de uma entidade como a ERC pode ser bastante útil.

O capital social é a única variável desta dimensão com leitura quantitativa direta, mas está disponível apenas para 87 entidades da amostra: 76 delas têm um valor positivo registado, 11 têm capital nulo e em 50 não é aplicável ou não foi possível apurar o valor. Esta falta de informação corresponde essencialmente aos registos titulados por pessoas particulares, que não têm capital social e aos casos de natureza jurídica não apurada. Os valores nulos pertencem às associações, cooperativas e outras entidades sem fins lucrativos. Com uma única exceção, todas as sociedades comerciais da amostra têm capital registado.

Entre os meios com capital declarado (incluindo os valores nulos), a mediana situa-se nos 10.000€, com o primeiro quartil nos 2.750€ e o terceiro nos 113.347€. Representada em escala logarítmica, a distribuição separa quatro perfis distintos (Gráfico 6). A televisão destaca-se com uma mediana de 13,1 milhões de euros, três ordens de grandeza acima das rádios (10.450€) e das publicações periódicas (9.238€), cujos valores são praticamente indistinguíveis entre si. Os SPDEI ficam isolados no extremo oposto, com uma mediana de 50€.

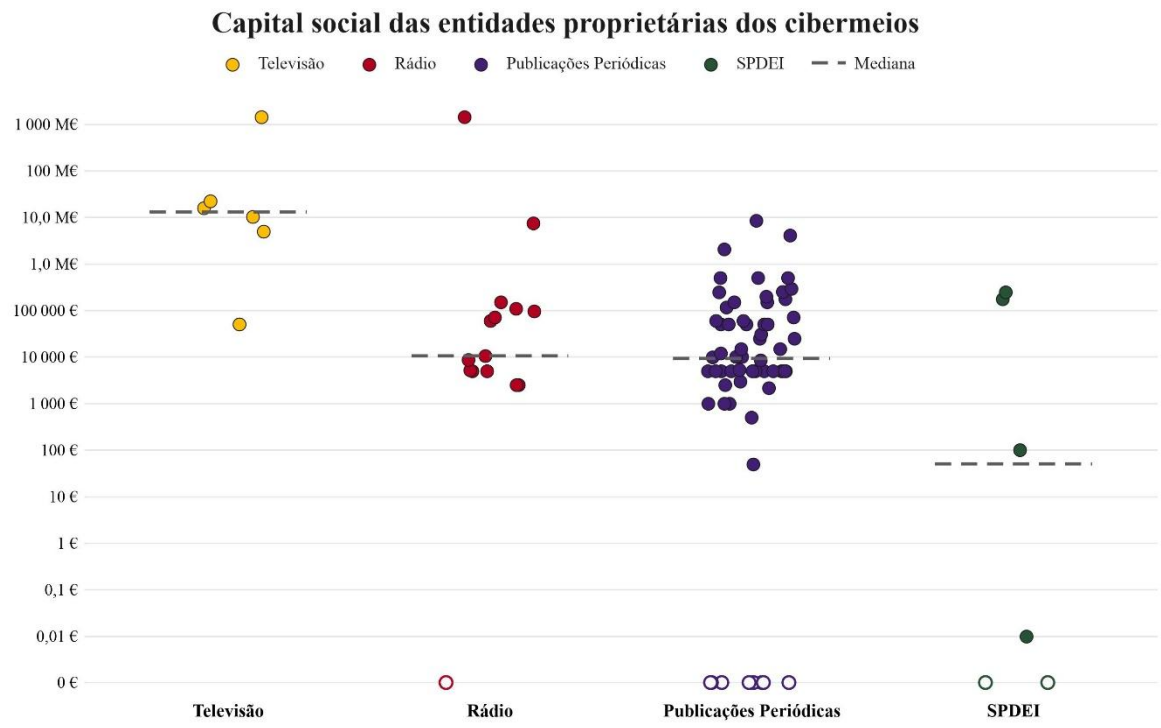


Gráfico 6: Capital social das entidades proprietárias dos cibermeios, por tipo de meio (2025)
Nota: Os círculos sem preenchimento representam entidades com capital social nulo e são apresentados numa linha própria, assinalada "0 €", fora da escala logarítmica utilizada para os valores positivos.
Cada entidade é representada no grupo correspondente a cada tipo de meio que detém, pelo que o gráfico apresenta 89 círculos para 87 entidades: a Rádio e Televisão de Portugal, S.A. e a Editave Multimédia, Lda. surgem repetidas, uma vez que detêm meios de diferentes tipos.
Fonte: Produção própria

Cruzando as duas dimensões, a amostra apresenta uma presença frequente em redes sociais e uma distribuição dos 150 cibermeios por 137 entidades proprietárias distintas. Esta distribuição refere-se à titularidade registada, não permitindo avaliar a concentração por grupo económico.

2.3 Televisão

Os operadores de televisão constituem apenas 1,2% do corpus de análise (9 cibermeios), refletindo em simultâneo o número reduzido de operadores de serviços noticiosos disponíveis e a forte concentração de propriedade que caracteriza este setor em Portugal. Mas apesar da reduzida expressão, a televisão é a principal fonte de notícias para grande parte da população (Cardoso, Paisana e Pinto-Martinho 2025).

A reduzida expressão da televisão no corpus resulta de uma taxa de inclusão bastante baixa: dos 70 serviços de programas televisivos das listagens, apenas 9 reúnem as condições necessárias. Em relação ao ano anterior, que contou com 10 canais, apenas a CMTV foi excluída. Apesar do peso que tem no panorama da informação português, o canal não dispõe de uma presença online autónoma, uma vez que os seus conteúdos estão integrados no website do Correio da Manhã, já contabilizado no corpus como publicação periódica.

Quanto ao âmbito de cobertura (Gráfico 7), predominam os canais de âmbito nacional (7), apenas com a RTP Madeira e RTP Açores com âmbito regional. Em relação aos registos de 2024, não se verificou qualquer tipo de alteração.

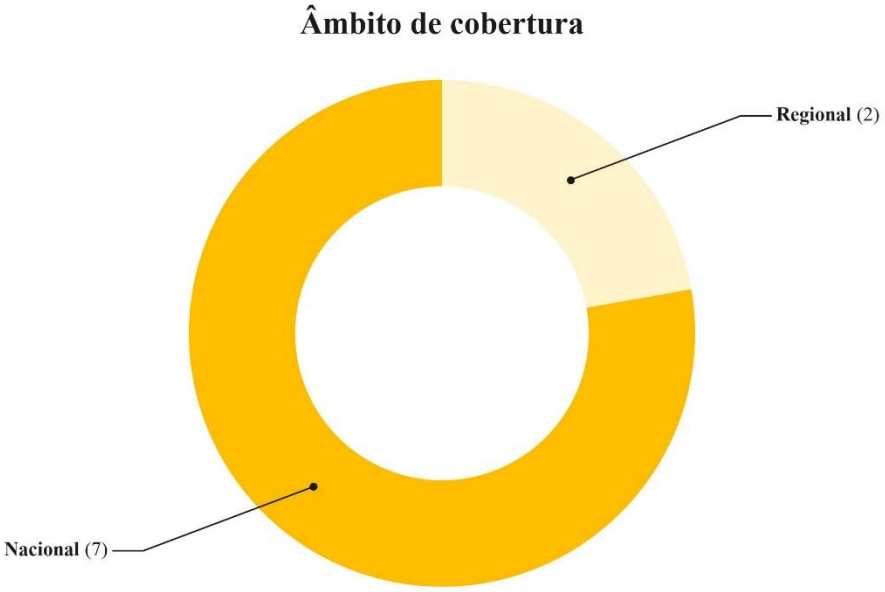


Gráfico 7: Âmbito de cobertura dos canais televisivos (2025)
Fonte: Listagens de registos, ERC, 2025

Também no que diz respeito ao tipo de programação (Gráfico 8), a situação permaneceu inalterada. A oferta divide-se sobretudo entre canais generalistas (5) e temáticos de informação (3). A AzoresTV, o único canal cujo enfoque temático não é informativo, tem como principal objetivo promover conteúdos relacionados com a Região Autónoma dos Açores.

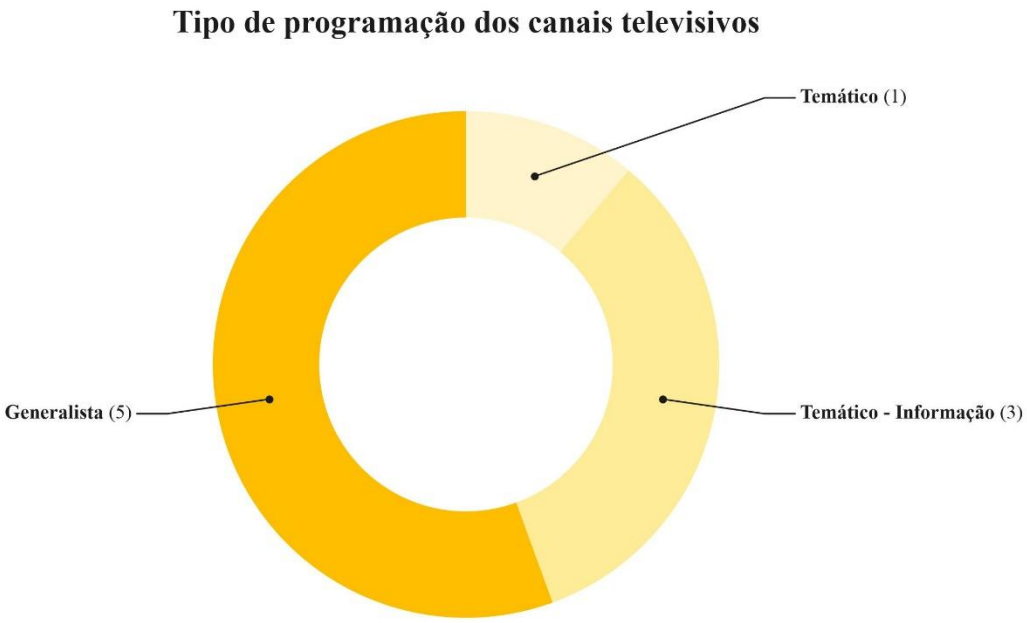


Gráfico 8: Tipo de programação dos canais televisivos (2025)
Fonte: Listagens de registos, ERC, 2025

Em relação ao tipo de acesso, é possível observar um certo equilíbrio entre canais de livre acesso (via TDT) e canais por assinatura (Gráfico 9). De uma forma geral, os canais generalistas tendem a ter acesso livre - RTP1, TVI, RTP Madeira e RTP Açores -, apenas com a exceção do Porto Canal. Por sua vez, os canais temáticos exigem todos assinatura.

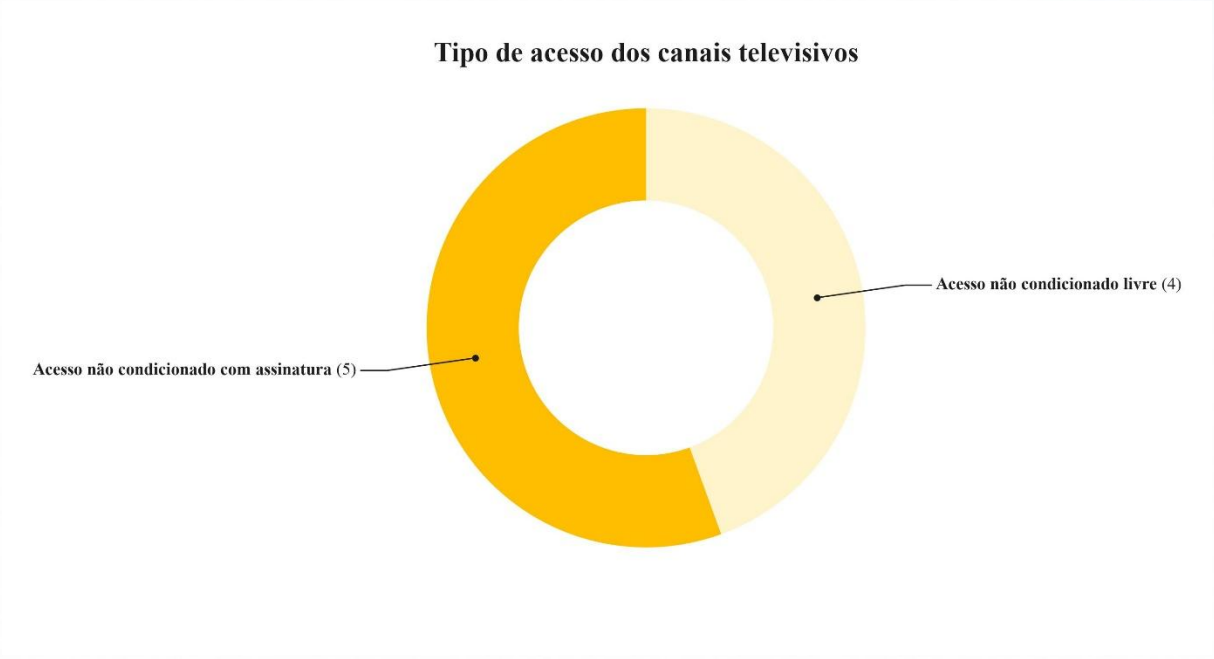


Gráfico 9: Tipo de acesso dos canais televisivos (2025)
Fonte: Listagens de registos, ERC, 2025

2.3.1 Influência

Os nove canais televisivos analisados distribuem a sua presença digital por diferentes tipos de plataformas. Todos estão presentes em redes sociais, oito em agregadores de notícias e seis em plataformas de streaming. As aplicações móveis são menos frequentes: apenas a SIC Notícias, a CNN Portugal e a RTP dispõem de uma app dedicada (Gráfico 10).

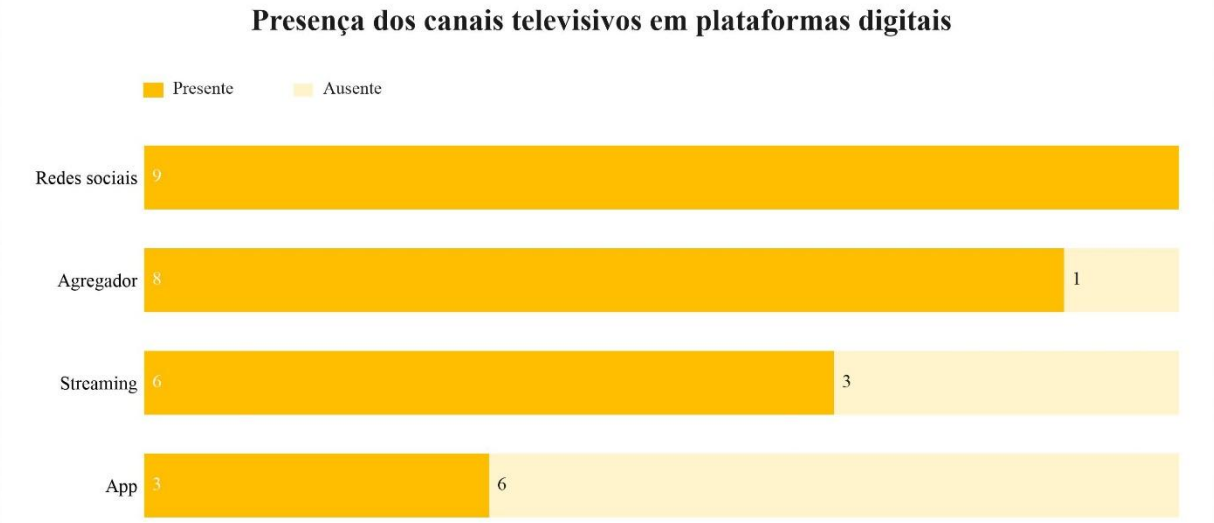


Gráfico 10: Presença dos canais televisivos em plataformas digitais (2025)
Fonte: Produção própria

Os dados da presença em redes sociais (Gráfico 11) mostram diferenças na adoção das plataformas: o Facebook, o Instagram e o Twitter contam com a presença dos 9 meios de comunicação, enquanto o YouTube, o TikTok, o Linkedin e o Threads são utilizados por mais de metade dos canais televisivos.

O Telegram tem uma presença residual entre os canais televisivos analisados, sendo utilizado apenas pela SIC Notícias. O WhatsApp é utilizado pela CNN Portugal e pela RTP1. Embora o número de canais identificados nesta última plataforma seja inferior ao do levantamento relativo a 2024, a diferença deve ser lida tendo em conta a alteração do conjunto analisado, que passou de dez para nove canais. Sem uma verificação individual dos meios presentes nos dois levantamentos, não é possível atribuir toda essa diferença ao abandono da plataforma.

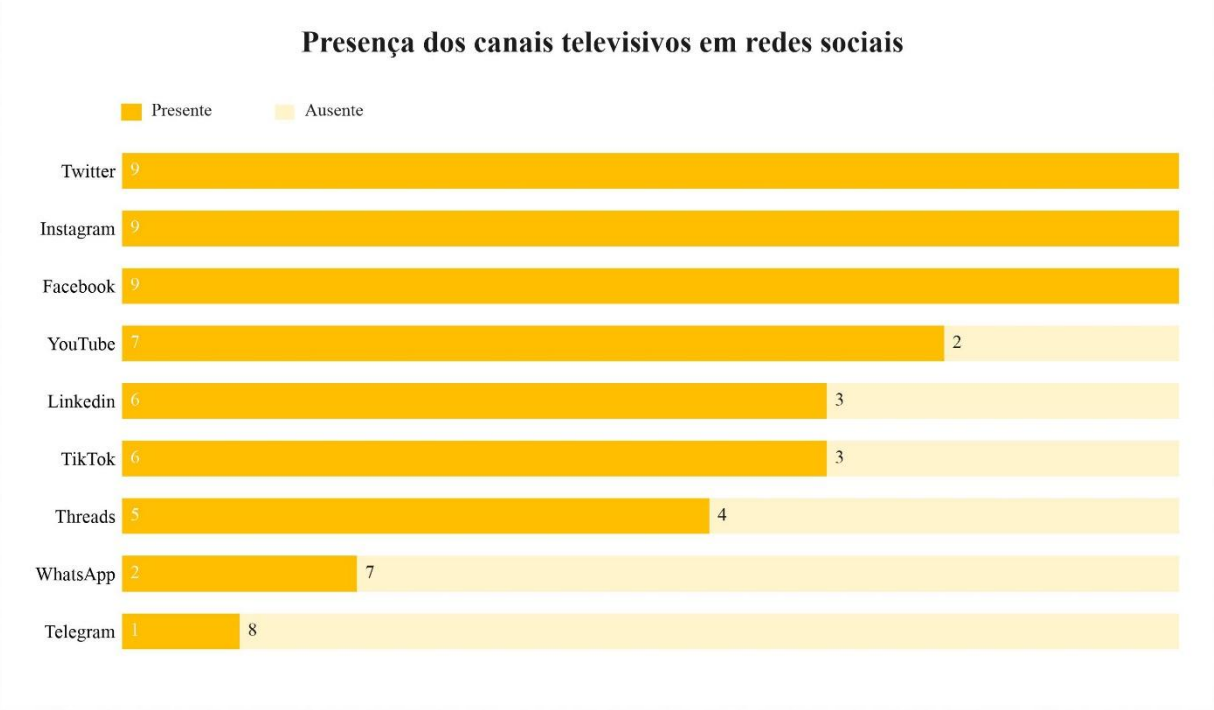


Gráfico 11: Presença dos canais televisivos em redes sociais (2025)
Fonte: Produção própria

2.3.2 Poder

Os nove canais analisados são detidos por seis entidades proprietárias, todas com comunicação social declarada como principal atividade. A Rádio e Televisão de Portugal, S.A. detém três canais (RTP1, RTP Açores e RTP Madeira) e a TVI - Televisão Independente, S.A. detém a TVI e a CNN Portugal, enquanto as restantes entidades detêm um meio cada.

A natureza jurídica é quase homogénea (Gráfico 12), já que cinco das seis entidades proprietárias são sociedades anónimas. A única exceção é a AzoresTV, detida por uma sociedade unipessoal por quotas.

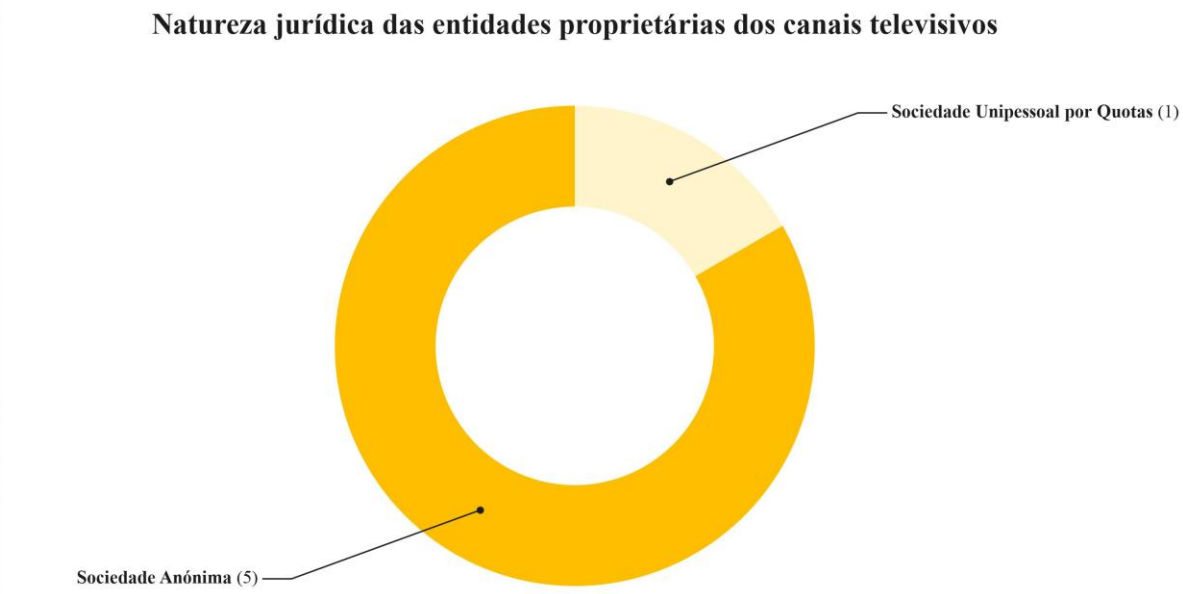


Gráfico 12: Natureza jurídica das entidades proprietárias dos canais televisivos (2025)
Nota: A Rádio e Televisão de Portugal, S.A. figura também no Gráfico 18, por deter serviços radiofónicos.
Fonte: Portal da Transparência, ERC

Esta homogeneidade formal não corresponde, porém, a uma homogeneidade de meios (Gráfico 13). O capital social das entidades proprietárias varia entre os 50.000 euros (AzoresTv) e os 1.437 milhões de euros da RTP, cujo capital é mais de sessenta vezes superior ao da segunda maior operadora, a MediaLivre, S.A. A mediana é de 13,1 milhões de euros, a mais elevada de todos os tipos analisados.

A televisão é, assim, o tipo de meio com maior capitalização e também aquele em que a distância entre o operador público e os privados é mais pronunciada.

