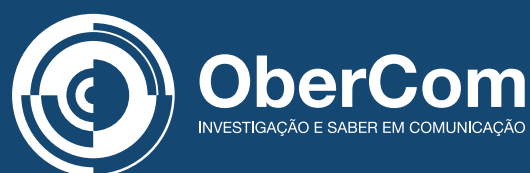


# Jornais Regionais:

Perfis de leitores de jornais locais e regionais  
por via tradicional e online

Dados: Reuters Digital News Report, 2016.

RELATÓRIOS OBERCOM  
**JANEIRO 2017**





**OberCom**  
INVESTIGAÇÃO E SABER EM COMUNICAÇÃO

Observatório da Comunicação  
Palácio Foz - Praça dos Restauradores  
1250-187 Lisboa  
Portugal

[www.obercom.pt](http://www.obercom.pt)  
[obercom@obercom.pt](mailto:obercom@obercom.pt)

Tel.: +351 213 221 319  
Fax.: +351 213 221 320

## FICHA TÉCNICA

### TÍTULO

Jornais regionais: perfis de leitores de jornais locais e regionais por via tradicional e online.

### DATA DA EDIÇÃO

Janeiro de 2017

### COORDENAÇÃO CIENTÍFICA

Gustavo Cardoso  
Sandro Mendonça

### AUTORIA

Gustavo Cardoso  
Sandro Mendonça  
Miguel Paisana  
João Sousa  
Pedro Caldeira Pais

### ISSN

2182-6722



Este trabalho está licenciado para  
**Creative Commons Attribution 4.0**  
International (CC BY 4.0).

# Índice

Sumário Executivo.....	7
1. Características sociodemográficas dos leitores de jornais regionais tradicionais e online .....	10
2. Posturas e hábitos dos leitores de jornais regionais tradicionais e online no que concerne a fontes noticiosas, redes sociais e interesse em notícias .....	18
3. Posturas e hábitos dos leitores de jornais regionais tradicionais e online no que concerne ao pagamento por conteúdo noticioso online e à publicidade .....	32
4. Confiança dos leitores de jornais regionais tradicionais e online no que concerne à selecção de informação noticiosa, a questões de privacidade e a influências externas no jornalismo .....	37
Considerações finais .....	42

## Índice de figuras

Figura 1 – Leitores de jornais regionais tradicionais por género .....	10
Figura 2 – Leitores de jornais regionais online por género .....	10
Figura 3 – Leitores de jornais regionais tradicionais por escalão etário .....	11
Figura 4 – Leitores de jornais regionais online por escalão etário .....	11
Figura 5 – Leitores de jornais regionais tradicionais por região .....	12
Figura 6 – Leitores de jornais regionais online por região .....	13
Figura 7 – Leitores de jornais regionais tradicionais por escolaridade .....	14
Figura 8 – Leitores de jornais regionais online por escolaridade .....	14
Figura 9 – Fonte noticiosa que utiliza para assistir notícias, seja por TV, rádio ou jornal impresso nacional, por escolaridade .....	15
Figura 10 – Leitores de jornais regionais tradicionais por rendimento anual .....	16
Figura 11 – Leitores de jornais regionais online por rendimento anual.....	17
Figura 12 – Frequência com que os leitores de jornais regionais tradicionais acedem normalmente a notícias .....	18
Figura 13 – Frequência com que os leitores de jornais regionais online acedem normalmente a notícias .....	19
Figura 14 – Principal fonte noticiosa utilizando TV, rádio ou imprensa (tradicional ou offline) por parte dos leitores de jornais regionais tradicionais e online .....	20
Figura 15 – Fonte noticiosa mais importante para os leitores de jornais regionais tradicionais. 21	
Figura 16 – Fonte noticiosa mais importante para os leitores de jornais regionais online.....	22
Figura 17 – Leitores de jornais regionais tradicionais e online que usaram alguma rede social na semana anterior.....	23
Figura 18 – Redes sociais mais utilizadas para ler, assistir ou partilhar notícias para os leitores de jornais regionais tradicionais e online .....	24
Figura 19 – De que forma os leitores de jornais regionais tradicionais e online se depararam com notícias via online na semana anterior .....	25
Figura 20 – Que plataformas ou entidades os leitores de jornais regionais tradicionais e online optam por seguir ou subscrever nas redes sociais .....	26