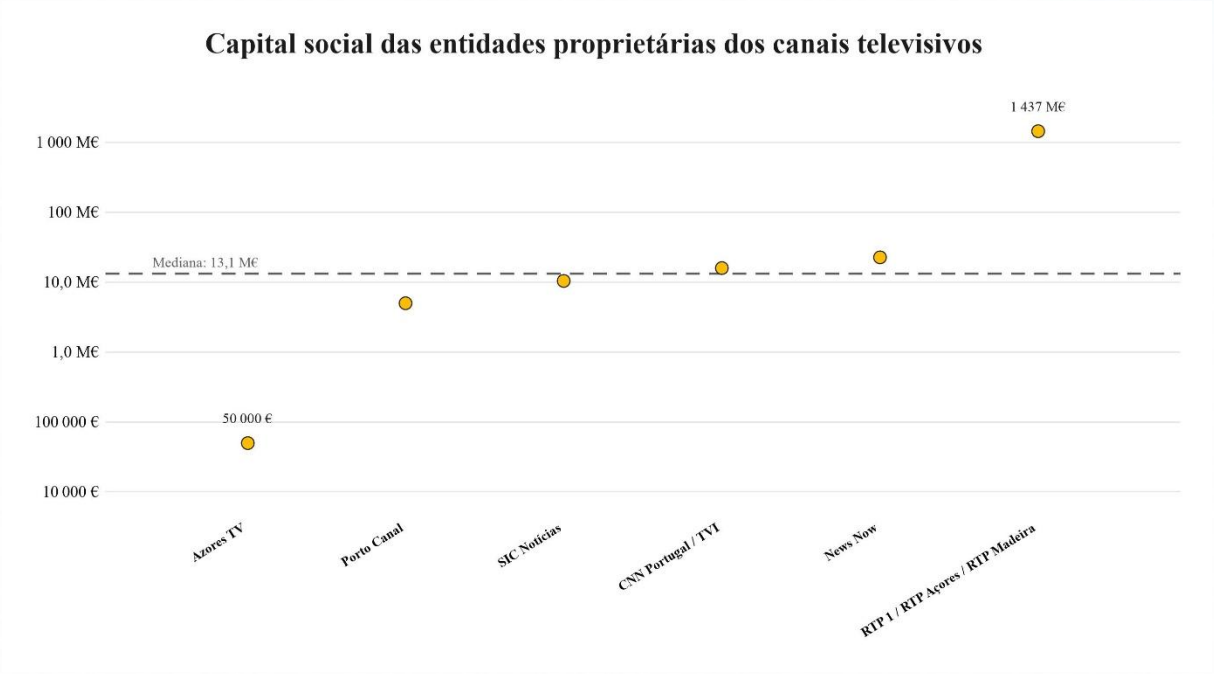


Gráfico 13: Capital social das entidades proprietárias dos canais televisivos
Fonte: Produção própria

2.4 Rádio

Os operadores de rádio representam 13,5% do corpus de análise (101 cibermeios), o que faz deste o segundo tipo de meio mais representado, ainda que a larga distância das publicações periódicas. A proporção de registos que reúnem condições de inclusão é a segunda mais elevada dos quatro tipos de meios, ainda que inferior à das publicações periódicas: dos 319 serviços de programas inscritos na ERC, apenas 31,7% desenvolvem uma atividade noticiosa em linha. Em relação ao ano anterior, o número de rádios incluídas manteve-se praticamente inalterado (102), tendo o seu peso relativo no corpus subido de 12,3% para 13,5%, por efeito da contração do conjunto total de meios e não de um crescimento do setor.

Quanto à área de cobertura (Gráfico 14), o setor é quase exclusivamente local (96%), restando apenas duas nacionais (Renascença e Antena 3) e duas dirigidas às comunidades portuguesas no estrangeiro (RDP África e RDP Internacional). Quando comparado com os registos de 2024, o predomínio local acentuou-se ligeiramente, tendo aumentado 3 pp.

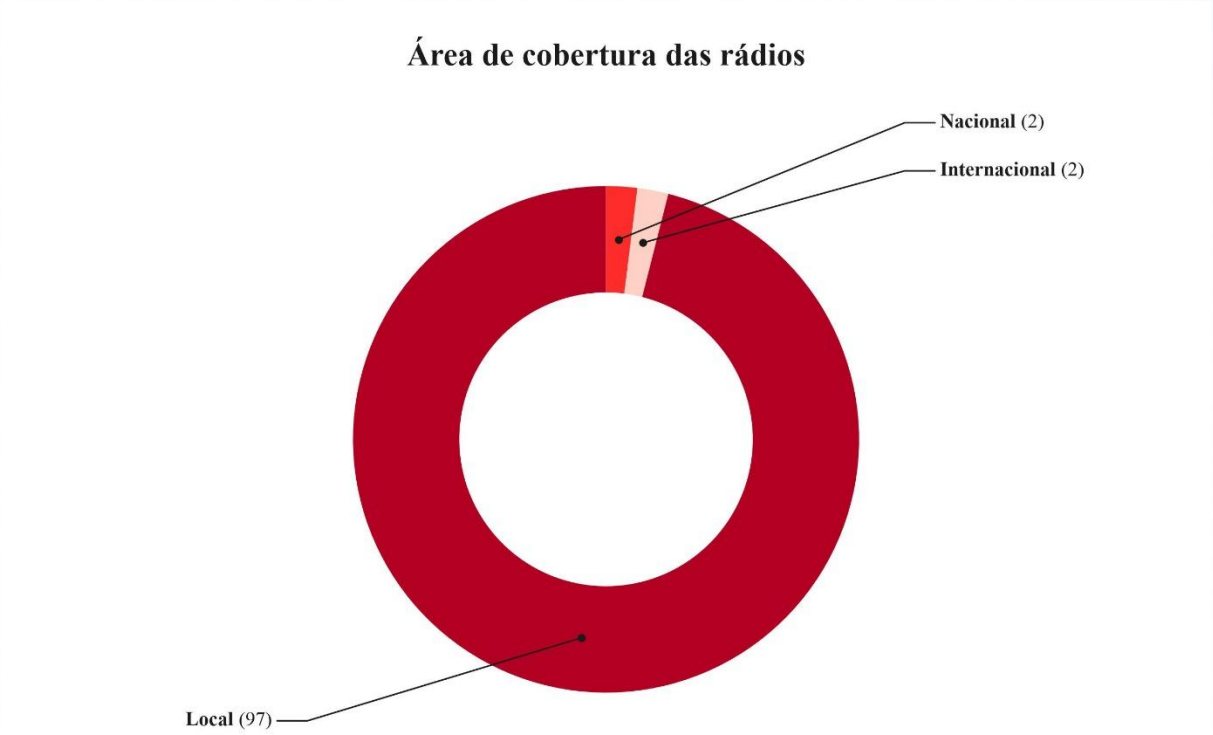


Gráfico 14: Área de cobertura das rádios (2025)
Fonte: Listagens de registos, ERC, 2025

No que diz respeito ao tipo de programação (Gráfico 15), mantém-se o predomínio das rádios generalistas, que representam 86,1% do corpus, ligeiramente abaixo dos 90% registados no relatório anterior. Os serviços temáticos são 13, repartidos entre programação musical (9), informativa (2), desportiva informativa (1) e dirigida a um segmento de público (1), havendo ainda um serviço classificado como universitário.

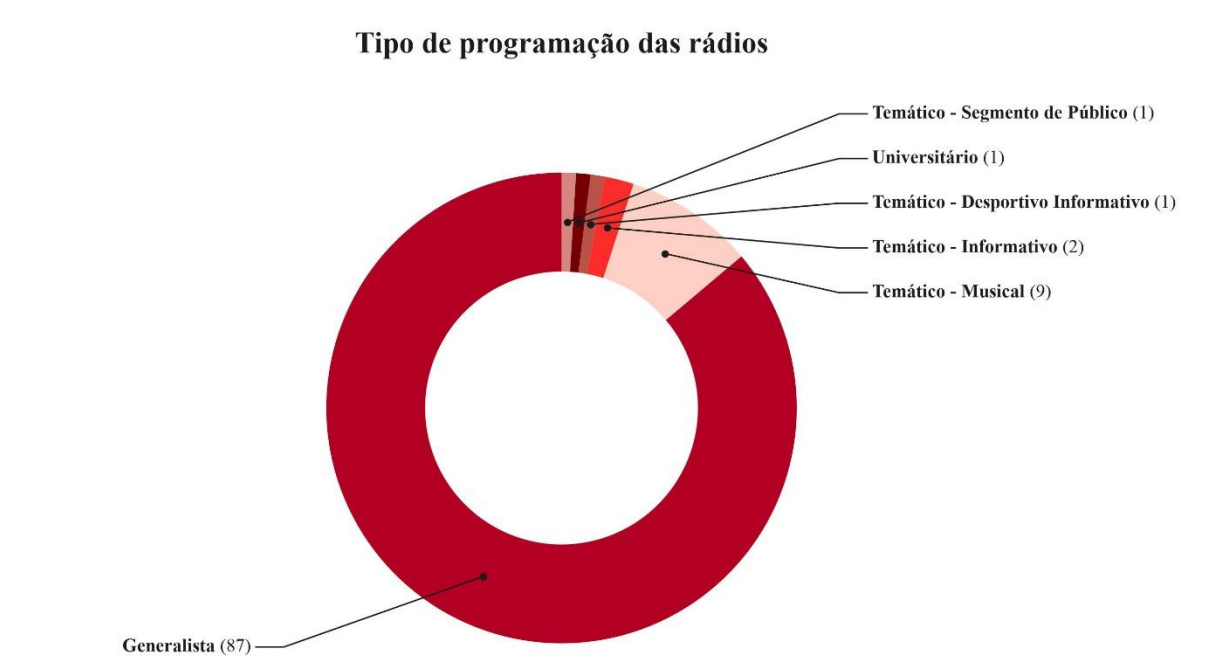


Gráfico 15: Tipo de programação das rádios (2025)
Fonte: Listagens de registos, ERC, 2025

2.4.1 Influência

Embora a análise da presença digital das rádios incida apenas numa amostra de 18 dos 101 meios do corpus, é possível notar comportamentos convergentes. Todas as rádios analisadas estão presentes em redes sociais e todas elas disponibilizam emissão em streaming (Gráfico 16), o que é coerente com a natureza do meio. Em contrapartida, apenas 38,9% têm app móvel própria e 33,3% estão presentes em agregadores de notícias.

No levantamento relativo a 2024, 22 das 102 rádios analisadas (21,6%) disponibilizavam uma aplicação móvel e 47 (46,1%) estavam presentes em agregadores de notícias. Na amostra relativa a 2025, essas proporções são, respetivamente, de 38,9% e 33,3%. Estas diferenças não permitem, por si só, concluir que houve uma alteração na adoção das plataformas: a observação passou da totalidade das 102 rádios incluídas em 2024 para uma amostra de 18 das 101 rádios identificadas em 2025.

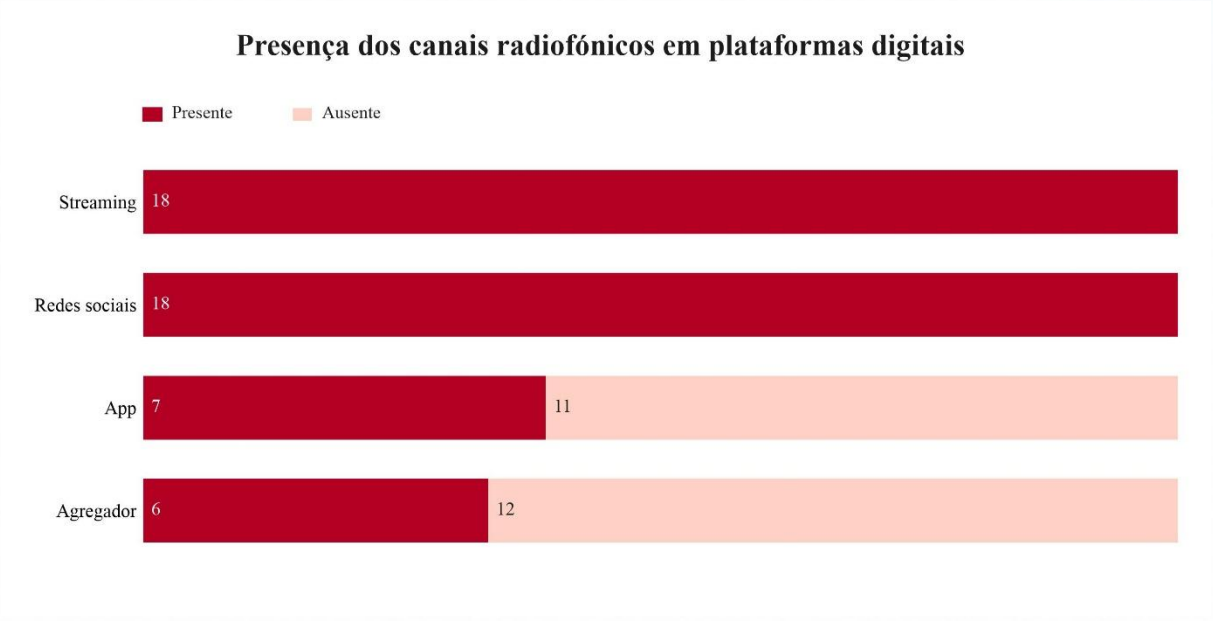


Gráfico 16: Presença dos canais radiofónicos em plataformas digitais (2025)
Fonte: Produção própria

No que diz respeito às redes sociais em particular, o Facebook e o Instagram são universais, seguidos de perto pelo YouTube (88,9%). A proporção observada nesta amostra é cerca de 10 p.p. superior à registada no levantamento relativo a 2024, sem que essa diferença permita concluir que houve um aumento da utilização.

A partir daí, a adesão cai acentuadamente: o TikTok e o Twitter não ultrapassam os 40%, enquanto o Threads regista 22,2%. Tanto o Linkedin como o WhatsApp são usados apenas pela Rádio Renascença e o Telegram não é utilizado por nenhuma das rádios da amostra, tal como observado no levantamento relativo a 2024 (Gráfico 17).

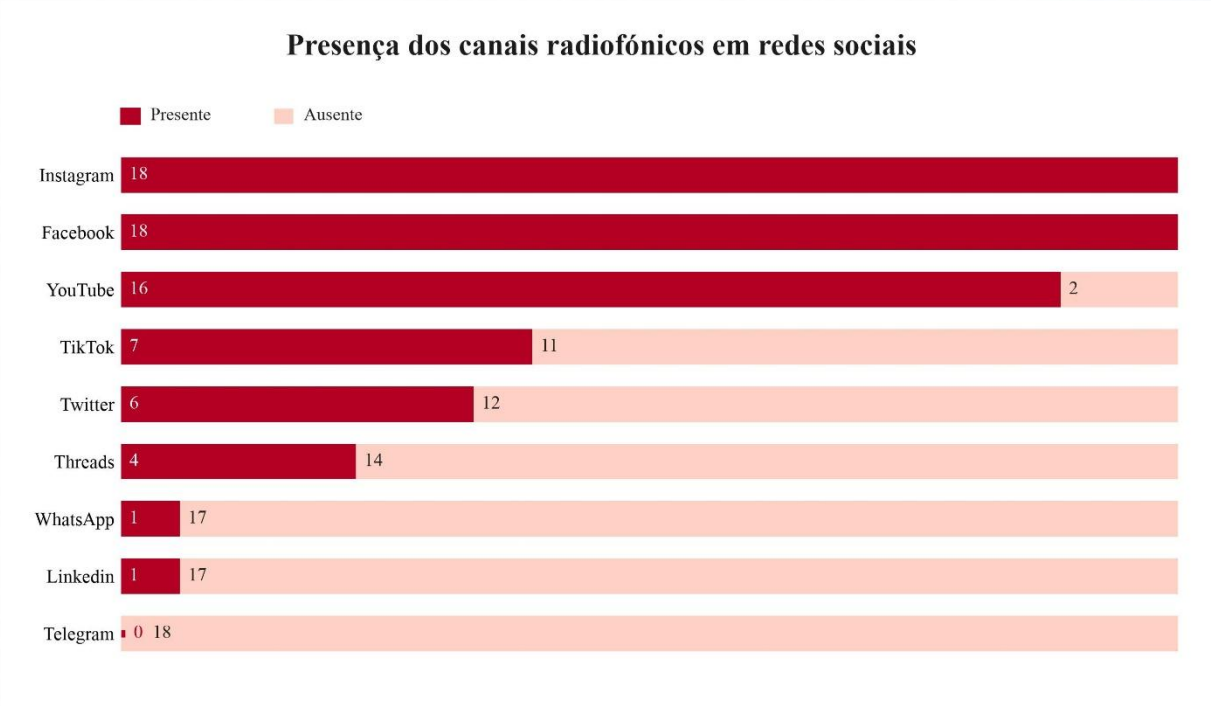


Gráfico 17: Presença dos canais radiofónicos em redes sociais (2025)
Fonte: Produção própria

2.4.2 Poder

As 18 rádios analisadas são detidas por 16 entidades, mas apenas a Rádio e Televisão de Portugal, S.A. detém múltiplos serviços: Antena 3, RDP África e RDP Internacional.

A natureza jurídica é bastante mais diversa (Gráfico 18): predominam as sociedades por quotas, incluindo as unipessoais (56,3%), seguidas das cooperativas (25%). A presença de cooperativas de radiodifusão é mais característica de um setor radiofónico local, historicamente associado a projetos de base comunitária.

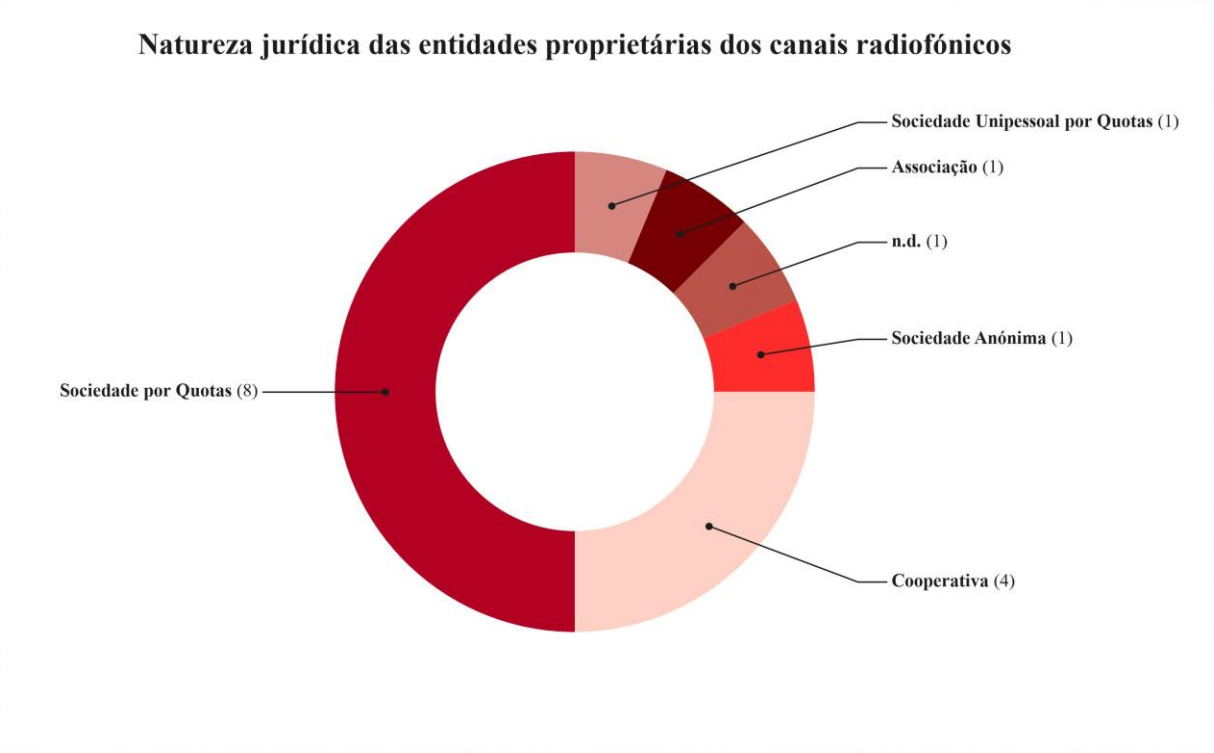


Gráfico 18: Natureza jurídica das entidades detentoras dos canais radiofónicos (2025)
Nota: A Rádio e Televisão de Portugal, S.A. figura também no Gráfico 12, por deter serviços televisivos.
Fonte: ERC

O capital social apresenta uma estrutura dual (Gráfico 19). A RTP (1.437 milhões de euros) e a Rádio Renascença (7,5 milhões de euros), situam-se algumas ordens de grandeza acima de todas as outras entidades, cujos capitais variam entre os 2.500€ e os 150.000€. A mediana é de 10.450€.

Uma das rádios (Rádio Marinhais) é detida por uma associação sem capital social e, no caso da Jornal FM, o registo não indica a natureza jurídica da entidade proprietária nem o capital social.

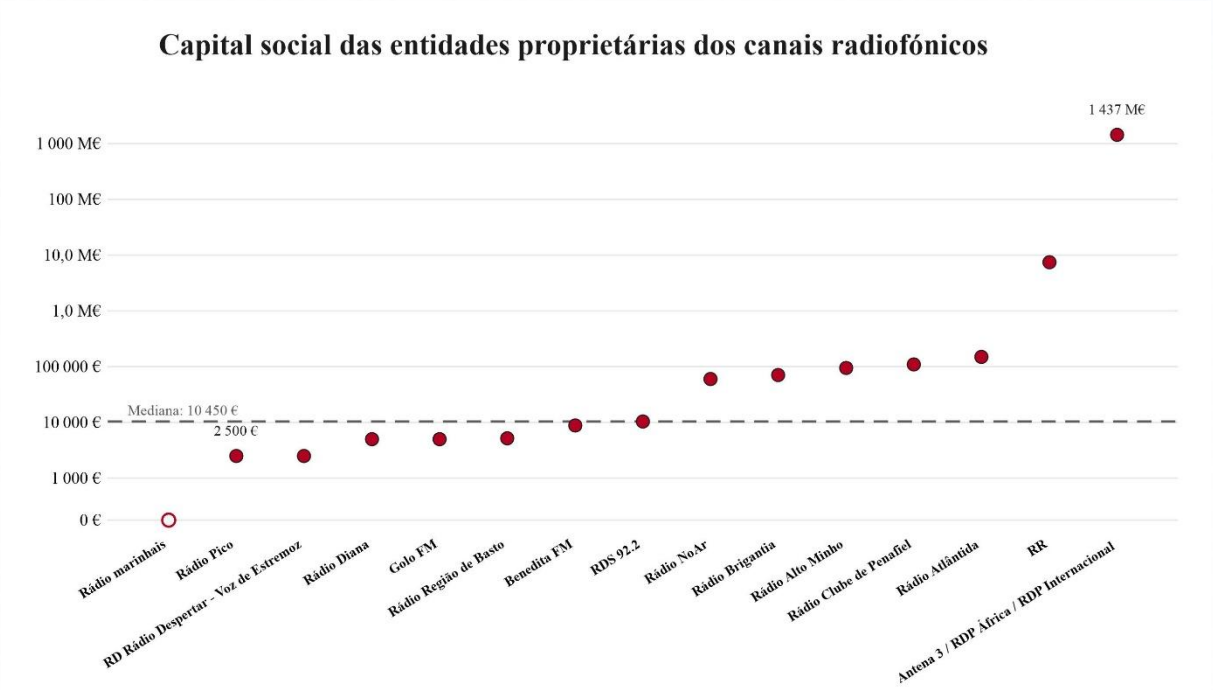


Gráfico 19: Capital social das entidades proprietárias dos canais radiofónicos
Nota: O círculo sem preenchimento representa a entidade proprietária da Rádio Marinhais, sem capital social, numa linha própria assinalada "0 €", fora da escala logarítmica utilizada para os valores positivos. A Jornal FM não está representada por ausência de informação sobre o capital social.
Fonte: Produção própria

2.5 Publicações Periódicas

As Publicações Periódicas são o tipo de meio com maior expressão no corpus, com 623 títulos. São também a categoria mais numerosa no registo ERC, com 1716 publicações ativas, das quais cerca de 36% foram incluídas na análise. Ainda assim, a taxa de inclusão é inferior à do ano anterior, em que 693 das 1694 publicações reuniram as condições definidas.

O âmbito de cobertura (Gráfico 20) mantém-se equilibrado entre o regional e o nacional, com uma ligeira vantagem do primeiro, e com proporções praticamente idênticas às das listagens de 2024. Apenas 4 publicações se dirigem às comunidades portuguesas no estrangeiro. O peso das publicações regionais confirma esta categoria como um dos principais suportes do jornalismo de proximidade em Portugal.