Figura 21 – De que forma, se alguma, os leitores de jornais regionais tradicionais e online partilham ou participam em notícias numa semana normal .....	27
Figura 22 – Nível de interesse dos leitores jornais regionais tradicionais e online em sobre notícias sobre a sua Região ou Cidade .....	28
Figura 23 – Nível de interesse dos leitores jornais regionais tradicionais e online em notícias sobre Política .....	29
Figura 24 – Nível de interesse dos leitores de jornais regionais tradicionais e online em notícias Internacionais.....	29
Figura 25 – Nível de interesse dos leitores de jornais regionais tradicionais e online em notícias sobre Saúde e Educação.....	30
Figura 26 – Leitores de jornais regionais tradicionais e online que pagaram por um jornal impresso na semana anterior .....	31
Figura 27 – Se os leitores de jornais regionais tradicionais e online pagaram por conteúdo noticioso online no último ano.....	32
Figura 28 – Concordância dos leitores de jornais regionais tradicionais e online com a afirmação – Considero intrusivos os anúncios em sites noticiosos .....	33
Figura 29 – Concordância dos leitores de jornais regionais tradicionais e online com a afirmação – Estou preparado para ver anúncios em troca de notícias gratuitas .....	34
Figura 30 – Se os leitores de jornais regionais tradicionais e online já fizeram um download num dos seus dispositivos para bloquear anúncios (e.g.: Adblock Plus) .....	34
Figura 31 – Se os leitores de jornais regionais tradicionais e online correntemente usam software nalgum dispositivo que permita bloquear anúncios .....	35
Figura 32 – Razão dos leitores de jornais regionais tradicionais e online para usarem um software de bloqueador de anúncios nalgum dispositivo.....	36
Figura 33 – Concordância dos leitores de jornais regionais tradicionais e online quanto a afirmações concernentes à selecção de conteúdo noticioso com que se deparam .....	38
Figura 34 – Concordância dos leitores de jornais regionais tradicionais e online quanto a afirmações concernentes à personalização de notícias, à perda de informação e a questões de privacidade .....	39
Figura 35 – Concordância dos leitores de jornais regionais tradicionais e online quanto a afirmações concernentes à confiança nas notícias e nas organizações noticiosas .....	40

Figura 36 – Concordância dos leitores de jornais regionais tradicionais e online quanto a afirmações concernentes à influência externa nos media noticiosos ..... 41

## Sumário Executivo

Este relatório resulta de dados coligidos de inquéritos da Reuters (2016), num esforço do OberCom – Observatório da Comunicação em comparar perfis de leitores utilizadores de internet de, por um lado, jornais regionais tradicionais/impressos, e, por outro, de jornais regionais online. Entre as conclusões e a discussão sustentadas na análise de dados constantes neste relatório, destacam-se os seguintes pontos:

- São os indivíduos com mais idade (55 anos ou mais) que lêem tendencialmente jornais regionais, tanto impressos quanto online, sendo que, ainda assim, existe mais equilíbrio por parte dos leitores online em relação aos vários escalões etários.
- Quanto à distribuição regional dos leitores de jornais regionais impressos, o Centro possui o maior número do público leitor, com 30,3%, seguido da região do Norte, com 25,1%, e de Lisboa, com 19,5%. Dos leitores online, o Centro e o Norte destacam-se com 27,5% e 26,7%, respectivamente.
- Em termos de escolaridade, grande parte do público leitor de ambos os perfis possui um grau de mestrado, doutoramento ou bacharelato, sendo que, por outro lado, os que se encontram correntemente na escola a tempo inteiro apresentam valores muito baixos.
- De acordo com a figura 9, os leitores de jornais impressos nacionais não parecem, na generalidade, deter níveis de escolaridade superiores em comparação com quem assiste a notícias através de outros meios, seja por TV, rádio ou jornal impresso nacional. Na generalidade, verifica-se também que a diferença de escolaridade entre quem assiste a notícias por estes meios e através de jornais regionais tradicionais e online são pouco díspares.
- Como indicam as figuras 12 e 13, tanto os leitores de jornais regionais tradicionais, quanto os leitores online, acedem diariamente a conteúdo noticioso, sendo que a maioria o faz várias vezes por dia.
- Os dados da figura 14 revelam a predominância da televisão e dos canais de informação na preferência de fontes noticiosas, e, igualmente, a importância, na comparação entre imprensa de jornais tradicionais, dos jornais locais e regionais, nomeadamente para os leitores do perfil tradicional.