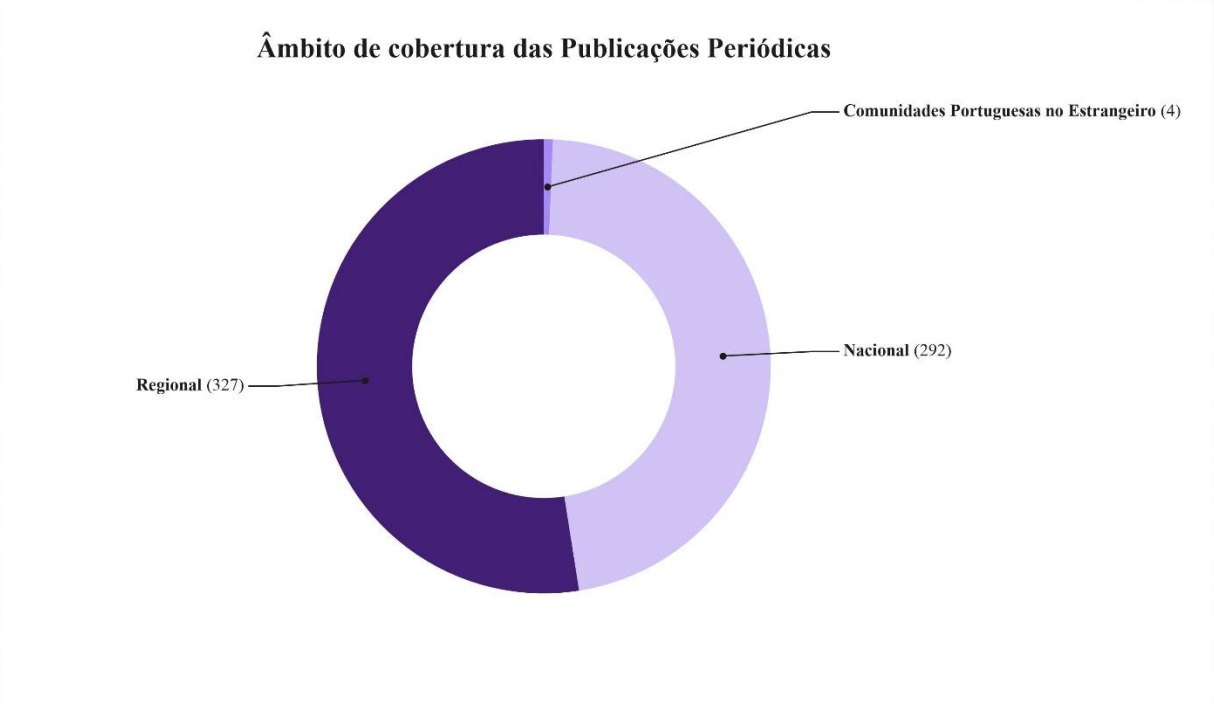


Gráfico 20: Âmbito de cobertura das Publicações Periódicas (2025)
Fonte: Listagens de registos, ERC, 2025

Quanto ao tipo de conteúdo, as publicações generalistas (59,9%) representam uma porção maior do que as especializadas (40,1%), também semelhante a resultados anteriores (61% e 39%). O contraste com o universo excluído é, ainda assim, revelador: entre essas publicações, existe uma preferência pela informação especializada (54,6%), o que indica que o critério de conteúdo noticioso original filtra sobretudo publicações de nicho, técnicas ou institucionais (Gráfico 21).

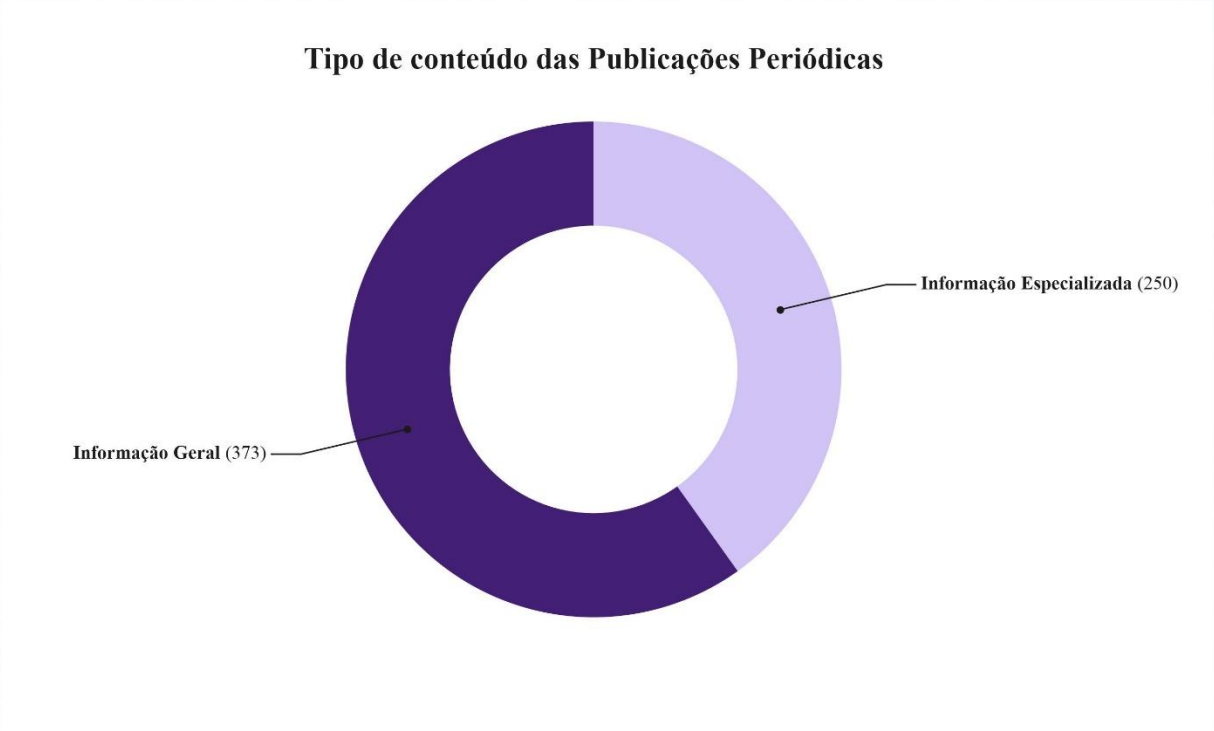


Gráfico 21: Tipo de conteúdo das Publicações Periódicas (2025)
Fonte: Listagens de registos, ERC, 2025

O suporte (Gráfico 22) foi a variável em que se registou uma maior variação, face ao ano anterior. Em 2025, mais de 63% das publicações existem apenas em suportes digitais, enquanto cerca de 37% mantêm um modelo híbrido. Anteriormente, a proporção era de 60% e 40%, pelo que o peso das publicações exclusivamente digitais registou uma subida de cerca de 3 pp.

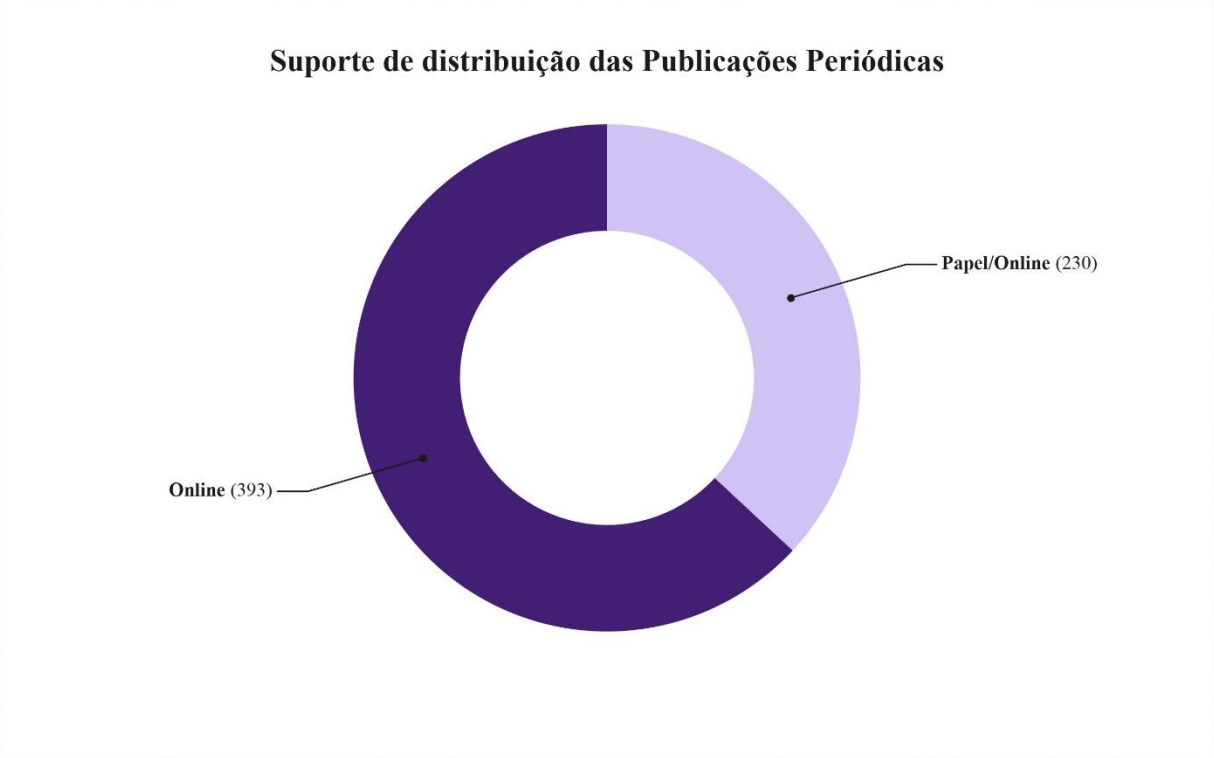


Gráfico 22: Suporte de distribuição das Publicações Periódicas (2025)
Fonte: Listagens de registos, ERC, 2025

Em relação à periodicidade, as mais frequentes são a diária (44,8%), a semanal (17,8%) e a mensal (14,1%), repartindo-se as restantes por 22 categorias de frequência residual. Comparando com os dados de 2024, mantém-se o peso da periodicidade diária, mas invertem-se as duas posições seguintes: a periodicidade semanal subiu cerca de 3 pp e a mensal desceu 2 pp (Gráfico 23).

Importa, no entanto, reiterar que este quadro deve ser lido com alguma reserva. Não existindo no registo da ERC uma categoria específica para cibermeios (à exceção dos SPDEI), as publicações digitais são obrigadas a registar-se como publicações periódicas e não podem declarar uma periodicidade superior à diária. Assim, essa classificação agrega publicações de atualização contínua e que publicam apenas uma vez por dia, sendo impossível distinguir o peso de cada grupo.

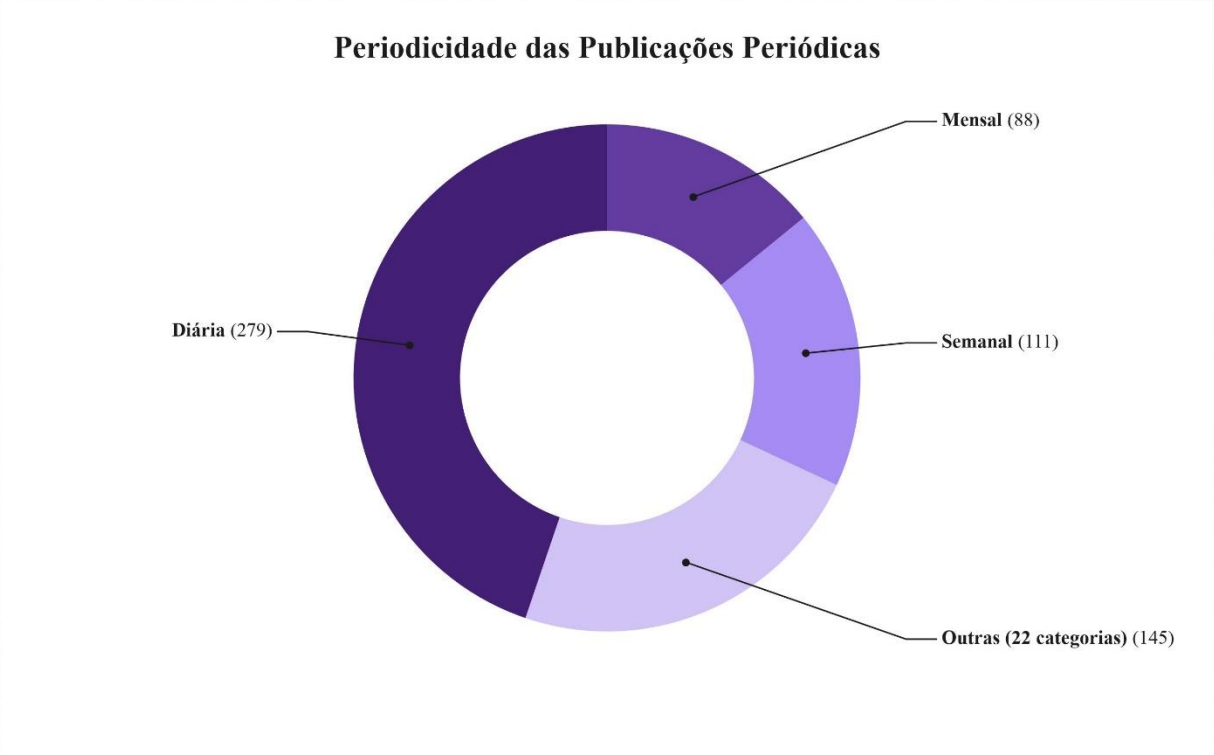


Gráfico 23: Periodicidade das Publicações Periódicas (2025)
Fonte: Listagens de registos, ERC, 2025

2.5.1 Influência

A presença digital das publicações periódicas é analisada aqui pela primeira vez. No relatório de 2025, este tipo de meio foi excluído desta análise, por razões operacionais. Os resultados referem-se a uma amostra de 110 dos 623 meios do corpus.

O perfil das plataformas é bastante distinto dos meios anteriores (Gráfico 24), já que 11 publicações têm presença digital apenas no website próprio, sem presença nas restantes plataformas analisadas. Ainda assim, as redes sociais continuam a ser o canal dominante, com 90% dos meios presentes. Os agregadores de notícias são também bastante frequentes (47,3%), acima da média do conjunto da amostra. Apenas 7,3% dos títulos disponibilizam uma aplicação móvel própria e nenhum deles recorre a plataformas de streaming.

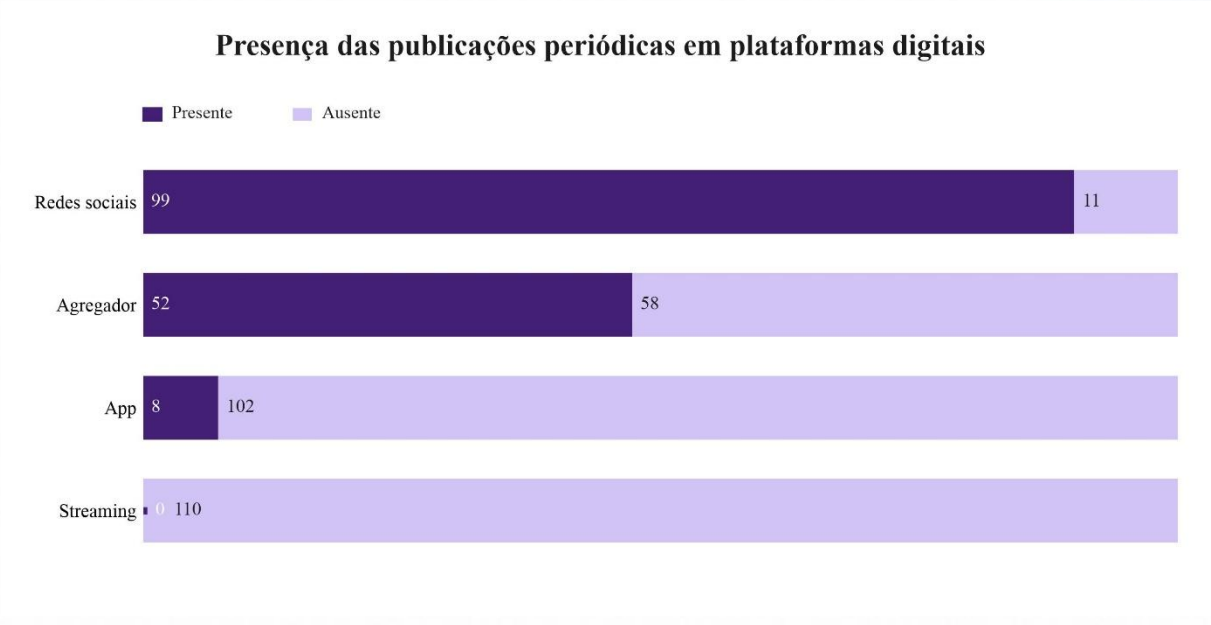


Gráfico 24: Presença das publicações periódicas em plataformas digitais (2025)
Fonte: Produção própria

Nas redes sociais, o Facebook mantém-se como plataforma de referência (88,2%), seguido pelo Instagram (79,1%). Num patamar mais intermédio, o YouTube e o Twitter/X surgem também de forma frequente (55,5% e 50,9%, respetivamente). Ao contrário dos outros tipos de meios, o Linkedin apresenta uma expressão significativa, com 24,5%. Tanto o TikTok como o Threads apresentam 16,4%, enquanto o WhatsApp e o Telegram se mantêm residuais (Gráfico 25).

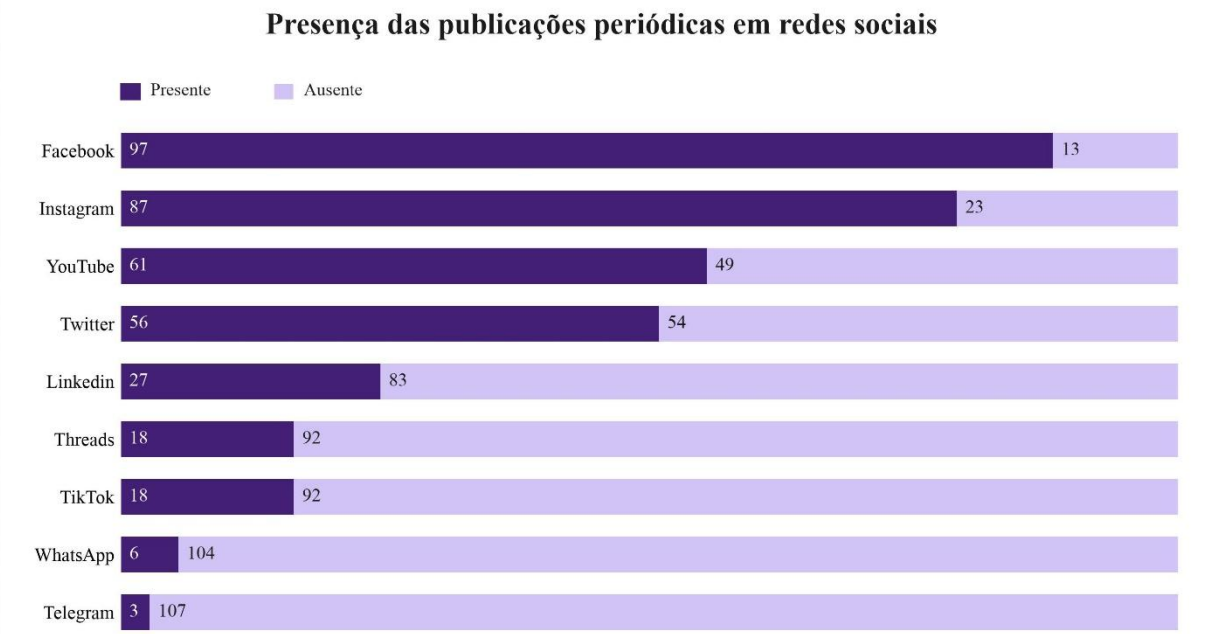


Gráfico 25: Presença das publicações periódicas em redes sociais (2025)
Fonte: Produção própria

2.5.2 Poder

Os 110 títulos analisados são detidos por 104 entidades distintas. A detenção múltipla existe, mas é pontual: A Justpoetic, Lda. detém 3 títulos (A Voz de Azeméis, Terras do Minho e Terras de Viana do Castelo) e a Madmen, Lda., a Media Capital - Digital, S.A., a Swipe News, S.A. e a Words Wizard, Lda. detêm dois cada.

A sua natureza jurídica abrange 9 categorias (Gráfico 26). Predominam as sociedades por quotas, incluindo as unipessoais (44,2%), mas o segundo lugar é ocupado por pessoas singulares (30,8%). Em contrapartida, apenas 7,7% são sociedades anónimas.

A atividade principal declarada pelas entidades proprietárias demonstra alguma heterogeneidade, já que apenas em 51,9% dos casos é comunicação social. Não foi possível identificar a atividade de 30,8% e 17,3% declararam outra atividade principal. Trata-se de uma diferença substancial em comparação aos canais televisivos e radiofónicos.

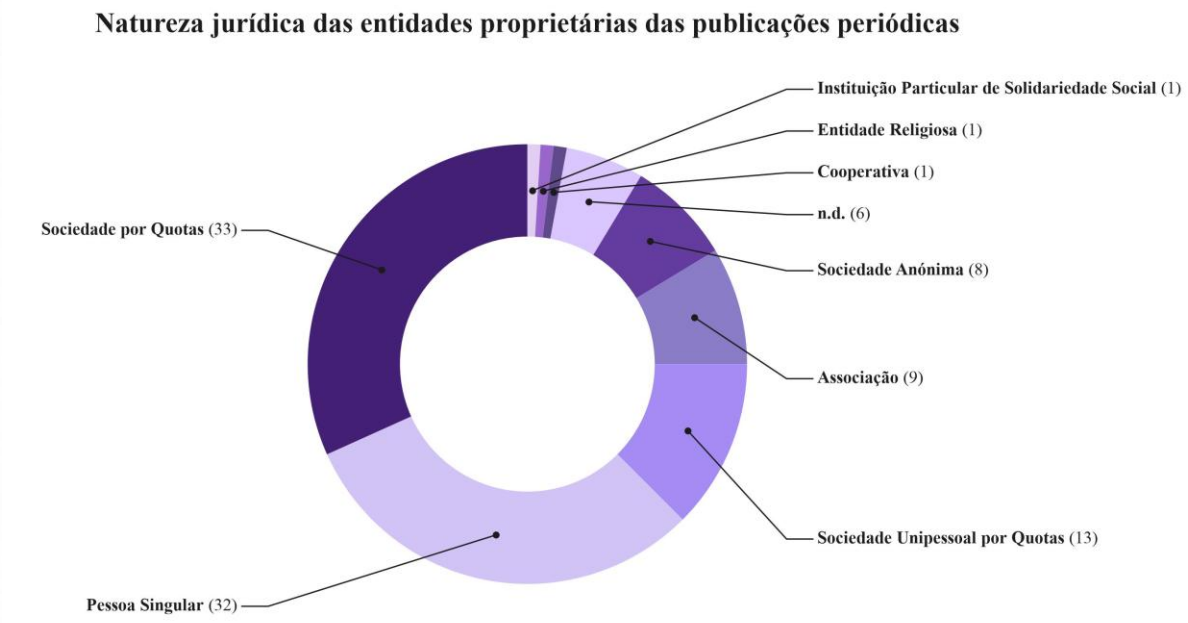


Gráfico 26: Natureza jurídica das entidades proprietárias das publicações periódicas (2025)
Nota: A Editave Multimédia, Lda. figura também no Gráfico 31, por deter SPDEI.
Fonte: ERC

O capital social (Gráfico 27) está disponível para 62 das 104 entidades proprietárias: em 54 assume um valor positivo e em oito é nulo. Nas restantes 42, o capital social não é aplicável ou não foi possível apurar. Estas situações devem ser distinguidas dos valores nulos

efetivamente registados. O capital social não se aplica às pessoas singulares; os valores nulos identificados concentram-se sobretudo em associações, instituições particulares de solidariedade social e entidades religiosas.

Entre as entidades com capital social positivo, os valores variam entre 50 € (Notícias de Coimbra) e 8,55 milhões de euros (Público)**.** A mediana das 62 entidades com capital apurado, incluindo as oito com capital nulo, é de 9.238 €.

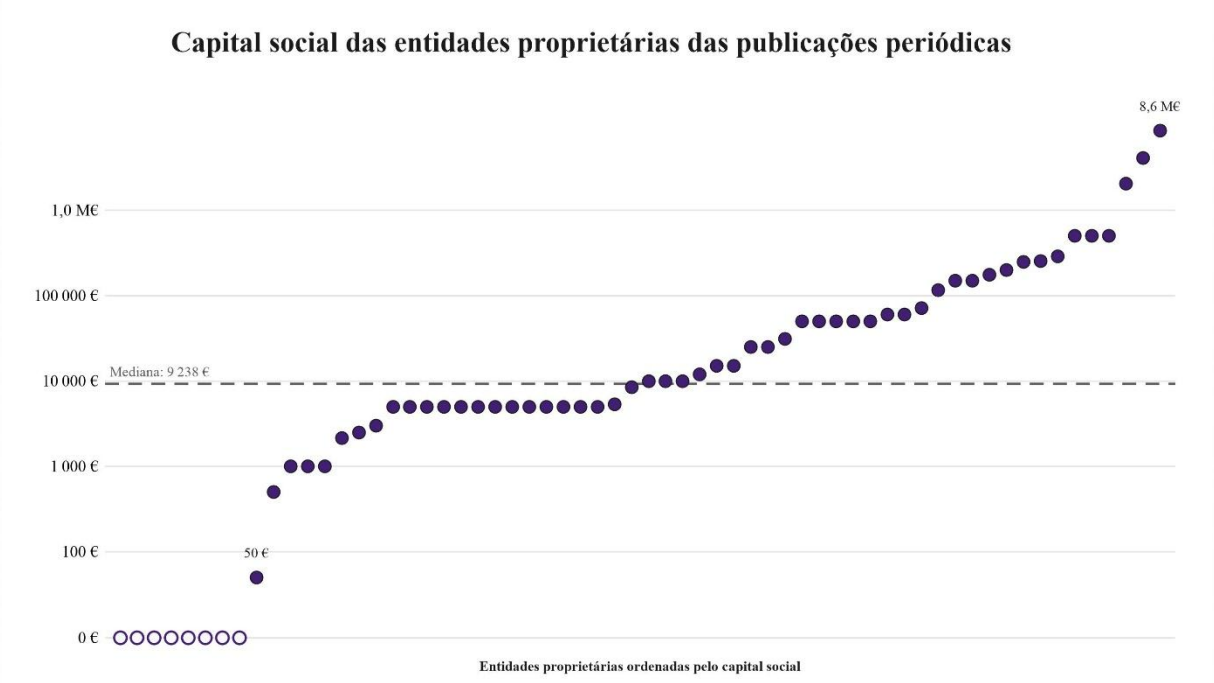


Gráfico 27: Capital social das entidades proprietárias das publicações periódicas
Nota: Os oito círculos sem preenchimento representam entidades com capital social nulo e são apresentados numa linha própria, assinalada "0 €", fora da escala logarítmica utilizada para os valores positivos. A mediana inclui estes oito valores nulos. As 42 entidades para as quais o capital social não é aplicável ou não foi possível apurar não estão representadas.
Fonte: Produção própria

O gráfico mostra uma concentração de entidades com capital social próximo dos 5.000 € e um segundo agrupamento com capitais compreendidos entre os 50 mil e os 500 mil euros.

2.6 SPDEI

Os Serviços de Programas Difundidos Exclusivamente através da Internet representam 1,7% do corpus de análise (13), sendo, a par com os Operadores de Televisão, um dos tipos de meio com menor expressão. Trata-se da categoria mais recente dos registos da ERC, cujo regime foi fixado pelo Decreto Regulamentar nº7/2021, e consiste em programas radiofónicos ou televisivos autónomos difundidos apenas em linha, sem qualquer suporte hertziano.

É também a categoria com a taxa de inclusão mais baixa: dos 210 serviços listados, apenas 13 reuniram as condições impostas.

Quanto ao tipo de serviço difundido (Gráfico 28), mantém-se o predomínio quase absoluto dos conteúdos radiofónicos. A Famatv, de Vila Nova de Famalicão, continua a ser o único serviço televisivo. A proporção é quase idêntica à da registada no relatório anterior e confirma a leitura então feita: apesar de nativos digitais, os SPDEI reproduzem os formatos dos meios tradicionais, sendo a rádio o modelo preferido, possivelmente por exigir um menor investimento técnico do que a produção regular de vídeo.

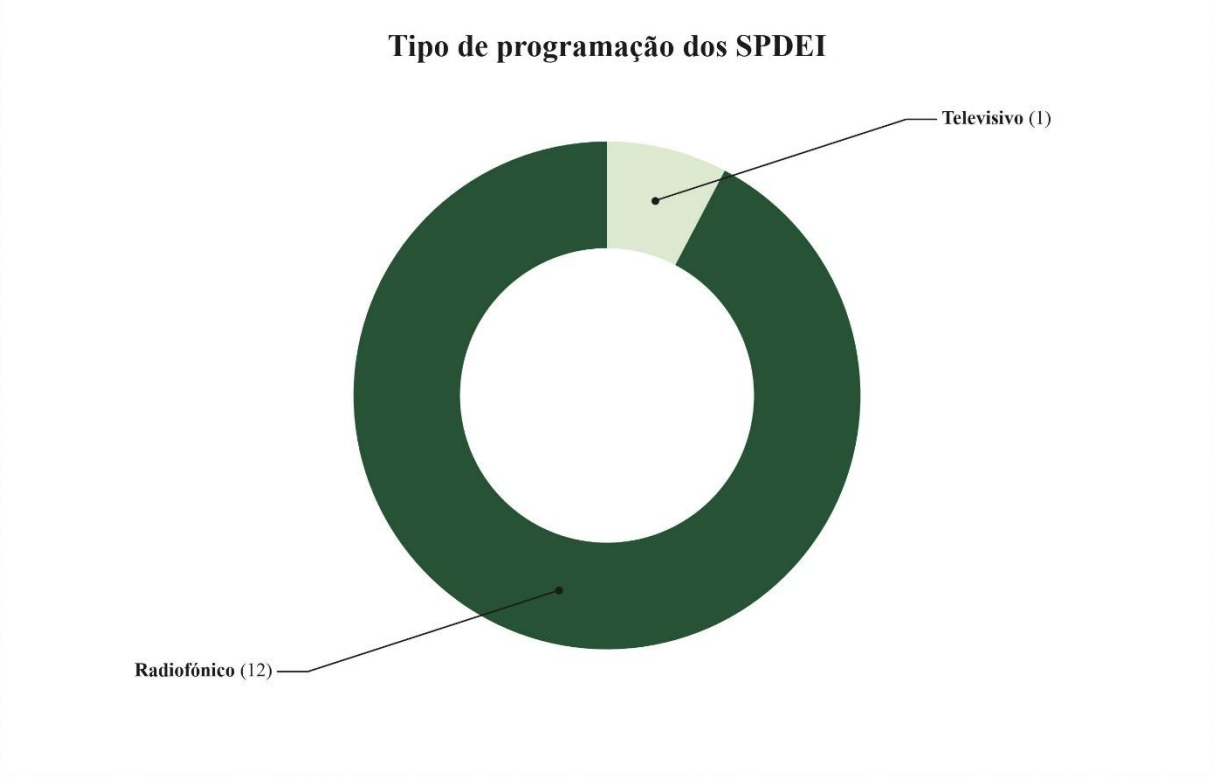


Gráfico 28: Tipo de programação dos SPDEI (2025)
Fonte: Listagens de registos, ERC, 2025

2.6.1 Influência

Os SPDEI analisados apresentam uma forte presença nas redes sociais e em plataformas de streaming (Gráfico 29). Estes resultados descrevem os 13 serviços incluídos no levantamento relativo a 2025.

Cinco destes meios têm aplicação móvel própria, uma proporção semelhante à da rádio, e apenas dois estão presentes em agregadores de notícias. Em 2025 assinalou-se que apenas quatro SPDEI recorriam a agregadores, pelo que a reduzida utilização se mantém.

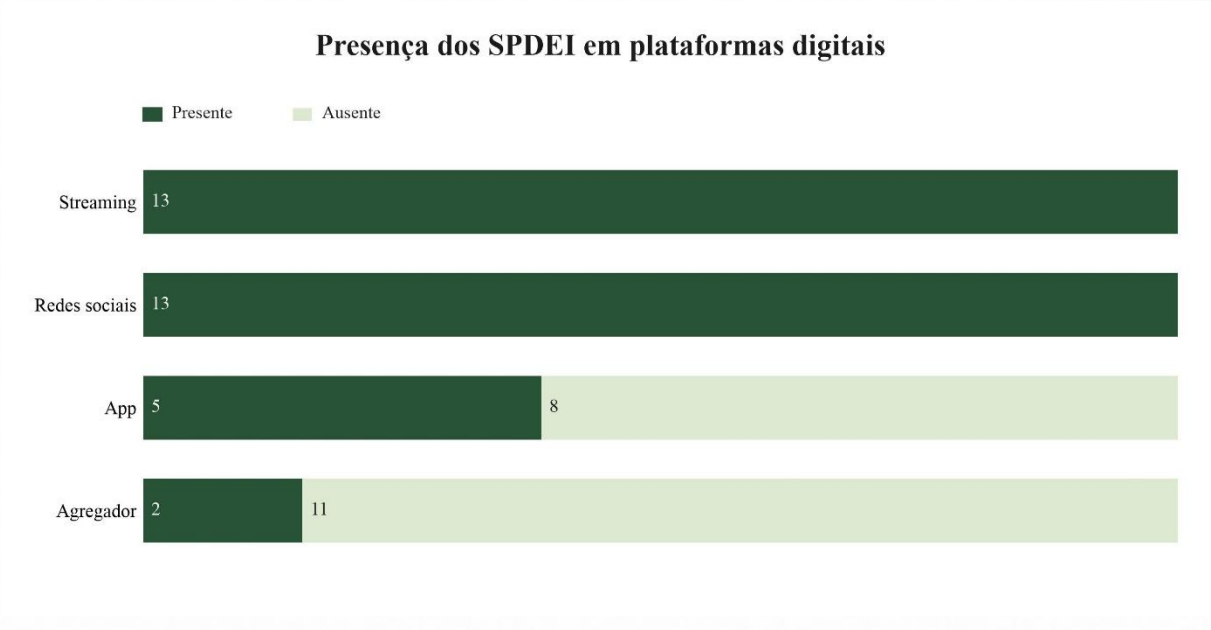


Gráfico 29: Presença dos SPDEI em plataformas digitais (2025)
Fonte: Produção própria

O padrão de redes (Gráfico 30) é o mais estreito do corpus. O Facebook é utilizado por todos, o Instagram apresenta um valor de 92,3% e o YouTube 76,9%. No entanto, todas as outras redes têm adesão marginal. Este resultado confirma a leitura de 2025, já assinalada: concentração nas plataformas mais populares e ausência de formatos mais recentes ou segmentados.

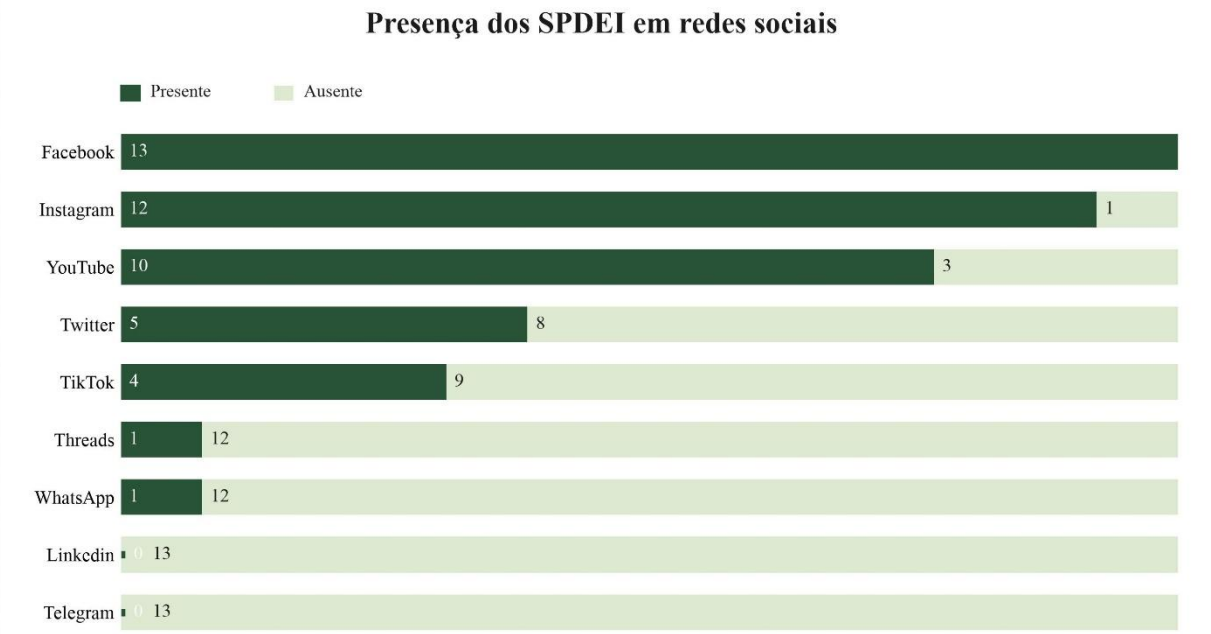


Gráfico 30: Presença dos SPDEI em redes sociais (2025)
Fonte: Produção própria

2.6.2 Poder

Cada um dos 13 SPDEI é detido por uma entidade diferente, o que faz deste tipo o meio com propriedade mais atomizada do corpus. No entanto, a Editave Multimédia, Lda. (proprietária da Famatv), também detém uma publicação periódica incluída na amostra, sendo a única entidade deste conjunto que detém meios de tipos diferentes.

A natureza jurídica afasta-se por completo do padrão empresarial observado nos restantes meios (Gráfico 31): quase metade dos serviços são detidos por pessoas singulares (6) e outros quatro pertencem a cooperativas (2) e associações (2). Apenas duas entidades têm forma societária comercial (uma sociedade por quotas e uma sociedade unipessoal por quotas) e num dos casos não foi possível identificar a natureza da propriedade. Coerentemente, a comunicação social é a atividade principal declarada de apenas 4 dos casos.

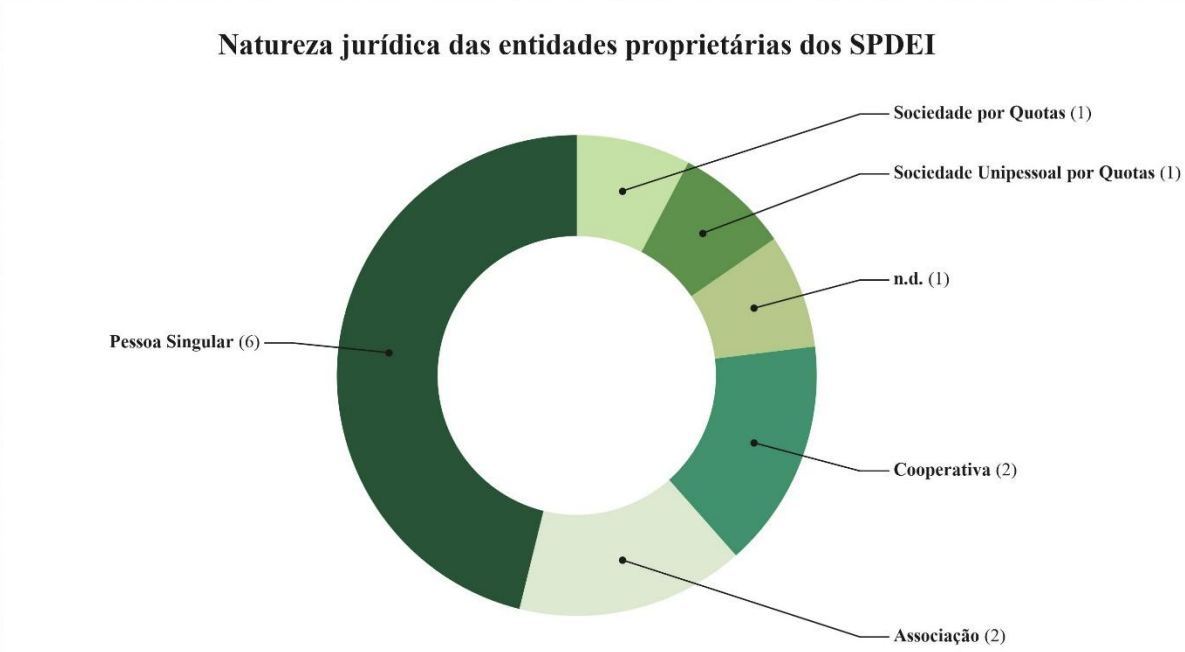


Gráfico 31: Natureza jurídica das entidades proprietárias dos SPDEI (2025)
Nota: A Editave Multimédia, Lda. figura também no Gráfico 26, por deter uma publicação periódica.
Fonte: ERC

Seis das 13 entidades proprietárias dos SPDEI têm capital social registado: quatro com valor positivo e duas com valor nulo. Nas restantes sete, não foi possível apurar o valor. O montante mais elevado pertence à CEU — Cooperativa de Ensino Universitário, proprietária

da UALMedia Rádio, cuja atividade principal não é a comunicação social: 244.555 € (Gráfico 32).

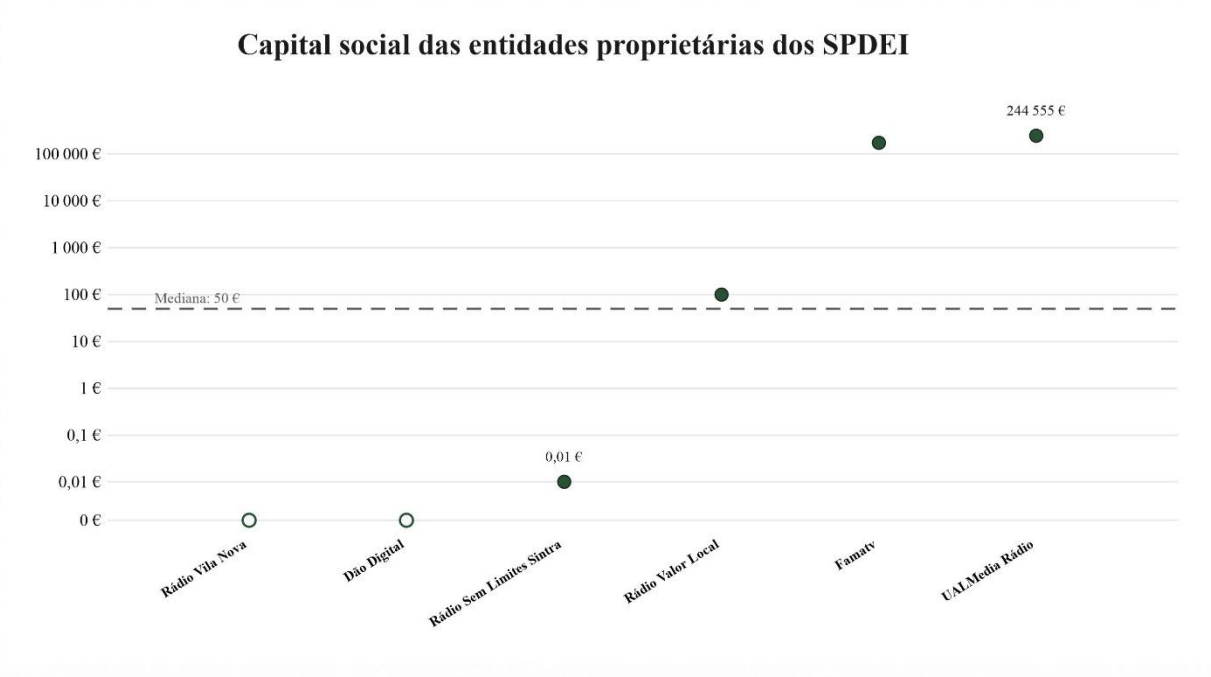


Gráfico 32: Capital social das entidades proprietárias dos SPDEI
Nota: Os dois círculos sem preenchimento representam entidades com capital social nulo e são apresentados numa linha própria, assinalada "0 €", fora da escala logarítmica utilizada para os valores positivos. A mediana inclui os dois valores nulos. As sete entidades cujo capital social não foi apurado não estão representadas.
Fonte: Produção própria

Entre as seis entidades com capital social apurado, os valores variam entre zero e 244.555 €, com uma mediana de 50 €. Esta distribuição mostra diferenças acentuadas entre os valores registados, mas a ausência de informação para sete entidades limita a caracterização do conjunto. O capital social, por si só, não permite determinar os recursos disponíveis nem o investimento na atividade jornalística.

3. O estudo do ciberjornalismo

Na seleção dos artigos e capítulos científicos, considerou-se como principal critério temporal a sua publicação em 2025, independentemente do período de recolha dos dados ou da realização das investigações. Esta opção teve em conta o intervalo frequentemente existente entre o desenvolvimento dos estudos, os processos de avaliação científica e a respetiva publicação. Foram, assim, contemplados trabalhos empíricos, estudos comparativos e revisões da literatura com contributos relevantes para o conhecimento do ciberjornalismo em Portugal, ainda que alguns recuperem dados e investigações de anos anteriores.

A seleção contempla ainda capítulos científicos integrados em obras coletivas já identificadas na secção dedicada aos livros. A sua apresentação autónoma justifica-se pela relevância dos contributos específicos que oferecem para o conhecimento do ciberjornalismo em Portugal, nomeadamente quando apresentam resultados empíricos que merecem uma análise individualizada.

3.1 Produção Científica

Apresentam-se 34 publicações: três livros, três teses de doutoramento, 12 relatórios, quatro capítulos de livros e 12 artigos em revistas científicas. Entre os assuntos abordados encontram-se o jornalismo de proximidade, a sustentabilidade dos meios, a relação com os públicos, a inovação, a inteligência artificial e a desinformação. O conjunto combina estudos centrados em Portugal com investigações comparativas e contributos de enquadramento.

3.1.1 Livros

Jornalismo de Proximidade em Rede	
Autor	Giovanni Ramos
Instituição	Editora LabCom – Universidade da Beira Interior
Publicação	Maio de 2025

A obra aborda os desafios económicos e tecnológicos enfrentados pelos meios de comunicação social regionais, defendendo a cooperação entre órgãos de comunicação como alternativa às dificuldades de sustentabilidade. O autor desenvolve o conceito de jornalismo de proximidade em rede, assente na colaboração entre meios, na convergência de plataformas digitais e no envolvimento das comunidades.

O livro apresenta um modelo prático para a criação de projetos jornalísticos em rede, contemplando a partilha de recursos, conteúdos e estruturas comerciais. A proposta é analisada a partir de experiências associativas em Portugal, nomeadamente da Associação de Imprensa de Inspiração Cristã (AIIC) e da Associação de Rádios de Inspiração Cristã (ARIC), incluindo também um caso brasileiro. Para os meios regionais portugueses, a cooperação surge como uma possibilidade de reforçar a capacidade de produção jornalística, reduzir custos e enfrentar as dificuldades de adaptação ao ambiente digital[2].

Building Media Trust	
Organizadores	Pedro Jerónimo e Inês Amaral
Instituição	Editora LabCom – Universidade da Beira Interior
Publicação	Março de 2025

A obra reúne estudos sobre a crise de confiança no jornalismo, a desinformação e as dificuldades enfrentadas pelos meios de comunicação social, apresentando investigações desenvolvidas em diferentes contextos internacionais. No caso português, são particularmente relevantes os capítulos dedicados ao jornalismo local e comunitário, às perceções dos jornalistas sobre a desinformação e ao papel da regulação e autorregulação dos media.

Um dos estudos, baseado em 485 respostas de jornalistas que trabalham em Portugal, revela que os profissionais consideram a desinformação um problema significativo, identificando os cidadãos e os agentes políticos entre os principais intervenientes na sua disseminação. A análise do jornalismo local destaca as desigualdades entre o litoral e o interior, as dificuldades de sustentabilidade e os riscos para o acesso das comunidades à informação. Outro capítulo aborda a eficácia das normas e dos mecanismos de autorregulação no combate à desinformação, sublinhando a importância da transparência editorial, dos princípios deontológicos e da correção de erros[3].