- Partindo da comparação entre as figuras 15 e 16, destaca-se uma tendência por parte dos leitores de jornais regionais impressos em considerarem os jornais online como a fonte noticiosa mais importante, sendo que leitores online consideram em menor número os jornais impressos como a fonte noticiosa primordial.
- As figuras 17, 18 e 19 demonstram a importância que as redes sociais têm na actualização ou participação de informação noticiosa.
- Tendo em conta a compra de jornal impresso (figura 26) bem como outras figuras que revelam posturas e hábitos online por parte dos leitores dos dois perfis estudados, denota-se uma tendência para leitores de jornais regionais impressos optarem igualmente por conteúdo online, e para leitores de jornais regionais online, por sua vez, desvalorizarem o jornal impresso.
- Sendo que, segundo a figura 27, a maior parte dos leitores de ambos os perfis não paga conteúdo noticioso online, mesmo leitores de jornais regionais online optam, na grande maioria, por não pagar por conteúdo online, sendo que leitores de jornais regionais impressos, por outro lado, possuem até uma maior percentagem no que concerne a conteúdo noticioso online pago, o que pode demonstrar a pouca necessidade que os leitores online sentem para que este tipo de conteúdo seja adquirido.
- À afirmação se consideram os anúncios em sites noticiosos intrusivos, a grande maioria dos leitores de jornais regionais online (70,2%) concorda com o carácter intrusivo dos anúncios em geral, comparativamente com os 55,3% dos leitores de jornal impresso.
- À afirmação se está preparado para ver anúncios em troca de notícias gratuitas, 50,5% dos leitores de jornais regionais impressos concordaram, sendo que os leitores online obtiveram um nível um pouco mais baixo de concordância, com 45,3%.
- Como demonstra a figura 30, a maioria dos indivíduos não efectuou nunca o download de um bloqueador de anúncios publicitários.
- Quanto às notícias online mais personalizadas, recomendadas com base no que o leitor tem consumido, de uma forma geral identifica-se a vontade da maior parte dos leitores de jornais regionais, tanto por via impressa como por via online, em manter-se activa no que diz respeito aos vários pontos de vista que diferente conteúdo noticioso – não restrito a um determinado perfil de consumo – promove.

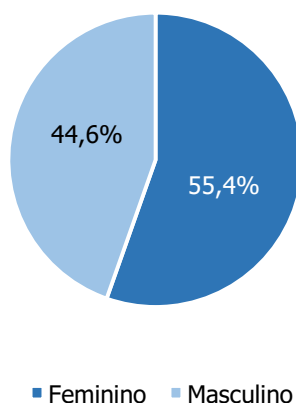
- Já no que concerne às questões de privacidade, revela-se também um grau de concordância relativamente elevado por parte dos leitores de ambos os perfis quanto a uma preocupação de cariz pessoal, em que sentem que a sua privacidade pode estar a ser transgredida com a personalização de notícias online.
- Quanto à legitimidade dos próprios leitores relativamente ao jornalismo e à informação noticiosa que obtêm, os dados apontam claramente para uma desconfiança do leitor – em especial o leitor de jornal regional online – relativamente ao processo jornalístico em Portugal, tanto no que concerne à influência governamental como à influência comercial.

Este relatório resulta da vontade por parte do OberCom – Observatório da Comunicação em compreender os perfis dos leitores de jornais regionais/locais, distinguindo os leitores de jornais tradicionais/imprensa e de jornais online, dentro dos utilizadores de internet. Para cada um destes perfis pretende-se perceber aspectos sociodemográficos, tendências de posturas e hábitos tradicionais e online, a importância das redes sociais, a opção por pagamento de conteúdo noticioso na internet, os níveis de confiança no que concerne à selecção de informação noticiosa, entre outros aspectos, procedendo-se a uma comparação de ambos os perfis em diversos indicadores. Com base num inquérito da Reuters, de 2016, dirigido a utilizadores de internet em Portugal, e dentro dos que revelam ler algum jornal regional, as amostras revelam leitores de jornais tradicionais que não lêem online, bem como leitores que lêem os dois tipos de formato de jornais regionais. Este relatório procura, pois, aprofundar as diferenças e as tendências destes dois tipos de perfis.