[2] https://labcom.ubi.pt/wp-content/uploads/2025/05/Jornalismo-de-Proximidade-em-Rede.pdf
[3] https://labcom.ubi.pt/building-media-trust/

Open Environments: Key Challenges and Opportunities for Journalism	
Organizadores	Elvira García de Torres, Inês Amaral, Pedro Jerónimo e Bernardino J. Cebrián Enrique
Instituição	McGraw Hill
Publicação	2025

A propósito dos 25 anos do jornalismo online, esta obra coletiva reúne contributos científicos dedicados às transformações das práticas jornalísticas num ecossistema mediático crescentemente condicionado pelas plataformas digitais. A participação das audiências, a desinformação, a desintermediação e a inteligência artificial constituem os principais eixos de reflexão, permitindo compreender como a evolução tecnológica tem vindo a alterar os processos de produção, distribuição e circulação de notícias.

Com coordenação científica que integra investigadores portugueses, nomeadamente Inês Amaral e Pedro Jerónimo, o livro inclui estudos sobre participação dos públicos, verificação de conteúdos, ferramentas digitais e desafios éticos do jornalismo contemporâneo. Embora apresente uma perspetiva internacional, integra contributos relevantes para o estudo do ciberjornalismo em Portugal, situando as transformações da atividade jornalística portuguesa num contexto mais amplo de mudanças tecnológicas e profissionais[4].

3.1.2 Teses

Ciberjornalismo de proximidade: mapeamento e análise dos media online transmontanos	
Autora	Susana Ferrador
Orientadores	Fernando Zamith e Pedro Jerónimo
Instituição	Universidade do Porto e Universidade de Aveiro
Publicação	Novembro de 2025

A tese de doutoramento analisa a adaptação dos meios de comunicação social de Trás-os-Montes ao ambiente digital, procurando compreender os desafios que enfrentam na preservação do jornalismo de proximidade e na procura de sustentabilidade económica. A investigação parte de um mapeamento dos meios dos distritos de Bragança e Vila Real, atualizado em abril de 2025, que identificou 56 rádios e publicações periódicas registadas na Entidade Reguladora para a Comunicação Social (ERC), incluindo meios jornalísticos e não

[4] Disponível para consulta bibliográfica em https://dialnet.unirioja.es/servlet/libro?codigo=1028279. O acesso ao texto integral exige autenticação institucional.

jornalísticos, com ou sem presença online. Deste universo, foram selecionados 12 jornais e 17 rádios para uma análise aprofundada, através de uma metodologia mista que integrou análise de conteúdo, inquéritos, entrevistas e grupos focais, envolvendo profissionais, responsáveis editoriais, residentes e membros da diáspora transmontana.

Entre os principais resultados, destaca-se a identificação de oito "desertos de notícias" nos 26 concelhos estudados, bem como as dificuldades de sustentabilidade económica dos meios regionais, associadas à desertificação populacional, ao isolamento geográfico e a limitações infraestruturais. O estudo aponta ainda o Facebook como principal plataforma digital de acesso à informação regional e a preferência dos públicos por conteúdos de proximidade. Nos territórios com menor cobertura jornalística, as populações recorrem frequentemente a fontes informais e a conteúdos de regiões vizinhas, nem sempre de natureza jornalística. A investigação procurou mostrar a importância da confiança e da proximidade no consumo de informação local, bem como o papel dos atores não jornalísticos na circulação de informação, contribuindo para uma compreensão mais aprofundada do ciberjornalismo em territórios de baixa densidade populacional[5].

Imprensa regional: O jornalismo de proximidade em Portugal na era digital	
Autor	Paulo António Leitão Monteiro
Orientador	Nelson Costa Ribeiro
Instituição	Universidade Católica Portuguesa
Publicação	Março de 2025

A investigação de doutoramento analisa a adaptação da imprensa regional portuguesa ao ambiente digital, com particular atenção à convergência entre as edições impressas e online, à transformação das rotinas jornalísticas e à procura de novos modelos de financiamento. O estudo aborda ainda a influência das redes sociais, dos dispositivos móveis e das plataformas digitais na produção e distribuição de notícias de proximidade.

A tese identifica uma presença significativa dos jornais regionais na Internet, sobretudo através de websites e páginas de Facebook, enquanto a utilização de outras redes sociais e de aplicações móveis permanece menos frequente. Destaca também as dificuldades de sustentabilidade económica, a necessidade de novas competências digitais nas redações e a

[5] https://hdl.handle.net/10216/172042

adaptação dos conteúdos jornalísticos aos diferentes suportes e hábitos de consumo de informação[6].

How can journalism and its professionals adapt to young people's demands in terms of journalistic value?	
Autor	Vasco Avides Moreira de Araújo
Orientadores	Cristina Ponte e Fernando Ribeiro
Instituição	Faculdade de Ciências Sociais e Humanas da Universidade NOVA de Lisboa
Publicação	Maio de 2025

A investigação centra-se na adaptação do jornalismo às preferências informativas dos jovens, analisando os desafios que as redes sociais e as plataformas de vídeo colocam aos profissionais e às organizações noticiosas. O trabalho explora a relação dos adolescentes portugueses com as notícias, particularmente a importância dos formatos audiovisuais, da linguagem e da proximidade comunicacional na apresentação de informação jornalística.

A crescente presença de influenciadores e outros produtores de conteúdos informativos nas plataformas digitais constitui outro eixo relevante da investigação, que questiona como podem os jornalistas aproximar-se dos públicos mais jovens sem comprometer os valores e as exigências éticas da profissão. A tese aborda, deste modo, as transformações da produção e distribuição de notícias no ambiente digital português, com especial atenção às novas formas de comunicação jornalística nas redes sociais[7].

3.1.3 Relatórios

Digital News Report Portugal 2025	
Autores	Gustavo Cardoso, Miguel Paisana e Ana Pinto-Martinho
Instituição	OberCom – Observatório da Comunicação
Publicação	Junho de 2025

O *Digital News Report Portugal 2025*, elaborado pelo OberCom em colaboração com o Reuters Institute for the Study of Journalism, analisa os hábitos de consumo de notícias e a relação dos públicos portugueses com o jornalismo. O estudo baseia-se num inquérito a 2014 utilizadores de Internet em Portugal, realizado entre janeiro e fevereiro de 2025.

[6] https://repositorio.ucp.pt/entities/publication/0f8889d0-f1a3-4ef3-8eff-19e7d30e2424
[7] https://hdl.handle.net/10362/184805

Entre os principais resultados, destaca-se a descida da confiança nas notícias para 54%, o valor mais baixo desde o início da série, em 2015, embora Portugal ocupe ainda o 7.º lugar entre os 48 mercados analisados. Paralelamente, 71% dos inquiridos manifestam preocupação com a desinformação online. Na verificação de informações suspeitas, as principais referências são as marcas de notícias da sua confiança e as fontes oficiais, ambas mencionadas por 38% dos inquiridos. No domínio da literacia mediática, apenas 21% afirmam ter recebido algum tipo de formação nesta área. A sustentabilidade económica do jornalismo digital continua também a enfrentar dificuldades, uma vez que somente 10% dizem ter pago por notícias na Internet no ano anterior. Quanto à inteligência artificial, os portugueses mostram-se mais recetivos à sua utilização como apoio ao trabalho dos jornalistas (34%) do que à produção de notícias sobretudo por IA, mesmo com supervisão humana (17%)[8].

Desertos de Notícias Europa 2025: Relatório de Portugal	
Autores	Pedro Jerónimo, Giovanni Ramos, Luísa Torre e Inês Salvador
Instituição	LabCom – Laboratório de Comunicação, Universidade da Beira Interior
Publicação	Outubro de 2025

Atualizando o mapeamento realizado em 2022, o estudo analisa a distribuição dos meios de comunicação social regionais e locais em Portugal, identificando os territórios com maior escassez de cobertura jornalística. Em 2025, foram classificados 45 concelhos como desertos de notícias, 38 como semidesertos e 87 em situação de ameaça. As maiores fragilidades continuam concentradas no interior do país, particularmente no Alentejo e em Trás-os-Montes.

No domínio digital, o relatório identifica a criação de 76 novos meios desde 2022, dos quais 65 exclusivamente online. Apesar deste crescimento, persistem desigualdades significativas entre o litoral e o interior, onde a presença de órgãos de comunicação social continua limitada. A edição de 2025 introduz ainda uma análise por sub-regiões (NUTS III), permitindo observar com maior detalhe as diferenças territoriais no acesso à informação jornalística de proximidade[9].

[8] https://www.obercom.pt/digital-news-report-portugal-2025/
[9] https://labcom.ubi.pt/wp-content/uploads/2025/10/DNE_relatorio-2025.pdf

Jornalismo de Proximidade, Jornalistas e Audiências: Propostas MediaTrust.Lab para Políticas Públicas	
Autores	Pedro Jerónimo, Inês Amaral, Maria José Brites, Tatiana Dourado, Ricardo Morais e Luísa Torre
Instituição	MediaTrust.Lab / LabCom – Universidade da Beira Interior
Publicação	Março de 2025

Desenvolvido no âmbito do projeto MediaTrust.Lab, o documento apresenta propostas de políticas públicas para reforçar o jornalismo de proximidade em Portugal, particularmente nos territórios de baixa densidade populacional. As recomendações estão organizadas em sete áreas dirigidas ao setor jornalístico e cinco centradas nos públicos e nas audiências, abordando problemas como os desertos de notícias, a escassez de profissionais e as dificuldades de financiamento dos meios regionais e locais.

Entre as medidas propostas encontram-se a criação de um fundo nacional de apoio ao jornalismo de proximidade, a formação dos jornalistas em competências digitais, o incentivo a modelos de negócio sustentáveis e o desenvolvimento de plataformas de colaboração entre órgãos de comunicação social. O documento defende ainda uma distinção mais clara entre meios jornalísticos e plataformas sem critérios editoriais, bem como o reforço da literacia mediática, da verificação de factos e da participação dos cidadãos na vida informativa das suas comunidades[10].

Livro Branco sobre a Inteligência Artificial no Jornalismo em Portugal	
Autores	Ana Cecília Nunes, Ana Marta M. Flores, António Granado, Carlos Camponez, Catarina Duff Burnay, Dora Santos Silva, Fábio Ribeiro, Felisbela Lopes, Joana Ramalho, João Miranda, José Manuel Sotero, Paulo Nuno Vicente, Pedro Jerónimo e Tatiana Dourado.
Instituição	Fundação Calouste Gulbenkian / European Media and Information Fund (EMIF), com coordenação científica da NOVA FCSH
Publicação	Dezembro de 2025

Coordenado pela NOVA FCSH, o estudo analisa a utilização da inteligência artificial nas redações portuguesas, procurando identificar práticas, dificuldades e necessidades de adaptação dos profissionais e das empresas jornalísticas. Os resultados mostram que cerca de 84% dos jornalistas inquiridos não tinham recebido formação em IA e que 64% afirmavam não existir um código de conduta sobre esta tecnologia nas redações onde trabalhavam.

[10] https://labcom.ubi.pt/wp-content/uploads/2025/08/Propostas-MediaTrust.Lab_.pdf

A utilização da IA concentra-se sobretudo em tarefas de pesquisa e recolha de informação (56,1%), tradução automática (41%) e transcrição (40%). O estudo identifica ainda fragilidades na definição de regras editoriais e de mecanismos de supervisão, particularmente acentuadas nos meios locais e regionais. O Livro Branco apresenta dez recomendações, incluindo a formação dos jornalistas, a criação de orientações para as redações, a identificação de conteúdos gerados por IA e o reforço da literacia mediática[11].

IA Generativa: Riscos e oportunidades para o jornalismo	
Autores	Paulo Couraceiro, Miguel Paisana, António Vasconcelos, Gustavo Cardoso e Vania Baldi
Instituição	OberCom – Observatório da Comunicação
Publicação	Fevereiro de 2025

Produzido no âmbito do projeto IBERIFIER Plus, o estudo analisa a utilização da inteligência artificial generativa no jornalismo, desde a automatização de tarefas à produção, distribuição e personalização de notícias. Com base em estudos anteriores e exemplos de redações internacionais, apresenta aplicações destas tecnologias e as oportunidades que oferecem para melhorar os processos de trabalho.

O relatório aborda também os riscos de produção de informação incorreta ou enviesada, as questões relacionadas com os direitos de autor e a crescente dependência dos órgãos de comunicação social em relação às grandes empresas tecnológicas. Analisa ainda os possíveis efeitos no emprego e nas competências dos jornalistas, defendendo a importância da formação, da supervisão humana e da transparência na utilização da inteligência artificial. A utilização de conteúdos jornalísticos para treinar modelos de IA e a necessidade de uma compensação justa aos órgãos de comunicação social merecem igualmente destaque[12].

Jornalismo de Prompt. Boas-práticas para a Utilização de IA Generativa no Jornalismo	
Autores	Paulo Couraceiro, Miguel Paisana, António Vasconcelos, José Nuno Pereira, Ana Pinto-Martinho, Pedro Caldeira Pais, Gustavo Cardoso e Vania Baldi
Instituição	OberCom – Observatório da Comunicação
Publicação	Maio de 2025

[11] https://gulbenkian.pt/publications/livro-branco-sobre-a-inteligencia-artificial-no-jornalismo-em-portugal/
[12] https://www.obercom.pt/wp-content/uploads/2025/04/IAGen_Jornalismo_3Abr_PT.pdf

O estudo aborda o conceito de *jornalismo de prompt*, centrado na utilização estratégica de instruções (*prompts*) para melhorar os resultados das ferramentas de inteligência artificial generativa aplicadas ao trabalho jornalístico. Reúne recomendações de diferentes plataformas e apresenta técnicas e exemplos práticos adaptados às necessidades das redações.

No contexto português, destaca a importância de respeitar as especificidades do português europeu, assegurar a proteção de dados e os direitos de autor e promover a formação contínua dos jornalistas. Inclui ainda uma experiência de reescrita de uma notícia da Agência Lusa com recurso à inteligência artificial e ao livro de estilo do *Público*. Embora a ferramenta tenha conseguido incorporar orientações editoriais, o texto produzido manteve-se muito próximo do original, tendo sido identificadas limitações que exigem verificação humana. O relatório recomenda, por isso, que as redações estabeleçam regras claras para a utilização destas tecnologias[13].

Disinformation on social networks in Spanish and Portuguese Iberian digital media ecosystem	
Autores	Javier Huertas-Tato, Ángel Panizo-Lledot, David Camacho, Belver Carolina, Olivier Philippe, Summer Devlin, Claudia Rosas, Juan Gómez Romero, Miguel Molina Solana, Ana Vranić, Paulo Almeida, Joana Gonçalves-Sá, Ramón Salaverría e Anais Sánchez-Hualde
Instituição	IBERIFIER – Iberian Digital Media Observatory
Publicação	Outubro de 2025

Desenvolvido no âmbito do projeto IBERIFIER Plus, o estudo analisa os mecanismos de propagação da desinformação nas redes sociais e apresenta ferramentas tecnológicas para identificar conteúdos falsos, acompanhar a sua circulação e reconhecer os intervenientes na sua disseminação. A investigação incide sobre três temas: Covid-19, alterações climáticas e questões de género, recorrendo à análise de redes e a métodos computacionais de deteção e classificação de conteúdos.

Os resultados revelam que diferentes narrativas desinformativas circulam frequentemente através das mesmas comunidades e canais, mesmo quando abordam assuntos distintos. A análise permitiu acompanhar a disseminação de mais de 300 conteúdos falsos e identificar padrões de partilha entre redes e grupos. No contexto ibérico, o relatório destaca ainda as dificuldades de acesso aos dados das plataformas digitais, que limitam a investigação

[13] https://www.obercom.pt/wp-content/uploads/2025/05/Jornalismo_prompt_PT_19Maio_Final.pdf

sobre a circulação da desinformação. A integração mais sistemática dos meios portugueses nas ferramentas de análise é apontada como uma etapa futura do projeto[14].

Legislativas 2025 – Informação e Desinformação nas Redes Sociais	
Autores	Gustavo Cardoso, José Moreno, Inês Narciso, Paulo Couraceiro e João Santos
Instituição	OberCom – Observatório da Comunicação
Publicação	Julho de 2025

O relatório acompanha a circulação de informação política no Facebook, X, Instagram e TikTok durante a pré-campanha e a campanha das legislativas de 2025, entre 21 de abril e 18 de maio. Analisa as publicações dos partidos e candidatos, as menções aos líderes partidários e a difusão de narrativas desinformativas, incluindo comparações com as eleições de 2022 e 2024.

O Chega e André Ventura destacaram-se na captação de visualizações e interações. A imigração ganhou centralidade face à corrupção, acompanhada por narrativas sobre uma alegada "invasão" e "islamização" de Portugal. Foram também identificados padrões de amplificação coordenada. Para o ciberjornalismo português, o interesse deste levantamento está na caracterização do ambiente de circulação da informação política em que os meios noticiosos intervêm, para além dos conteúdos publicados nas suas próprias páginas[15].

Desinformação nas Legislativas 2025: atividade dos partidos nas redes sociais	
Autores	Adriana Gonçalves, Afonso Fonseca, Bárbara Biolchi, Branco Di Fátima, Eduardo Camilo, Gabriela Occhipinti, João Canavilhas, Liliane Ito, Rita Deodato e Rodrigo Resende
Instituição	LabCom – Laboratório de Comunicação, Universidade da Beira Interior
Publicação	Julho de 2025

Centrado nas contas oficiais dos nove partidos com representação parlamentar, o relatório analisou pelo menos 4514 publicações, entre 7 de abril e 19 de maio de 2025. A monitorização procurou identificar conteúdos enquadráveis em categorias de desinformação previamente definidas, no âmbito da colaboração entre o LabCom e a ERC.

[14] https://iberifier.eu/2025/10/30/report-disinformation-on-social-networks-in-spanish-and-portuguese-iberian-digital-media-ecosystem/
[15] https://www.obercom.pt/wp-content/uploads/2025/07/Legislativas-2025_3Julho_FINAL.pdf

Foram identificados 16 casos, 13 dos quais associados ao Chega, correspondentes a cerca de 0,4% das publicações analisadas. Entre as situações detetadas estavam sondagens não registadas na ERC, divulgação de conteúdos de meios não registados, vídeos manipulados e publicações que desacreditavam a comunicação social ou o trabalho jornalístico. Os casos identificados somaram 197 471 interações e 12 368 partilhas. O contributo específico deste relatório está na análise da desinformação difundida pelos próprios partidos, incluindo a utilização de conteúdos noticiosos e os ataques à credibilidade do jornalismo. Estes resultados dizem respeito às contas monitorizadas, não à totalidade da desinformação eleitoral[16].

Spain & Portugal fact-checking brief – Q1 December 2024–February 2025	
Autores	IBERIFIER (coordenação de Filipe Pardal e Pablo Hernández Escayola)
Instituição	IBERIFIER – Iberian Digital Media Observatory
Publicação	Maio de 2025

Este balanço trimestral reúne os principais casos de desinformação identificados por seis organizações de verificação de factos em Portugal e Espanha, entre dezembro de 2024 e fevereiro de 2025. Em Portugal, destacam-se as narrativas contra a imigração, particularmente as associações falsas entre imigrantes, criminalidade e insegurança, incluindo conteúdos relacionados com a intervenção policial no Martim Moniz, em Lisboa.

O documento identifica também casos de desinformação que circularam nos dois países, como a apresentação enganosa de uma festividade tradicional portuguesa como uma manifestação contra muçulmanos e a divulgação de um vídeo manipulado de António Costa. Regista ainda a utilização de imagens alteradas e conteúdos produzidos com inteligência artificial para difundir informações falsas, nomeadamente sobre figuras políticas. O Polígrafo foi a entidade portuguesa que contribuiu para este levantamento[17].

Spain & Portugal fact-checking brief – Q2 March–May 2025	
Autores	IBERIFIER (coordenação de Filipe Pardal e Pablo Hernández Escayola)
Instituição	IBERIFIER – Iberian Digital Media Observatory
Publicação	Julho de 2025

[16] https://labcom.ubi.pt/wp-content/uploads/2025/07/2025_RelatorioERC_V6.pdf
[17] https://iberifier.eu/app/uploads/2025/05/IberifierFact-checkingbrief.pdf

Este balanço trimestral reúne os principais casos de desinformação identificados por seis organizações de verificação de factos em Portugal e Espanha, entre março e maio de 2025. Em Portugal, destacaram-se as narrativas relacionadas com a crise política que conduziu às eleições legislativas de 18 de maio, a imigração e o apagão elétrico que afetou a Península Ibérica, acompanhado pela circulação de várias teorias da conspiração sobre as suas causas.

O documento assinala também a utilização crescente de inteligência artificial na produção de conteúdos falsos ou manipulados. Entre os casos identificados em Portugal encontram-se conteúdos enganosos envolvendo o jornalista Pedro Andersson e falsas campanhas de investimento atribuídas a figuras públicas, como Cristiano Ronaldo e Luís Montenegro, recorrendo a vídeos manipulados e imagens alteradas para conferir credibilidade às mensagens fraudulentas[18].

Spain & Portugal fact-checking brief – Q3 June–August 2025	
Autores	IBERIFIER (coordenação de Filipe Pardal e Pablo Hernández Escayola)
Instituição	IBERIFIER – Iberian Digital Media Observatory
Publicação	Outubro de 2025

O terceiro balanço trimestral do IBERIFIER reúne os principais casos de desinformação identificados em Portugal e Espanha entre junho e agosto de 2025, com base no trabalho de quatro organizações de verificação de factos, entre as quais o Polígrafo.

Em Portugal, destacaram-se as narrativas falsas que associavam a imigração à criminalidade e a alegados privilégios concedidos pelo Estado, bem como a divulgação de informações enganosas sobre os incêndios florestais, nomeadamente quanto à área ardida e à atuação das autoridades. A morte do futebolista Diogo Jota também originou conteúdos falsos, incluindo notícias inventadas sobre o funeral e supostas homenagens.

O relatório assinala ainda a circulação de imagens e vídeos manipulados sobre os conflitos no Médio Oriente e na Ucrânia, alguns produzidos com inteligência artificial. O X foi a plataforma mais referida pelas organizações participantes na identificação de casos de desinformação[19].

[18] https://iberifier.eu/app/uploads/2025/08/Iberifier-ReportQ2.pdf
[19] https://iberifier.eu/app/uploads/2025/11/Iberifier-ReportQ3.pdf

3.1.4 Artigos

3.1.4.1 Capítulos de livros

Can I Have Some News? Local Journalism Gaps and the Role of Platforms	
Autores	Pedro Jerónimo e Luísa Torre
Publicação	Capítulo de livro científico — *Mapping the Evolution of Platform Society: Multidisciplinary Insights from Social and Political Sciences*, pp. 89–105. Emerald Publishing.

Em 2022, cerca de um quarto dos municípios portugueses (25,3%) não dispunha de órgãos de comunicação social sediados no território e dedicados à sua cobertura informativa. Partindo deste diagnóstico, Jerónimo e Torre discutem como as populações dos chamados desertos de notícias recorrem às plataformas digitais, particularmente a páginas e grupos de Facebook, para acompanhar os acontecimentos locais. Embora estes espaços permitam a circulação de informação nas comunidades, também apresentam riscos de desinformação e manipulação.

TikTokisation of the News: News Media Content Production Strategies in Portugal	
Autores	Antonio Martella e Pedro Jerónimo
Publicação	Capítulo de livro científico — *Mapping the Evolution of Platform Society: Multidisciplinary Insights from Social and Political Sciences*, pp. 107–129. Emerald Publishing.

Como adaptam os meios de comunicação portugueses as notícias ao TikTok? Martella e Jerónimo analisam as estratégias de produção de conteúdos jornalísticos nesta plataforma, colocando em relação as escolhas dos meios e as características do espaço onde publicam. O trabalho aborda uma dimensão específica do ciberjornalismo em Portugal: a produção de notícias para plataformas externas aos websites dos órgãos de comunicação social, com linguagens e condições de circulação próprias.

Navigating the Crossroads of the Digital Age: How Journalists Perceive Disinformation	
Autores	Luísa Torre, Pedro Jerónimo, Tatiana Dourado e João Miranda
Publicação	Capítulo de livro científico — *Building Media Trust*, pp. 103–140. Editora LabCom.

A responsabilidade pela circulação de desinformação não é atribuída exclusivamente a agentes externos ao jornalismo. Num inquérito a 485 jornalistas em Portugal, 69,6% dos

participantes que responderam à questão atribuíram um peso elevado ou muito elevado aos cidadãos e às audiências na sua propagação. Embora 35,9% tenham reconhecido esse grau de responsabilidade aos órgãos de comunicação social em geral, apenas 8,7% o atribuíram ao meio onde trabalham. Esta diferença revela uma perceção crítica do sistema mediático que tende a atenuar-se quando os profissionais avaliam a própria organização.

O reposicionamento do jornalismo no centro da luta pela verdade e pela sua auto-legitimação	
Autores	Miguel Paisana e Aldina Margato
Publicação	Capítulo de livro científico — O direito de não ser desinformado: Media, fact-checking e literacias em Portugal, pp. 95–130. Almedina.

O Polígrafo, o Observador, o Público e a Lusa são os casos portugueses analisados neste capítulo sobre a verificação de factos. Os autores examinam a organização das iniciativas, os procedimentos de verificação, a transparência das fontes e os canais de participação dos leitores. Distinguem o jornalismo especializado do Polígrafo, as secções de verificação do Observador e do Público e a atividade da Lusa de informação e formação contra a desinformação. No contexto do ciberjornalismo português, o capítulo permite conhecer diferentes formas de selecionar conteúdos para verificar, explicar os resultados ao público e receber sugestões dos leitores através dos canais digitais.

3.1.4.2 Artigos em revistas

Tecnologia, inovação e modelos de negócio nos jornais regionais portugueses	
Autores	Marta Santos Silva, Adriana Gonçalves e Ricardo Morais
Publicação	Artigo científico — *Texto Livre*, vol. 18, artigo e55812.

Como financiar o jornalismo regional na transição para o digital? A partir de entrevistas a responsáveis de seis jornais portugueses, os autores comparam três publicações com edição impressa e três nativas digitais. Nos jornais tradicionais estudados, o papel mantém importância nas receitas, enquanto os nativos digitais combinam fontes como investimento privado, bolsas, assinaturas e donativos. Embora os entrevistados associem sobretudo a inovação à tecnologia, também a relacionam com o financiamento e as escolhas editoriais. Nestes seis casos, a adaptação ao digital envolve tanto ferramentas de produção e distribuição como a procura de receitas para manter a atividade jornalística.

Invisível e Vulnerável, mas Resiliente: Um Retrato da Imprensa Regional Centenária em Portugal	
Autoras	Liliana Carona e Rita Basílio de Simões
Publicação	Artigo científico — *Comunicação e Sociedade*, vol. 48, artigo e025018.

Entre os 40 jornais regionais centenários identificados em Portugal, 24 combinavam, segundo os registos consultados, o suporte impresso com o digital, enquanto 16 estavam classificados como exclusivamente impressos. As autoras verificaram, contudo, que alguns destes últimos mantinham websites ou páginas nas redes sociais sem que essa presença estivesse atualizada nos registos da ERC. O estudo evidencia uma transição digital desigual, condicionada por dificuldades económicas e pela reduzida capacidade de renovação dos meios regionais. Estas fragilidades ajudam a compreender os obstáculos à consolidação do ciberjornalismo de proximidade, sobretudo em territórios mais vulneráveis à desertificação informativa.

Portuguese Alternative Media in the Platform Era: Complexity and Innovation in Fumaça and Divergente	
Autoras	Cátia Ferreira e Carla Ganito
Publicação	Artigo científico — Estudos em Comunicação, n.º 41, vol. 2, pp. 3–17.

O Fumaça e a Divergente são dois projetos portugueses de jornalismo digital que apostam na investigação e em histórias aprofundadas, dando espaço a pessoas e assuntos com menor presença nos meios tradicionais. As autoras analisaram os conteúdos e os formatos de ambos para perceber como utilizam os recursos digitais na construção das suas narrativas. A combinação de formatos multimédia, a diversidade dos temas e o aprofundamento das histórias permitem conhecer práticas do ciberjornalismo português desenvolvidas fora dos grandes grupos de comunicação. O artigo aborda também as dificuldades destes projetos em chegar aos públicos e sustentar a sua atividade num ambiente em que as plataformas digitais condicionam a circulação das notícias.

Relação entre jornalismo e público(s): Interatividade, Participação e as Dificuldades de Comunicação nos Meios Portugueses	
Autores	Aldina Margato e Jorge Vieira
Publicação	Artigo científico — Media & Jornalismo, vol. 25, n.º 47, artigo e4702.

A existência de canais digitais de contacto não garante uma participação efetiva dos públicos no jornalismo português. A partir da análise de dez plataformas noticiosas e de seis entrevistas a jornalistas, os autores identificaram condições limitadas para o diálogo com os leitores. O Observador e o Público destacaram-se pela disponibilização de mecanismos de interatividade, embora os profissionais também subaproveitassem esses recursos. A falta de disponibilidade dos jornalistas, a ausência de orientações internas que incentivem o diálogo e o receio de enfrentar discursos hostis surgem como obstáculos à aproximação aos públicos.

Abrir o convite à interação. Análise dos comentários, partilhas e reações às notícias publicadas no Facebook do Jornal de Notícias e Público	
Autor	Fábio Ribeiro
Publicação	Artigo científico — Estudos em Comunicação, n.º 41, vol. 2, pp. 37–59.

O estudo analisou mais de 200 notícias publicadas nas páginas de Facebook do Jornal de Notícias e do Público durante uma semana, procurando identificar os temas que suscitam comentários, partilhas e reações. As notícias de desporto, sociedade e política predominaram entre os conteúdos publicados e marcaram os assuntos mais comentados e partilhados, destacando-se a cobertura local e regional no Jornal de Notícias e os temas políticos no Público. A análise das reações através de emojis revelou padrões repetitivos e pouca diferenciação temática, levando o autor a salientar a sua função de marketing relacional.

Reporteros del futuro: consumo de noticias entre estudiantes de periodismo en Portugal	
Autores	João Canavilhas e Branco Di Fátima
Publicação	Artigo científico — *Doxa Comunicación*, n.º 40, pp. 305–319.

O estudo analisou os hábitos de consumo noticioso de 449 estudantes de jornalismo de dez instituições de ensino superior portuguesas, confirmando a predominância dos meios digitais. Entre os inquiridos, 89,1% consultam notícias em websites de órgãos de comunicação social tradicionais e nativos digitais, enquanto 81,5% não leem imprensa em papel. A imprensa online (33,6%) e as redes sociais (31,6%) destacam-se como principais fontes de informação. Além disso, 86,4% acedem a notícias através de ligações encontradas nas redes sociais, evidenciando a importância destas plataformas nos hábitos informativos dos futuros jornalistas portugueses.

Challenges and Needs in Algorithmic Literacy for Journalists: Uncovering the Reality of Portuguese Newsrooms	
Autores	Paulo Couraceiro, Caterina Foà e Ana Pinto-Martinho
Publicação	Artigo científico — *Journalism Practice*, vol. 19, n.º 10, pp. 2465–2496.

Nas redações portuguesas persistem dificuldades na compreensão e utilização dos sistemas algorítmicos, particularmente na distinção entre o funcionamento dos algoritmos e o da inteligência artificial. Com base num inquérito online a 219 jornalistas e em três grupos de discussão, os autores identificaram lacunas de conhecimento e dificuldades na utilização prática de ferramentas de IA generativa. Os profissionais reconhecem o potencial destas tecnologias para melhorar a produtividade e a qualidade do trabalho jornalístico, mas manifestam preocupações com os enviesamentos e as implicações éticas. Os resultados apontam para necessidades de formação em literacia algorítmica, competências técnicas e utilização responsável da inteligência artificial.

Desorden informativo y periodismo: cartografía de las competencias digitales y las carencias formativas de los periodistas en Portugal	
Autores	Tatiana Dourado, Luísa Torre e Pedro Jerónimo
Publicação	Artigo científico — *Doxa Comunicación*, n.º 40, pp. 279–304.

Com base num inquérito a 169 jornalistas a exercer em Portugal, o estudo procurou identificar as competências digitais dos profissionais e as suas principais necessidades de formação. Entre os inquiridos, 97,6% reconheceram a necessidade de atualizar conhecimentos perante os desafios da desinformação. As prioridades formativas variaram consoante o âmbito de atuação: os jornalistas locais destacaram a otimização para motores de pesquisa (SEO) e a divulgação de notícias nas redes sociais; os nacionais privilegiaram a inteligência artificial e os podcasts; e os profissionais de cobertura internacional salientaram o jornalismo de dados. A verificação de factos revelou-se uma preocupação transversal aos diferentes grupos.

Media Self-Regulation in the Use of AI: Limitation of Multimodal Generative Content and Ethical Commitments to Transparency and Verification	
Autores	Pilar Sánchez-García, Alba Diez-Gracia, Ignacio Repilado Mayorga e Pedro Jerónimo
Publicação	Artigo científico — *Journalism and Media*, vol. 6, n.º 1, artigo 29.

A análise de 45 documentos de autorregulação sobre a utilização da inteligência artificial no jornalismo permitiu identificar diferentes orientações e compromissos éticos, incluindo os adotados por dois órgãos de comunicação social portugueses: o Expresso e a Mensagem de Lisboa. O primeiro admite a IA como ferramenta de apoio à produção jornalística, enquanto o segundo restringe a sua utilização na produção de texto à tradução e proíbe a geração de imagens, vídeos e gráficos. A Mensagem de Lisboa destaca ainda a necessidade de prevenir enviesamentos e proteger a representação de comunidades marginalizadas. No conjunto dos documentos analisados, a transparência, a verificação da informação e a supervisão humana surgem como preocupações centrais.

The use and ethical implications of artificial intelligence, collaboration, and participation in local Ibero-American newsrooms	
Autores	Elvira García de Torres, Giovanni Ramos, Lyudmyla Yezers'ka, Mayra Gonzales, Liza Higuera e Claudia Herrera
Publicação	Artigo científico — *Frontiers in Communication*, vol. 10, artigo 1539844.

A investigação analisou a utilização da inteligência artificial, a colaboração jornalística e a participação dos públicos em 12 órgãos de comunicação social locais de sete países ibero-americanos. A amostra incluiu 138 jornalistas, dos quais 13 portugueses, pertencentes aos jornais A Voz de Trás-os-Montes, Jornal do Fundão e Região de Leiria. Os resultados globais revelaram uma utilização ainda limitada da inteligência artificial na produção noticiosa, preocupações éticas e reduzida experiência de colaboração entre redações e com as audiências, apesar da abertura dos profissionais a estas práticas. O estudo não apresenta resultados individualizados para Portugal, mas integra três redações regionais portuguesas na análise comparativa.

On Fact-Checking Service: Artificial Intelligence's Uses in Ibero-American Fact-Checkers	
Autores	João Canavilhas e Liliane Ito
Publicação	Artigo científico — *Social Sciences*, vol. 14, n.º 9, artigo 514.

No panorama ibero-americano da verificação de factos, o Polígrafo português apresenta uma utilização sobretudo instrumental da inteligência artificial, associada à distribuição de conteúdos verificados nas plataformas digitais, nomeadamente através da colaboração com a Meta. A partir de entrevistas a responsáveis de quatro organizações de Portugal, Espanha, Argentina e Brasil, os autores identificaram diferentes níveis de integração tecnológica, com

algumas entidades a desenvolver ferramentas próprias. No caso português, destacam-se a dependência das plataformas externas e a necessidade de supervisão humana nos processos de verificação jornalística.

Jornalismo local na era digital: revisão sistemática de uma década de pesquisa	
Autores	Pedro Jerónimo e Luísa Torre
Publicação	Artigo científico — *Texto Livre*, vol. 18, artigo e59031.

A partir de uma revisão sistemática de 149 estudos internacionais publicados entre 2013 e 2023, os autores identificaram os principais desafios do jornalismo local digital, particularmente a transformação tecnológica, a sustentabilidade e a participação das audiências. No contexto português, a investigação recupera evidências de que os jornalistas locais utilizam ferramentas digitais sobretudo para recolher informação e contactar fontes, recorrendo menos a estas tecnologias para envolver as comunidades. Apesar da permanência da imprensa e da rádio nos hábitos informativos locais, os websites noticiosos e o Facebook destacam-se como espaços relevantes de acesso à informação de proximidade.

3.2 Projetos

Os projetos selecionados para 2025 ilustram diferentes iniciativas relacionadas com o ciberjornalismo português, desde a avaliação da qualidade da informação e a literacia mediática até à inovação no jornalismo digital de proximidade e à formação tecnológica dos profissionais. Além dos quatro projetos e iniciativas apresentados em fichas próprias, foram identificadas outras iniciativas relevantes, como o "Pinóquio na Escola[20]", promovido pelo Polígrafo para desenvolver competências de verificação de factos e combate à desinformação digital entre os jovens; os cursos online do MediaTrust.Lab[21], dirigidos à capacitação dos jornalistas regionais e dos cidadãos; e o "Portulano Digital[22]" , uma iniciativa do SETE JORNAL que recorre a ferramentas digitais para organizar documentação municipal e facilitar o trabalho de investigação jornalística local.

[20] https://poligrafo.sapo.pt/institucional/pinoquio-na-escola-vai-desafiar-alunos-do-secundario-a-entrar-na-luta-contra-a-desinformacao/
[21] https://www.ubi.pt/Noticia/8030
[22] https://www.journalismfund.eu/portulano-digital

Relativamente aos projetos apresentados na edição anterior do relatório, a parceria de literacia mediática entre o TikTok e o Polígrafo[23] teve continuidade na produção de vídeos educativos sobre desinformação. Segundo informação divulgada pela plataforma em janeiro de 2026, esses conteúdos estavam disponíveis no Centro Eleitoral dedicado às eleições presidenciais portuguesas, lançado em 9 de dezembro de 2025.

Por sua vez, "A Bomba-Relógio da Abstenção[24]" , investigação de jornalismo de dados da Divergente, foi distinguida em novembro de 2025 como vencedora ex aequo do Prémio Jornalismo de Dados SPE 2024.

Médio Tejo eXpress – News that Speaks Your Language

Desenvolvido pela associação PERSPECTIVA e pelo jornal regional mediotejo.net, com financiamento europeu atribuído em abril de 2025, o Médio Tejo eXpress procurou aproximar o jornalismo de proximidade dos jovens entre os 16 e os 30 anos. O projeto apostou numa aplicação de notícias para dispositivos móveis, na produção de conteúdos em texto, áudio e vídeo e na utilização de formatos adaptados às redes sociais, nomeadamente Instagram e TikTok.

Durante 2025, a iniciativa introduziu atualizações noticiosas diárias, resumos de um minuto e notificações para telemóvel, tendo ainda testado a aplicação com 22 estudantes de jornalismo. No âmbito das eleições autárquicas, promoveu 12 debates políticos. O projeto constitui uma experiência de inovação no ciberjornalismo regional português, combinando novas formas de distribuição de notícias, participação cívica e estratégias de aproximação aos públicos mais jovens[25].

B-Digital Media – Programa de Capacitação para a Transição Digital dos Media

Lançado em 2025 pela Associação Portuguesa de Imprensa, em parceria com o Aveiro Media Competence Center (AMCC) e o Cenjor, com financiamento da Visapress, o B-Digital Media é um programa de formação dirigido a jornalistas e profissionais dos órgãos de comunicação social, com especial atenção às necessidades da imprensa regional e local.

[23] https://newsroom.tiktok.com/esforos-do-tiktok-para-garantir-a-integridade-eleitoral-das-eleies-presidenciais-em-portugal?lang=pt
[24] https://spestatistica.pt/index.php/pt/noticias/noticia/vencedoras-do-premio-jornalismo-de-dados-spe-2024
[25] https://www.journalismfund.eu/medio-tejo-express-news-speaks-your-language

Com uma programação de 100 horas, entre abril e dezembro de 2025, o projeto organizou a formação em quatro áreas: digitalização, plataformas, modelos de negócio e audiências. Os conteúdos abrangeram a adaptação dos produtos jornalísticos ao ambiente online, a produção multiplataforma, a utilização de ferramentas de inteligência artificial, as estratégias para redes sociais e a sustentabilidade dos meios digitais. Incluíram ainda formação sobre publicidade digital, otimização para motores de pesquisa (SEO) e análise de audiências, procurando reforçar as competências dos profissionais na transformação digital do jornalismo português[26].

BIP – Barómetro para a Qualidade da Informação

Desenvolvido pelo Centro de Estudos de Comunicação e Sociedade (CECS), da Universidade do Minho, o BIP – Barómetro para a Qualidade da Informação é um projeto que recorre a uma plataforma digital para recolher e analisar as perceções dos cidadãos sobre a qualidade da informação. Em 2025, disponibilizou um referencial teórico-metodológico e promoveu um inquérito online dedicado à cobertura jornalística dos incêndios em Portugal.

Realizado entre julho e outubro, o inquérito reuniu 108 respostas, das quais 42,6% avaliaram negativamente a qualidade da cobertura noticiosa e 29,6% a consideraram razoável. Os resultados, divulgados em dezembro[27], não permitem generalizações estatísticas, dada a natureza não probabilística da amostra. Embora não se concentre exclusivamente nos cibermeios, o projeto explora a participação dos públicos através de ferramentas digitais e a avaliação da credibilidade e qualidade da informação jornalística[28].

Plano Nacional de Literacia Mediática 2025–2029

Aprovado pela Resolução do Conselho de Ministros n.º 65/2025, publicada em 18 de março, o Plano Nacional de Literacia Mediática 2025–2029 estabelece uma estratégia para promover o consumo crítico de informação, combater a desinformação e reforçar as competências digitais dos cidadãos portugueses. A sua implementação foi atribuída à estrutura

[26] https://b-digitalmedia.a-mcc.eu/programa-b-digital-media/
[27] https://b-info.pt/barometro/como-avalia-a-informacao-jornalistica-sobre-os-incendios-em-portugal-difundida-desde-julho-de-2025/
[28] https://b-info.pt/

de missão #PortugalMediaLab, envolvendo entidades públicas, instituições educativas e órgãos de comunicação social.

Com particular interesse para o ciberjornalismo, o plano prevê iniciativas de literacia noticiosa, verificação de factos e capacitação para os desafios associados à inteligência artificial e aos algoritmos das plataformas digitais. Contempla ainda o envolvimento dos meios de comunicação regionais e locais, incluindo ações de formação dirigidas aos seus profissionais. A estratégia estabelece um horizonte de atuação até 2029, com atividades a definir e avaliar anualmente[29].

3.3 Eventos

Reúnem-se 15 entradas dedicadas a encontros, iniciativas e distinções de 2025, apresentadas por ordem cronológica. Incluem congressos, conferências, seminários, um colóquio, jornadas e os Prémios de Ciberjornalismo. As sínteses destacam os contributos relacionados com o jornalismo digital português, incluindo os apresentados em encontros internacionais.

Cumio Ibérico de Xornalismo Local	
Organização	Grupo Novos Medios, Universidade de Santiago de Compostela, em colaboração com o projeto MediaTrust.Lab, do LabCom – Universidade da Beira Interior
Local	Faculdade de Ciências da Comunicação, Universidade de Santiago de Compostela, Espanha
Realização	20 e 21 de janeiro de 2025

O encontro reuniu investigadores da Galiza e de Portugal para discutir os desafios do jornalismo de proximidade, com especial atenção à transformação digital dos meios regionais e locais. Entre os temas abordados estiveram os desertos de notícias, a desinformação, a fragmentação das audiências, a inteligência artificial e a procura de modelos de negócio capazes de assegurar a sustentabilidade dos órgãos de comunicação social.

A participação portuguesa contou com investigadores ligados ao LabCom, nomeadamente Pedro Jerónimo, Luísa Torre e Giovanni Ramos. Pedro Jerónimo apresentou o projeto MediaTrust.Lab, dedicado à confiança e à literacia mediática em contextos de proximidade, e abordou a desinformação à escala local. Luísa Torre apresentou uma

[29] https://diariodarepublica.pt/dr/detalhe/resolucao-conselho-ministros/65-2025-911303074

comunicação sobre os desertos de notícias e a circulação de informação e desinformação em Portugal. O encontro permitiu ainda discutir possibilidades de colaboração científica entre investigadores portugueses e galegos, particularmente no estudo das dificuldades enfrentadas pelo jornalismo local num ambiente informativo cada vez mais condicionado pelas plataformas digitais[30].

I Cimeira Ibero-Americana de Investigação em Jornalismo Colaborativo, Meios de Proximidade, Inteligência Artificial e Desinformação na Era Digital	
Organização	MediaTrust.Lab (Portugal) e CROSSMEDIA-EU (Espanha)
Local	Formato híbrido / Faculdade de Ciências da Informação, Universidade Complutense de Madrid, Espanha
Realização	23 e 24 de janeiro de 2025

Organizada conjuntamente pelo projeto português MediaTrust.Lab e pelo espanhol CROSSMEDIA-EU, a cimeira reuniu investigadores de vários países para debater o jornalismo colaborativo, a transformação digital dos meios de proximidade, a inteligência artificial e a desinformação. O encontro incluiu a apresentação de investigações desenvolvidas em Portugal, particularmente sobre a confiança no jornalismo regional e local e a relação dos públicos com a informação.

Entre as comunicações portuguesas, Luísa Torre abordou o papel das audiências locais na verificação de factos, enquanto Tatiana Dourado, Luísa Torre, Pedro Jerónimo e Ricardo Morais apresentaram um trabalho sobre as perceções dos jornalistas e dos públicos portugueses relativamente à desinformação e à confiança nos meios de proximidade. João Miranda, Inês Amaral e Sílvio Santos centraram-se nos mecanismos digitais de transparência e responsabilização no jornalismo local e regional português. Hélder Bastos participou numa comunicação sobre a formação de profissionais para projetos de jornalismo colaborativo transfronteiriço, e Giovanni Ramos integrou uma investigação internacional dedicada à colaboração entre meios locais. O programa contemplou ainda trabalhos sobre podcasting jornalístico, desinformação visual e aplicações da inteligência artificial à produção de informação[31].

[30] https://novosmedios.gal/2025/01/22/galicia-portugal-valor-proximidade-cumio-iberico-xornalismo-local/ e https://www.ubi.pt/Noticia/7929

[31] https://periodismocolaborativo.com/exito-de-la-i-cumbre-iberoamericana-de-investigacion-en-periodismo-colaborativo-medios-de-proximidad-inteligencia-artificial-y-desinformacion-en-la-era-digital/

Congresso bYou – Crianças, Jovens e Media: Vidas (Des)Ligadas?	
Organização	Centro de Estudos de Comunicação e Sociedade (CECS), Universidade do Minho, no âmbito do projeto bYou
Local	Universidade do Minho, Campus de Gualtar, Braga
Realização	7 e 8 de fevereiro de 2025

O congresso reuniu investigadores, jornalistas e representantes de projetos escolares para debater as práticas informativas dos mais jovens e a sua participação no ambiente digital.

Entre os temas abordados destacaram-se os desafios da produção de conteúdos jornalísticos para crianças e jovens, as expectativas destes públicos relativamente aos jornais digitais e as estratégias para aproximar os adolescentes das notícias através das redes sociais. Foram ainda apresentadas experiências de participação dos mais jovens na produção de informação, incluindo projetos de jornalismo escolar desenvolvidos em plataformas digitais[32].

Em julho de 2025, a UMinho Editora publicou o livro de atas do congresso, reunindo uma seleção dos trabalhos apresentados[33].

Congresso Media, Política e Democracia	
Organização	Universidade Autónoma de Lisboa e Instituto de Comunicação da NOVA (ICNOVA)
Local	Universidade Autónoma de Lisboa, Lisboa
Realização	28 de fevereiro de 2025

O congresso reuniu investigadores e profissionais para debater as relações entre jornalismo, política e democracia, com particular atenção aos desafios colocados pelas tecnologias digitais. A conferência inaugural, "Da desertificação informativa à automação", abordou as possibilidades de utilização da inteligência artificial no jornalismo local.

Entre as comunicações mais relacionadas com o ciberjornalismo português destacaram-se estudos sobre a interação entre deputados e jornalistas na plataforma X, o impacto da digitalização da informação pública nas rotinas jornalísticas e no jornalismo de dados, bem como a utilização política da verificação de factos nas redes sociais. O programa incluiu ainda uma mesa-redonda sobre os desafios do jornalismo perante os conflitos, o populismo e a tecnologia[34].

[32] https://www.byou.ics.uminho.pt/wp-content/uploads/2025/02/Congresso_bYou_Programa-Completo.pdf
[33] https://ebooks.uminho.pt/uminho/pt/catalog/book/189
[34] https://autonoma.pt/congresso-media-politica-e-democracia-2/

Ciclo de Conferências "O Futuro do Jornalismo"	
Organização	Escola Superior de Educação de Coimbra (ESEC), Instituto Politécnico de Coimbra
Local	Auditório da Escola Superior de Educação de Coimbra
Realização	17 de março e 23 de abril

O ciclo de conferências "O Futuro do Jornalismo" promoveu uma reflexão sobre as transformações do jornalismo português, com particular atenção aos desafios do ambiente digital. A primeira sessão, com Vania Baldi e Branco Di Fátima, abordou a desinformação, o discurso de ódio nas redes sociais e a importância da verificação de factos e da literacia mediática.

A evolução do ciberjornalismo português esteve em destaque na sessão dedicada aos 30 anos do jornalismo digital em Portugal, que contou com a participação de Fernando Zamith, diretor do ObCiber, e Nuno Marques, jornalista do Jornal de Notícias, um dos fundadores do JN online. O debate incidiu sobre o percurso do jornalismo online nacional e as transformações das práticas jornalísticas, incluindo o desenvolvimento do jornalismo alternativo local na Internet[35].

Conferência "Desinformação vs. Liberdade de Expressão"	
Organização	IBERIFIER – Iberian Digital Media Observatory
Local	Iscte – Conhecimento e Inovação, Lisboa
Realização	27 de março de 2025

Organizada pelo projeto IBERIFIER, a conferência reuniu investigadores e especialistas para debater os desafios da desinformação no ambiente digital, a verificação de factos e a relação entre o combate à manipulação informativa e a liberdade de expressão.

O programa incluiu um painel sobre *fact-checking* e literacia mediática, com a participação de Filipe Pardal, do Polígrafo, e representantes de organizações internacionais de verificação de factos. A influência da inteligência artificial, dos algoritmos e das plataformas digitais foi discutida numa sessão moderada por Miguel Paisana, do OberCom, com a participação de investigadores portugueses e estrangeiros. Estes debates abordaram questões

[35] https://www.esec.pt/eventos/ciclo-conferencias-o-futuro-do-jornalismo/

diretamente relacionadas com o ciberjornalismo, particularmente a verificação da informação online e os desafios colocados pelas plataformas digitais à circulação de notícias credíveis[36].

Colóquio Dinâmicas da Desinformação Política em Portugal: Media, Partidos e Redes Sociais	
Organização	LabCom – Laboratório de Comunicação, Universidade da Beira Interior, em parceria com a ERC
Local	Faculdade de Artes e Letras, Universidade da Beira Interior, Covilhã
Realização	17 de setembro de 2025

O colóquio reuniu investigadores, representantes da Entidade Reguladora para a Comunicação Social (ERC) e especialistas em verificação de factos para discutir a circulação de desinformação política nas redes sociais e os desafios colocados aos meios de comunicação portugueses. O encontro ficou marcado pela apresentação do Observatório de Desinformação Política (ODEPOL), coordenado por João Canavilhas, e do relatório *Desinformação nas Legislativas 2025: atividade dos partidos nas redes sociais*, apresentado por Branco Di Fátima, com resultados da monitorização das publicações dos partidos políticos durante a campanha eleitoral.

A presidente da ERC, Helena Sousa, abordou a importância democrática da comunicação social regional e local, alertando para o desaparecimento de jornais e rádios e para as dificuldades de sustentabilidade destes meios. João Canavilhas destacou também a proliferação de plataformas digitais sem critérios jornalísticos, defendendo o reforço da literacia mediática e da verificação de factos. O programa incluiu intervenções de Carla Martins e Telmo Gonçalves sobre o combate à desinformação em contexto eleitoral, a regulação das plataformas e o Regulamento Europeu dos Serviços Digitais, além de uma apresentação de Tamiris Tinti Volcean sobre a experiência da AletheiaFact na verificação de informação política. Foi ainda prevista uma reunião entre a ERC e representantes dos media regionais, dedicada aos problemas enfrentados pelo setor[37].

[36] https://cies.iscte-iul.pt/np4/4469.html
[37] https://labcom.ubi.pt/dinamicas-da-desinformacao-politica-em-portugal-media-partidos-e-redes-sociais/

MediaCon 2025 – O jornalismo que queremos	
Organização	Goethe-Institut Portugal
Local	Goethe-Institut, Lisboa
Realização	10 e 11 de outubro de 2025

A segunda edição da MediaCon reuniu jornalistas, investigadores e profissionais dos media para debater o futuro do jornalismo, num contexto marcado pela desinformação, pela inteligência artificial e pelas mudanças nas formas de produção e consumo de notícias. O programa incluiu debates sobre a influência das plataformas digitais na comunicação política e no crescimento dos populismos, com intervenções de Joana Gorjão Henriques, Vania Baldi e Marc Engelhardt, bem como uma reflexão sobre literacia mediática e verificação de factos.

O jornalismo de proximidade teve particular destaque numa conversa entre Pedro Jerónimo, Nuno Francisco e Patrícia Fonseca, dedicada às dificuldades de sustentabilidade dos meios regionais portugueses, à perda de receitas publicitárias e aos desafios da transição digital. Outros debates abordaram a crescente influência dos criadores de conteúdos, a precariedade profissional e as possibilidades de colaboração entre jornalistas e novos projetos digitais.

O encontro deu ainda espaço à apresentação de experiências de inovação jornalística em Portugal. Entre elas estiveram a aplicação Médio Tejo eXpress, concebida para aproximar o jornalismo regional dos públicos mais jovens através de conteúdos adaptados aos dispositivos móveis; o Projeto Narrativas, da Mensagem de Lisboa, desenvolvido com a participação de repórteres comunitários; e a experiência do Público na integração de competências de programação e análise de dados no trabalho jornalístico. Foram também apresentados projetos de jornalismo imersivo e discutidos os ataques de desinformação dirigidos à investigação jornalística da Divergente[38].

Conferência ERC – 20 Anos de Regulação: A Comunicação Social e o Futuro Digital	
Organização	Entidade Reguladora para a Comunicação Social (ERC)
Local	Auditório do Museu do Oriente, Lisboa
Realização	4 de novembro de 2025

A conferência anual da ERC, que assinalou os 20 anos da entidade reguladora, reuniu representantes dos media, jornalistas e responsáveis institucionais para debater os desafios da

[38] https://www.goethe.de/ins/pt/pt/kul/sup/med.html

regulação num contexto de transformação digital. Os trabalhos incidiram sobre o novo quadro legislativo europeu, a adaptação da regulação às plataformas digitais e as dificuldades de sustentabilidade dos órgãos de comunicação social portugueses.

No painel "Sustentabilidade e o Futuro Digital", responsáveis de grupos de media alertaram para a concorrência das plataformas tecnológicas na captação de receitas publicitárias e para os riscos associados à inteligência artificial. Foram também discutidas as dificuldades económicas da imprensa regional, a diminuição das receitas digitais e a necessidade de conciliar inovação tecnológica, independência editorial e viabilidade económica do jornalismo[39].

Seminário Internacional Esfera Pública na Era dos Algoritmos	
Organização	Grupo de Estudos dos Media do LabCom – Laboratório de Comunicação, Universidade da Beira Interior
Local	Online
Realização	6 e 7 de novembro de 2025

Organizado pelo LabCom da Universidade da Beira Interior, o seminário reuniu investigadores portugueses e estrangeiros para debater a influência dos algoritmos, da inteligência artificial e das redes sociais na esfera pública. Entre os temas abordados estiveram a polarização política, a desinformação, os discursos de ódio, as bolhas informacionais, a transparência algorítmica e a regulação das plataformas digitais.

No contexto português, destacaram-se as comunicações de Lourenço Ferreira, Giovanni Ramos e Branco Di Fátima sobre populismo, imigração e media em Portugal, e de João Lima e Branco Di Fátima sobre a utilização do discurso de ódio como forma de silenciamento do jornalismo. João Pedro Baptista abordou os desafios da verificação de factos perante o neopopulismo e a economia da atenção, enquanto Ricardo Morais apresentou uma reflexão crítica sobre o controlo algorítmico da esfera pública. Pedro Jerónimo dedicou a sua intervenção ao jornalismo de proximidade na era dos algoritmos e da inteligência artificial. O programa incluiu ainda uma comunicação de Maria Eduarda Costa e David Geraldes Santos sobre as bolhas digitais e o partido Chega, bem como uma intervenção de Hélder Prior dedicada à comunicação política, ao populismo e à polarização na era da inteligência artificial[40].

[39] https://apradiodifusao.pt/conferencia-erc-2025/
[40] https://labcom.ubi.pt/esfera_publica_era_algoritmos/

7.º JDMIA – Congresso Internacional Jornalismo para Dispositivos Móveis & Inteligência Artificial	
Organização	LabCom – Laboratório de Comunicação, Universidade da Beira Interior
Local	Faculdade de Artes e Letras, Universidade da Beira Interior, Covilhã
Realização	13 e 14 de novembro de 2025

O congresso reuniu investigadores e profissionais de Portugal, Espanha e Brasil para debater as transformações do jornalismo digital, com especial atenção à inteligência artificial, ao jornalismo para dispositivos móveis e à literacia mediática. O programa incluiu ainda uma mesa dedicada aos 30 anos do jornalismo na Web, bem como comunicações sobre novas práticas de produção e distribuição de notícias.

Entre os trabalhos apresentados por investigadores portugueses, destacaram-se a reflexão de Pedro Jerónimo sobre a última década de adaptação digital do jornalismo de proximidade, a comunicação de Ricardo Morais sobre a literacia em inteligência artificial e uma investigação de Ricardo Campos, Afonso Fonseca e Ricardo Morais sobre a utilização desta tecnologia para facilitar o acesso dos jornalistas à informação das atas municipais. O congresso incluiu também uma sessão com profissionais dedicada à integração da inteligência artificial nas práticas jornalísticas[41].

IX Jornadas ObCiber – 30 anos de ciberjornalismo em Portugal	
Organização	ObCiber – Observatório do Ciberjornalismo, CITCEM e Faculdade de Letras da Universidade do Porto
Local	Anfiteatro Nobre da Faculdade de Letras da Universidade do Porto
Realização	18 de novembro de 2025

Dedicadas aos 30 anos do ciberjornalismo em Portugal, as IX Jornadas ObCiber reuniram investigadores e profissionais para revisitar o percurso do jornalismo digital português, desde o aparecimento dos primeiros jornais online, em 1995, até aos desafios atuais. A conferência de abertura, intitulada "Três décadas de ciberjornalismo: regresso a um futuro adiado", esteve a cargo de Helder Bastos, um dos pioneiros do ciberjornalismo nacional e investigador desta área.

O debate "30 anos de ciberjornalismo em Portugal: expectativas e realidade" contou com José Vítor Malheiros, fundador do publico.pt, Nuno Marques, cofundador do jn.pt, Pedro

[41] https://jdm.ubi.pt/pt/

Leal, da Renascença, João Porfírio, do Observador, e Ana Pinto Martinho, investigadora do Iscte e do OberCom. Moderada por Filipa Silva, do JornalismoPortoNet, a sessão colocou em diálogo diferentes gerações e experiências profissionais, oferecendo ao público uma reflexão sobre as transformações do jornalismo português em ambiente digital[42].

18.ª edição dos Prémios de Ciberjornalismo	
Organização	ObCiber – Observatório do Ciberjornalismo
Local	Anfiteatro Nobre da Faculdade de Letras da Universidade do Porto
Realização	18 de novembro de 2025

Integrada nas IX Jornadas ObCiber, a 18.ª edição dos Prémios de Ciberjornalismo distinguiu trabalhos e projetos jornalísticos digitais portugueses, através das escolhas do júri e do público. O Público e a Rádio Renascença foram os órgãos de comunicação social mais premiados, com quatro distinções cada.

Na categoria de Excelência Geral em Ciberjornalismo, o Público venceu a votação do júri e o Expresso a do público. O Público foi também distinguido na categoria de Última Hora, com a cobertura do desastre do Elevador da Glória, enquanto o Expresso venceu o prémio do júri de Reportagem Multimédia, com o trabalho "Tu não estás a mais aqui". A Rádio Renascença destacou-se nas narrativas em vídeo digital, conquistando os prémios do júri e do público com trabalhos distintos. Na Narrativa Sonora Digital, a Divergente venceu a votação do júri com "País de Incendiários".

O jornalismo regional teve particular destaque com a estreia de A Flor do Tâmega, que conquistou os prémios do júri e do público na categoria de Ciberjornalismo de Proximidade, com a reportagem "Quem trata da saúde do Hospital de S. Gonçalo?". No Ciberjornalismo Académico, o ComUM venceu as duas votações, com os trabalhos "Amor com Amor se Paga" e "Fardas que pesam". A edição voltou a distinguir diferentes formas de produção jornalística digital, desde a reportagem multimédia e o vídeo até à infografia, ao áudio e ao jornalismo de proximidade[43].

[42] https://obciber.com/ixjornadasobciber/
[43] https://obciber.com/2025/11/18/premios-de-ciberjornalismo-2025-voltam-a-distinguir-a-excelencia-do-jornalismo-digital-portugues/

I Conferência Internacional LIACOM – A (In)Sustentabilidade dos Média	
Organização	Laboratório de Investigação Aplicada em Comunicação e Média (LIACOM), Escola Superior de Comunicação Social do Instituto Politécnico de Lisboa
Local	Escola Superior de Comunicação Social, Lisboa
Realização	20 de novembro de 2025

A I Conferência Internacional LIACOM promoveu o debate sobre a sustentabilidade dos media, considerando as transformações económicas, tecnológicas e profissionais associadas ao ambiente digital. As sessões dedicadas ao jornalismo incluíram investigações sobre os modelos de sustentabilidade dos meios nativos digitais independentes portugueses e o papel da inteligência artificial nas redações.

O jornalismo de proximidade esteve também representado numa comunicação sobre os desertos de notícias e o papel do jornalismo local e digital, a partir do projeto Narrativas. Foram ainda apresentados trabalhos sobre novas linguagens jornalísticas, incluindo as micronarrativas visuais e os vídeos noticiosos nas redes sociais, abordando diferentes possibilidades de adaptação da produção jornalística aos formatos digitais[44].

VII Congresso Literacia, Media e Cidadania – Comportamentos, Narrativas e Direitos Humanos	
Organização	Grupo Informal sobre Literacia Mediática (GILM), em parceria com a Faculdade de Letras da Universidade de Coimbra
Local	Faculdade de Letras da Universidade de Coimbra
Realização	27 e 28 de novembro de 2025

O congresso reuniu investigadores, jornalistas e especialistas para debater a literacia mediática, a desinformação e as transformações dos comportamentos informativos no ambiente digital. Entre os temas em destaque estiveram a influência dos algoritmos e das redes sociais na circulação de informação, a credibilidade das notícias e os desafios colocados pelas plataformas digitais ao jornalismo.

No âmbito da investigação portuguesa, destacou-se uma comunicação do OberCom sobre os efeitos da literacia noticiosa nos comportamentos e perceções dos portugueses face às notícias, baseada em dados do Digital News Report 2025. O estudo identificou diferenças nos comportamentos de consumo e participação noticiosa associadas à formação em literacia, sem

[44] https://liacom.escs.ipl.pt/wp-content/uploads/2025/11/Programa-completo-Conferencia-LIACOM-Full-programme-LIACOM-conference.pdf

observar efeitos equivalentes nas perceções dos públicos. Foram ainda apresentados trabalhos sobre a utilização da inteligência artificial no combate à desinformação e sobre a literacia mediática em contextos de desertos de notícias[45].

[45] https://gilm.pt/congressolmc/

4. Leitura integrada dos resultados

A caracterização dos cibermeios e a produção científica reunidas neste relatório permitem discutir três questões relacionadas: o que significa estar presente no ambiente digital, que informação jornalística chega aos territórios e o que a estrutura dos meios permite conhecer sobre as suas condições de funcionamento. O levantamento descreve características dos órgãos de comunicação social; os estudos selecionados aprofundam práticas e problemas específicos. Estes trabalhos não constituem uma revisão exaustiva da investigação sobre ciberjornalismo português e recorrem a diferentes universos, métodos e períodos de observação. O seu cruzamento permite interpretar dimensões do levantamento, sem transformar os resultados de investigações delimitadas numa explicação geral dos 746 cibermeios identificados.

Na amostra de 150 cibermeios analisados em detalhe, 92,7% estavam presentes nas redes sociais. O valor descreve esta amostra, cuja composição por setores difere da do universo identificado. A presença frequente nas plataformas coloca, ainda assim, uma questão relevante: até que ponto a disponibilidade de canais se traduz numa relação efetiva com os públicos? O levantamento permite identificar espaços de contacto e distribuição, mas o significado dessa presença depende do uso que os meios e os seus públicos fazem deles.

Margato e Vieira (2025) ajudam a compreender esta diferença. Numa investigação realizada em 2024, observaram dez plataformas noticiosas e entrevistaram seis jornalistas, três do Público e três do Observador. A disponibilização de mecanismos de interatividade não correspondia necessariamente ao seu aproveitamento pelos profissionais. A falta de tempo, a ausência de orientações internas favoráveis ao diálogo e o receio de discursos hostis dificultavam a comunicação com os leitores. As experiências recolhidas nestes dois órgãos de comunicação social mostram que a relação com os públicos envolve decisões de organização do trabalho, além de recursos técnicos.

Este resultado qualifica a leitura da presença digital: um meio pode multiplicar os canais de contacto sem dispor de condições para acompanhar as intervenções que recebe. Abrir um espaço à participação e assumir o trabalho de responder, moderar ou incorporar contributos são decisões distintas. Por isso, a quantidade de plataformas utilizadas não permite ordenar os cibermeios segundo a qualidade da sua relação com os públicos. Para compreender essa relação,

seria necessário conhecer a continuidade do contacto e o lugar que lhe é atribuído nas rotinas editoriais.

A análise de Ribeiro (2025) acrescenta outra dimensão ao problema. O autor estudou mais de 200 notícias publicadas no Facebook do Jornal de Notícias e do Público durante uma semana de setembro de 2024. As diferenças entre os assuntos que suscitaram comentários, partilhas e reações, com destaque para a informação local e regional no Jornal de Notícias e para os temas políticos no Público, remetem para a importância dos conteúdos e dos contextos editoriais. A utilização de uma mesma plataforma não produz uma relação uniforme com os leitores.

Também não é indiferente o tipo de interação considerado. Comentar, partilhar e reagir são ações diferentes, que não devem ser reunidas numa medida indistinta de participação (Carpentier 2011). A circulação de uma notícia não esclarece, por si só, como foi recebida, e uma reação não permite concluir que existe confiança no meio. Lidos em conjunto, os trabalhos de Margato e Vieira e de Ribeiro permitem separar duas dimensões: a atividade dos utilizadores em torno das notícias e a disponibilidade das redações para estabelecer diálogo. Pode haver participação visível sem uma resposta continuada dos jornalistas.

A distinção entre presença e prática também se coloca na produção dos conteúdos. Ferreira e Ganito (2025) analisam o Fumaça e a Divergente, dois projetos jornalísticos portugueses que exploram recursos digitais na investigação e na construção de narrativas aprofundadas. A profundidade narrativa, a integração multimédia e a atenção a temas e vozes pouco representados permitem discutir escolhas editoriais que uma contagem de canais não capta. O interesse destes casos para o ciberjornalismo está na forma como o ambiente digital participa na construção do trabalho jornalístico, para além de servir à sua distribuição.

As dificuldades de alcance e sustentabilidade identificadas pelas autoras introduzem, porém, uma tensão: a diferenciação editorial não resolve necessariamente o problema de chegar aos públicos ou de assegurar a continuidade da atividade. Produzir informação, fazê-la circular e financiar a sua produção são tarefas relacionadas, mas os resultados obtidos numa delas não garantem resultados equivalentes nas restantes. Esta distinção impede que a inovação seja avaliada apenas pela novidade dos formatos ou pela presença em novas plataformas.

O trabalho de Martella e Jerónimo (2025), sobre estratégias de produção de conteúdos de meios portugueses no TikTok, permite prolongar esta reflexão. A adaptação a uma plataforma envolve escolhas sobre a apresentação das notícias e a relação entre a proposta editorial do meio e as características do espaço onde publica. Com base no resumo disponível, interessa reter essa dimensão estratégica, sem atribuir desempenhos específicos aos formatos

analisados. No cruzamento com os restantes resultados, a questão passa a ser o que cada canal acrescenta ao trabalho jornalístico e à relação com os públicos, em vez de tomar a sua adoção como sinal suficiente de inovação.

A distribuição territorial dos meios exige uma distinção semelhante entre existência e atividade. O peso das publicações periódicas e da rádio no universo identificado torna particularmente importante conhecer o jornalismo de proximidade. Contudo, localizar um órgão de comunicação social não permite determinar a frequência, a profundidade ou a extensão geográfica da cobertura que realiza. Um meio sediado num concelho pode acompanhar outros territórios, enquanto a existência de uma sede não garante, por si só, cobertura local continuada.

O relatório Desertos de notícias Europa 2025: relatório de Portugal, de Jerónimo et al. (2025), aborda a distribuição territorial da oferta jornalística segundo critérios próprios. Em articulação com o presente levantamento, permite colocar questões sobre os acontecimentos que os meios acompanham, a regularidade dessa cobertura e os recursos de que dispõem.

Carona e Simões (2025) acrescentam um exemplo concreto da distância entre registo, presença digital e funcionamento. No estudo de 40 publicações centenárias ativas em outubro de 2022, as autoras encontraram situações de presença digital pouco atualizada e de disponibilização irregular de conteúdos, que interpretam à luz de limitações técnicas, humanas e financeiras. Identificaram também publicações classificadas como exclusivamente impressas que mantinham websites ou páginas nas redes sociais sem essa presença estar declarada à ERC. O resultado reforça a utilidade de confrontar os registos administrativos com a observação direta, procedimento adotado neste relatório.

A questão não é apenas corrigir a classificação de um meio. É reconhecer que diferentes fontes descrevem dimensões distintas da sua existência. O registo administrativo informa sobre uma situação declarada; a observação permite verificar atividade num determinado momento; a análise continuada dos conteúdos permitiria conhecer a regularidade e a natureza da produção. O trabalho de Carona e Simões, circunscrito àquelas publicações e ao período observado, ajuda a explicitar por que razão nenhuma destas dimensões deve ser tomada isoladamente como retrato completo da capacidade jornalística.

É neste ponto que a estrutura económica e a organização dos meios se tornam relevantes. Na amostra analisada, as 110 publicações periódicas correspondem a 104 entidades proprietárias. Este resultado descreve a distribuição dos títulos por titulares identificados, mas não mede diretamente o pluralismo editorial. A existência de proprietários distintos não esclarece a diversidade dos conteúdos produzidos, as dependências económicas ou a autonomia

das redações. Do mesmo modo, a titularidade comum não permite deduzir todas as relações de funcionamento entre os meios.

O capital social acrescenta uma dimensão à caracterização económica, mas não equivale a receitas, orçamento disponível ou capacidade de investimento jornalístico. A leitura destes dados deve distinguir valores declarados, informação não disponível e situações em que o indicador não se aplica. Sem informação sobre financiamento, despesas e recursos humanos, não é possível estabelecer uma correspondência entre capital social e capacidade de assegurar cobertura. A análise da propriedade e do capital permite conhecer elementos da estrutura dos meios; a avaliação das suas condições de produção exige outros indicadores.

O livro de Ramos (2025) permite acrescentar à estrutura de propriedade uma dimensão organizacional: meios com titulares distintos podem desenvolver trabalho conjunto. O autor refere experiências portuguesas de colaboração, entre as quais parcerias da Gazeta das Caldas com o Região de Leiria e o Público e colaboração entre rádios dos Açores. Estes exemplos mostram que o levantamento dos proprietários não esgota o conhecimento das relações entre órgãos de comunicação social. A autonomia jurídica pode coexistir com formas de cooperação na atividade jornalística.

Ramos desenvolve ainda propostas de trabalho em rede para quatro meios da região Oeste, apoiadas numa investigação cujas entrevistas e visitas a esses jornais decorreram no segundo semestre de 2022. A aplicação e a avaliação das propostas ficaram por realizar. O livro permite, portanto, discutir a cooperação como possibilidade de organização, sem a apresentar como solução de sustentabilidade já demonstrada. No cruzamento com os dados deste relatório, abre-se uma pergunta concreta: até que ponto a atividade dos cibermeios depende apenas dos recursos de cada entidade ou envolve também parcerias que o levantamento não identifica?

A revisão sistemática internacional de Jerónimo e Torre (2025b) enquadra os problemas do jornalismo local na era digital, sem constituir um diagnóstico específico de Portugal. Já o capítulo de Jerónimo e Torre (2025a) permite discutir o recurso a páginas e grupos de Facebook para acompanhar acontecimentos locais em contextos de escassez de oferta jornalística. As plataformas surgem aqui numa função diferente da distribuição dos conteúdos de um jornal: tornam-se espaços onde as populações procuram e fazem circular informação sobre a comunidade.

Esta diferença é importante para interpretar a presença digital. A atividade informativa numa plataforma não assegura os procedimentos de verificação e a responsabilidade editorial associados ao jornalismo. A circulação de informação local pode coexistir com insuficiência de

cobertura jornalística. Assim, uma utilização intensa das plataformas não permite, por si só, concluir que estão satisfeitas as necessidades informativas de uma população.

As propostas do relatório Jornalismo de proximidade, jornalistas e audiências: propostas MediaTrust.Lab para políticas públicas, de Jerónimo et al. (2025), deslocam para o plano de ação problemas que atravessam vários dos resultados discutidos nesta secção: os desertos de notícias, a escassez de profissionais e as dificuldades de financiamento dos meios regionais e locais. Qualquer medida de apoio, incentivo ou obrigação dirigida ao jornalismo de proximidade tem, porém, de começar por delimitar os seus destinatários, ou seja, de saber que meios existem, onde estão e quais exercem efetivamente atividade jornalística. O próprio documento reconhece este ponto, ao defender uma distinção mais clara entre meios jornalísticos e plataformas sem critérios editoriais.

Isto torna explícita uma questão subjacente ao trabalho realizado neste relatório: que entidades são consideradas meios jornalísticos. Como mencionado anteriormente, o levantamento de cibermeios necessitou da criação de uma definição própria, porque as listagens da ERC correspondem a categorias de registo fixadas pelo Decreto Regulamentar nº8/99, republicado pelo Decreto Regulamentar nº7/2021, e nem esses registos nem a lei portuguesa distinguem os meios jornalísticos dos restantes órgãos de comunicação social.

Os 746 cibermeios aqui identificados (32,1% dos registos consultados) resultam da aplicação desses critérios específicos e não constituem uma medida independente do peso das entidades jornalísticas no universo registado. Pela mesma razão, a diferença face aos 36,1% do levantamento relativo a 2024 descreve dois processos de seleção antes de descrever qualquer alteração na atividade jornalística.

Outros trabalhos aqui mencionados delimitaram igualmente os seus objetos através de critérios próprios: o estudo de Carona e Simões (2025), a tese de Ferrador (2025) e o relatório Desertos de notícias Europa 2025: relatório de Portugal, de Jerónimo et al. (2025). Os meios que cada um considera não coincidem necessariamente. Sem fronteiras explicitadas, as divergências entre números tendem a ser atribuídas à realidade dos meios quando decorrem, em parte, da definição adotada. A convergência em critérios partilhados, ou pelo menos a sua explicitação sistemática, permite comparar estudos e distinguir o que muda no jornalismo ao longo do tempo, sendo um passo importante no estudo deste tema.

No entanto, a utilidade destes critérios não se esgota no estudo do ciberjornalismo. O relatório de Gonçalves et al. (2025) sobre as legislativas de 2025 identificou, nas contas oficiais dos partidos com representação parlamentar, casos de divulgação de conteúdos de meios não registados e publicações que desacreditavam a comunicação social ou o trabalho jornalístico.

Perante este tipo de comportamentos, é necessário poder mostrar o que distingue um meio sujeito a estatuto editorial, a normas deontológicas e que se responsabiliza pelo que publica de uma página ou conta que difunde conteúdos sem assumir esses compromissos. É também nas medidas de capacitação dos públicos previstas pelo Plano Nacional de Literacia Mediática 2025-2029 que estes critérios se mostram importantes, uma vez que reconhecer a credibilidade das fontes noticiosas acaba por ser uma competência essencial para promover o consumo responsável e informado de conteúdos, um dos principais objetivos do plano.

Os estudos selecionados permitem identificar práticas e dificuldades que os indicadores do levantamento não captam; o levantamento, por sua vez, situa essas questões num universo mais amplo de órgãos de comunicação social. Desta articulação resultam pistas para os próximos levantamentos: observar se os canais de contacto são acompanhados por respostas dos jornalistas, identificar os territórios efetivamente cobertos e a regularidade dessa cobertura, e registar parcerias de produção e partilha de conteúdos entre meios. Estas dimensões permitiriam relacionar a presença digital e a estrutura de propriedade com o funcionamento quotidiano dos cibermeios.

Conclusão

Este estudo procurou traçar um retrato do ciberjornalismo em Portugal em 2025, reunindo a caracterização dos cibermeios nacionais e uma seleção da investigação, projetos e eventos produzidos sobre o setor. As duas componentes descrevem realidades que se tocam: as características observadas nos meios remetem para dificuldades que os trabalhos reunidos na segunda parte analisam em detalhe, ainda que a partir de universos, métodos e períodos de observação distintos.

Foram identificados 746 cibermeios, correspondentes a 32,1% dos registos da ERC consultados. Este conjunto continua a ser dominado pelas publicações periódicas (623), seguidas das rádios (101), SPDEI (13) e das televisões (9), e é composto maioritariamente por meios de âmbito regional e local. A distância entre o universo formalmente registado e o conjunto de meios com atividade noticiosa verificável em linha constitui, em si mesma, um dos resultados do levantamento.

Na amostra analisada, a presença em plataformas digitais é quase universal nas redes sociais (92,7%), mas concentra-se no Facebook (91,3%) e no Instagram (84%). Os agregadores de notícias (45,3%), as plataformas de streaming (24,7%) e as aplicações móveis (15,3%) são bastante menos frequentes. A diversificação dos canais acompanha sobretudo a natureza do conteúdo produzido: as televisões, as rádios e os SPDEI apresentam perfis semelhantes, ao passo que as publicações periódicas, que não recorrem ao streaming, registam a média mais baixa de categorias por meio.

Os dados relativos à propriedade descrevem um setor atomizado e de pequena dimensão. Aos 150 cibermeios da amostra correspondem 137 entidades proprietárias distintas, com predomínio das sociedades por quotas (41,6%) e das pessoas singulares (27,7%); e a mediana do capital social fica-se pelos 10.000 euros, com as televisões isoladas num extremo bastante superior. Estes dados caracterizam a base jurídica e económica dos meios, mas não permitem determinar as suas receitas nem a capacidade de assegurar cobertura jornalística.

A produção científica selecionada aborda questões que complementam a caracterização dos cibermeios: a inteligência artificial nas redações, a desinformação, a confiança nas notícias, a sustentabilidade do jornalismo de proximidade e a relação com os públicos. Os projetos e eventos apresentados documentam iniciativas de formação, literacia mediática e inovação editorial relacionadas com essas questões. O conjunto permite identificar problemas estudados

e respostas propostas ou experimentadas, embora não permita avaliar a eficácia dessas respostas.

O cruzamento do levantamento com os estudos selecionados mostra a importância de distinguir a presença digital das práticas jornalísticas. A disponibilidade de canais de contacto não garante diálogo com os públicos, tal como a localização de um meio não demonstra a extensão ou a regularidade da sua cobertura. Por sua vez, a identificação dos proprietários não revela todas as relações de colaboração que podem apoiar a produção de informação. O levantamento constitui, assim, uma base para conhecer os cibermeios, cujo funcionamento exige também a análise das práticas profissionais e das relações com os públicos e os territórios.

Neste segundo relatório anual, fomos um pouco mais longe na caracterização do ciberjornalismo português e das suas dinâmicas, alargando o ângulo de análise e aprofundando a recolha de dados, mas reconhecemos que há outras dimensões que merecem atenção nas próximas edições, desde logo, a título de exemplo, o recente fenómeno das versões de cibermeios destinadas à comunidade brasileira em Portugal[46] e o debate sobre a (re)organização do setor, a (re)clarificação do que é jornalismo e de quem o pode exercer, e a (re)definição das responsabilidades de regulação[47].

[46]https://dnbrasil.dn.pt/; https://www.publico.pt/publico-brasil

[47]https://www.erc.pt/pt/a-erc/noticias/conferencia-anual-da-erc-debate-desafios-e-futuro-da-regulacao-dos-media/; https://www.cmjornal.pt/tv-media/amp/o-diagnostico-esta-feito-agora-e-preciso-acao-media-defendem-regulacao-urgente-e-novo-codigo-da-comunicacao-social

Referências bibliográficas

ARAÚJO, Vasco Avides Moreira de, 2025. *How can journalism and its professionals adapt to young people's demands in terms of journalistic value?* [Em linha]. Tese de doutoramento, Faculdade de Ciências Sociais e Humanas da Universidade NOVA de Lisboa [consult. 2026-11-09]. Disponível em: https://hdl.handle.net/10362/184805.

CANAVILHAS, João, e Branco DI FÁTIMA, 2025. Reporteros del futuro: consumo de noticias entre estudiantes de periodismo en Portugal. *Doxa Comunicación* [Em linha]. (40), 305–319 [consult. 2026-11-09]. ISSN 2386-3978. Disponível em: https://doi.org/10.31921/doxacom.n40a2392.

CANAVILHAS, João, e Liliane ITO, 2025. On fact-checking service: artificial intelligence's uses in Ibero-American fact-checkers. *Social Sciences* [Em linha]. 14(9), artigo 514 [consult. 2026-11-09]. ISSN 2076-0760. Disponível em: https://doi.org/10.3390/socsci14090514.

CARDOSO, Gustavo, José MORENO, Inês NARCISO, Paulo COURACEIRO, e João SANTOS, 2025. *Legislativas 2025 – Informação e desinformação nas redes sociais* [Em linha]. Lisboa: OberCom – Observatório da Comunicação [consult. 2026-11-09]. ISSN 2183-3478. Disponível em: https://doi.org/10.5281/zenodo.15781756.

CARDOSO, Gustavo, Miguel PAISANA, e Ana PINTO-MARTINHO, 2025. *Digital News Report Portugal 2025* [Em linha]. Lisboa: OberCom – Observatório da Comunicação [consult. 2026-11-09]. ISSN 2183-3478. Disponível em: https://doi.org/10.5281/zenodo.15599072.

CARONA, Liliana, e Rita Basílio de SIMÕES, 2025. Invisível e vulnerável, mas resiliente: um retrato da imprensa regional centenária em Portugal. *Comunicação e Sociedade* [Em linha]. 48, e025018 [consult. 2026-11-09]. ISSN 2183-3575. Disponível em: https://doi.org/10.17231/comsoc.48(2025).6377.

CARPENTIER, Nico, 2011. The concept of participation. If they have access and interact, do they really participate? CM: Communication Management Quarterly/Časopis za upravljanje komuniciranjem. 21, 13-36. ISSN 1452-7405.

COURACEIRO, Paulo, Caterina FOÀ, e Ana PINTO-MARTINHO, 2025. Challenges and needs in algorithmic literacy for journalists: uncovering the reality of Portuguese newsrooms. *Journalism Practice* [Em linha]. 19(10), 2465–2496 [consult. 2026-11-09]. ISSN 1751-2794. Disponível em: https://doi.org/10.1080/17512786.2025.2505939.

COURACEIRO, Paulo, Miguel PAISANA, António VASCONCELOS, Gustavo CARDOSO, e Vania BALDI, 2025. *IA generativa: riscos e oportunidades para o jornalismo* [Em linha]. Lisboa: OberCom – Observatório da Comunicação [consult. 2026-11-09]. ISSN 2183-3478. Disponível em: https://doi.org/10.5281/zenodo.14800938.

COURACEIRO, Paulo, Miguel PAISANA, António VASCONCELOS, José Nuno PEREIRA, Ana PINTO-MARTINHO, Pedro CALDEIRA PAIS, Gustavo CARDOSO, e Vania BALDI, 2025. *Jornalismo de prompt: boas-práticas para a utilização de IA generativa no jornalismo* [Em linha]. Lisboa: OberCom – Observatório da Comunicação [consult. 2026-11-09]. ISSN 2183-3478. Disponível em: https://doi.org/10.5281/zenodo.15463514.

DOURADO, Tatiana, Luísa TORRE, e Pedro JERÓNIMO, 2025. Desorden informativo y periodismo: cartografía de las competencias digitales y las carencias formativas de los periodistas en Portugal. *Doxa Comunicación* [Em linha]. (40), 279–304 [consult. 2026-11-09]. ISSN 2386-3978. Disponível em: https://doi.org/10.31921/doxacom.n40a2720.

ERC – ENTIDADE REGULADORA PARA A COMUNICAÇÃO SOCIAL, 2025. *Listagem de registos* [Conjunto de dados em linha]. Lisboa: ERC [consult. 2026-11-09]. Disponível em: https://www.erc.pt/pt/registo-de-ocs.

ERC – ENTIDADE REGULADORA PARA A COMUNICAÇÃO SOCIAL, 2019. *Portal da Transparência dos Media* [Base de dados em linha]. Lisboa: ERC [consult. 2026-11-09]. Disponível em: https://portaltransparencia.erc.pt/home/.

ERC – ENTIDADE REGULADORA PARA A COMUNICAÇÃO SOCIAL, 2016. *Digital Media Portugal – ERC 2015* [Em linha]. Lisboa: ERC [consult. 2026-11-09]. Disponível em: https://www.erc.pt/download.php?fd=8599&l=pt&key=7d3c423651fe44f6b76c61323afc792e.

FERRADOR, Susana, 2025. *Ciberjornalismo de proximidade: mapeamento e análise dos media online transmontanos* [Em linha]. Tese de doutoramento, Universidade do Porto e Universidade de Aveiro [consult. 2026-10-03]. Disponível em: https://hdl.handle.net/10216/172042.

FERREIRA, Cátia, e Carla GANITO, 2025. Portuguese alternative media in the platform era: Complexity and innovation in Fumaça and Divergente. *Estudos em Comunicação* [Em linha]. N.º 41, vol. 2, 3–17 [consult. 2026-11-09]. ISSN 1646-4974. Disponível em: https://ojs.labcom-ifp.ubi.pt/ec/article/view/1653.

GARCÍA DE TORRES, Elvira, Giovanni RAMOS, Lyudmyla YEZERS'KA, Mayra GONZALES, Liza HIGUERA, e Claudia HERRERA, 2025. The use and ethical implications of artificial intelligence, collaboration, and participation in local Ibero-American newsrooms. *Frontiers in Communication* [Em linha]. 10, artigo 1539844 [consult. 2026-11-09]. ISSN 2297-900X. Disponível em: https://doi.org/10.3389/fcomm.2025.1539844.

GARCÍA DE TORRES, Elvira, Inês AMARAL, Pedro JERÓNIMO, e Bernardino J. CEBRIÁN ENRIQUE, eds., 2025. *Open environments: key challenges and opportunities for journalism. 25 years of online journalism: participation, disinformation, disintermediation & artificial intelligence* [Em linha]. Madrid: McGraw Hill [consult. 2026-11-09]. Disponível em: https://www.ingebook.com/ib/NPcd/IB_BooksVis?cod_primaria=1000187&codigo_libro=20112.

GONÇALVES, Adriana, Afonso FONSECA, Bárbara BIOLCHI, Branco DI FÁTIMA, Eduardo CAMILO, Gabriela OCCHIPINTI, João CANAVILHAS, Liliane ITO, Rita DEODATO, e Rodrigo RESENDE, 2025. *Desinformação nas Legislativas 2025: atividade dos partidos nas redes sociais* [Em linha]. Covilhã: Universidade da Beira Interior [consult. 2026-11-09]. ISBN 978-989-9229-38-9. Disponível em: https://doi.org/10.25768/9229-38-9.

HUERTAS-TATO, Javier, et al., 2025. *Disinformation on social networks in Spanish and Portuguese Iberian digital media ecosystem* [Em linha]. [S.l.]: IBERIFIER [consult. 2026-11-09]. Disponível em: https://doi.org/10.5281/zenodo.17476121.

IBERIFIER – Iberian Digital Media Observatory, 2025a. *Spain & Portugal fact-checking brief: Q1 – December 2024–February 2025* [Em linha]. [S.l.]: IBERIFIER [consult. 2026-11-09]. Disponível em: https://iberifier.eu/app/uploads/2025/05/IberifierFact-checkingbrief.pdf.

IBERIFIER – Iberian Digital Media Observatory, 2025b. *Spain & Portugal fact-checking brief: Q2 – March 2025–May 2025* [Em linha]. [S.l.]: IBERIFIER [consult. 2026-11-09]. Disponível em: https://iberifier.eu/app/uploads/2025/08/Iberifier-ReportQ2.pdf.

IBERIFIER – Iberian Digital Media Observatory, 2025c. *Spain & Portugal fact-checking brief: Q3 – June 2025–August 2025* [Em linha]. [S.l.]: IBERIFIER [consult. 2026-11-09]. Disponível em: https://iberifier.eu/app/uploads/2025/11/Iberifier-ReportQ3.pdf.

JERÓNIMO, Pedro, e Inês AMARAL, eds., 2025. *Building media trust* [Em linha]. Covilhã: LabCom [consult. 2026-11-09]. ISBN 978-989-9229-26-6. Disponível em: https://labcom.ubi.pt/building-media-trust/.

JERÓNIMO, Pedro, e Luísa TORRE, 2025a. Can I have some news? Local journalism gaps and the role of platforms. Em: Valentina GOGLIO, e Cecilia BIANCALANA, eds. *Mapping the evolution of platform society: multidisciplinary insights from social and political sciences* [Em linha]. Leeds: Emerald Publishing Limited, pp. 89–105 [consult. 2026-11-09]. ISBN 978-1-83608-028-2. Disponível em: https://doi.org/10.1108/978-1-83608-028-220251006.

JERÓNIMO, Pedro, e Luísa TORRE, 2025b. Jornalismo local na era digital: revisão sistemática de uma década de pesquisa. *Texto Livre* [Em linha]. 18, e59031 [consult. 2026-11-09]. ISSN 1983-3652. Disponível em: https://doi.org/10.1590/1983-3652.2025.59031.

JERÓNIMO, Pedro, Giovanni RAMOS, Luísa TORRE, e Inês SALVADOR, 2025. *Desertos de notícias Europa 2025: relatório de Portugal* [Em linha]. Covilhã: LabCom [consult. 2026-11-09]. ISBN 978-989-9229-44-0. Disponível em: https://doi.org/10.25768/9229-44-0.

JERÓNIMO, Pedro, Inês AMARAL, Maria José BRITES, Tatiana DOURADO, Ricardo MORAIS, e Luísa TORRE, 2025. *Jornalismo de proximidade, jornalistas e audiências: propostas MediaTrust.Lab para políticas públicas* [Em linha]. Covilhã: MediaTrust.Lab / LabCom [consult. 2026-11-09]. ISBN 978-989-9229-36-5. Disponível em: https://labcom.ubi.pt/wp-content/uploads/2025/08/Propostas-MediaTrust.Lab_.pdf.

MARGATO, Aldina, e Jorge VIEIRA, 2025. Relação entre jornalismo e público(s): Interatividade, participação e as dificuldades de comunicação nos meios portugueses. *Media & Jornalismo* [Em linha]. 25(47), e4702 [consult. 2026-11-09]. ISSN 2183-5462. Disponível em: https://doi.org/10.14195/2183-5462_47_2.

MARTELLA, Antonio, e Pedro JERÓNIMO, 2025. TikTokisation of the news: news media content production strategies in Portugal. Em: Valentina GOGLIO, e Cecilia BIANCALANA, eds. *Mapping the evolution of platform society: multidisciplinary insights from social and political sciences* [Em linha]. Leeds: Emerald Publishing Limited, pp. 107–129 [consult. 2026-11-09]. ISBN 978-1-83608-028-2. Disponível em: https://doi.org/10.1108/978-1-83608-028-220251007.

MONTEIRO, Paulo António Leitão, 2025. *Imprensa regional: o jornalismo de proximidade em Portugal na era digital* [Em linha]. Tese de doutoramento, Universidade Católica Portuguesa [consult. 2026-11-09]. Disponível em: https://hdl.handle.net/10400.14/53733.

NUNES, Ana Cecília, et al., 2025. *Livro branco sobre a inteligência artificial no jornalismo em Portugal* [Em linha]. Lisboa: EMIF – European Media and Information Fund / Fundação Calouste Gulbenkian [consult. 2026-11-09]. Disponível em: https://gulbenkian.pt/publications/livro-branco-sobre-a-inteligencia-artificial-no-jornalismo-em-portugal/.

PAISANA, Miguel, e Aldina MARGATO, 2025. O reposicionamento do jornalismo no centro da luta pela verdade e pela sua auto-legitimação. Em: Vania BALDI, ed. *O direito de não ser desinformado: Media, fact-checking e literacias em Portugal* [Em linha]. Coimbra: Almedina, pp. 95–130 [consult. 2026-11-09]. ISBN 978-989-40-2424-8. Disponível em: https://hdl.handle.net/10071/37168.

PORTUGAL. Leis, decretos, etc., 2021. Decreto Regulamentar n.º 7/2021, de 6 de dezembro. *Diário da República Série I*. Lisboa: Imprensa Nacional-Casa da Moeda, 2021-12-06, (235), pp. 17–40. Disponível em: https://diariodarepublica.pt/dr/detalhe/decreto-regulamentar/7-2021-175397117.

PORTUGAL. Leis, decretos, etc., 1999a. Decreto Regulamentar n.º 8/99, de 9 de junho. *Diário da República Série I-B*. Lisboa: Imprensa Nacional-Casa da Moeda, 1999-06-09, (133), pp. 3268–3273. Disponível em: https://diariodarepublica.pt/dr/detalhe/decreto-regulamentar/8-1999-310825.

PORTUGAL. Leis, decretos, etc., 1999b. Lei n.º 2/99, de 13 de janeiro: aprova a Lei de Imprensa. *Diário da República Série I-A*. Lisboa: Imprensa Nacional-Casa da Moeda, 1999-01-13, (10), pp. 201–208. Disponível em: https://diariodarepublica.pt/dr/detalhe/lei/2-1999-196218.

RAMOS, Giovanni, 2025. *Jornalismo de proximidade em rede* [Em linha]. Covilhã: LabCom [consult. 2026-11-09]. ISBN 978-989-9229-30-3. Disponível em: https://doi.org/10.25768/9229-30-3.

RIBEIRO, Fábio, 2025. Abrir o convite à interação. Análise dos comentários, partilhas e reações às notícias publicadas no Facebook do Jornal de Notícias e Público. *Estudos em Comunicação* [Em linha]. N.º 41, vol. 2, 37–59 [consult. 2026-11-09]. ISSN 1646-4974. Disponível em: https://ojs.labcom-ifp.ubi.pt/ec/article/view/1655.

SÁNCHEZ-GARCÍA, Pilar, Alba DIEZ-GRACIA, Ignacio REPILADO MAYORGA, e Pedro JERÓNIMO, 2025. Media self-regulation in the use of AI: limitation of multimodal generative content and ethical commitments to transparency and verification. *Journalism and Media* [Em linha]. 6(1), artigo 29 [consult. 2026-11-09]. ISSN 2673-5172. Disponível em: https://doi.org/10.3390/journalmedia6010029.

SILVA, Marta Santos, Adriana GONÇALVES, e Ricardo MORAIS, 2025. Tecnologia, inovação e modelos de negócio nos jornais regionais portugueses. *Texto Livre* [Em linha]. 18, e55812 [consult. 2026-11-09]. ISSN 1983-3652. Disponível em: https://doi.org/10.1590/1983-3652.2025.55812.

TORRE, Luísa, Pedro JERÓNIMO, Tatiana DOURADO, e João MIRANDA, 2025. Navigating the crossroads of the digital age: how journalists perceive disinformation. Em: Pedro JERÓNIMO, e Inês AMARAL, eds. *Building media trust* [Em linha]. Covilhã: LabCom, pp. 103–140 [consult. 2026-11-09]. ISBN 978-989-9229-26-6. Disponível em: https://doi.org/10.25768/9229-26-6.