De reter, por fim, que os dois perfis possuem amostras totais diferentes, com a amostra de leitores que responderam ler jornais regionais tradicionais a rondar os 267 indivíduos, e a dos leitores que dizem ler jornais regionais online a rondar os 121.

# 1. Características sociodemográficas dos leitores de jornais regionais tradicionais e online

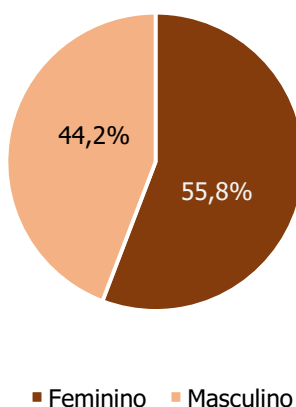
**Figura 1 – Leitores de jornais regionais tradicionais por género**



n= 267 (dos leitores de jornais regionais tradicionais) Fonte: Reuters, 2016. Edição: OberCom, 2017.

Começando por compreender a distribuição por género dos leitores de jornais regionais tradicionais, verifica-se que 55,4% são do sexo feminino, com 44,6% dos leitores a pertencerem ao sexo masculino.

**Figura 2 – Leitores de jornais regionais online por género**

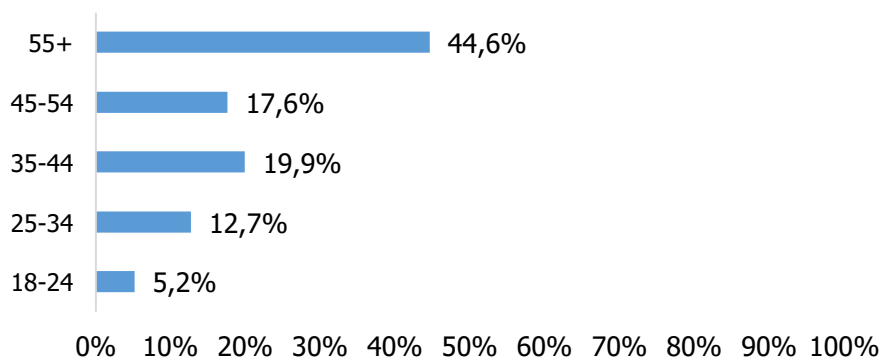


n= 120 (dos leitores de jornais regionais online) Fonte: Reuters, 2016. Edição: OberCom, 2017.

Quanto aos leitores de jornais regionais online, a distribuição é bastante similar, com 55,8% dos leitores do sexo feminino e 44,2% do sexo masculino.

Nas duas figuras seguintes procede-se à comparação nos escalões etários, indicador onde ocorrem algumas diferenças assinaláveis.

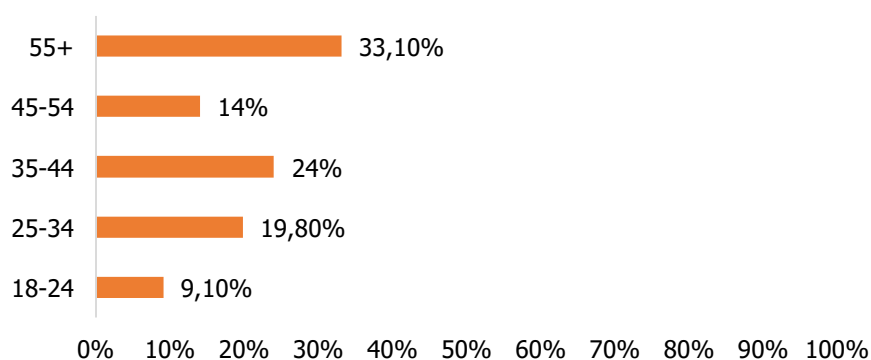
**Figura 3 – Leitores de jornais regionais tradicionais por escalão etário**



n= 267 (dos leitores de jornais regionais tradicionais) Fonte: Reuters, 2016. Edição: OberCom, 2017.

No que concerne a leitores tradicionais, 44,6% têm 55 anos ou mais, assistindo-se a um crescimento quase gradual de leitores mediante a idade, com a exceção dos 35 aos 44 anos, que se estabelece como o segundo escalão com mais leitores, com 19,9%. O público leitor mais jovem tem tendência para ler menos jornais regionais impressos, com destaque para o escalão dos 18 aos 34 anos, com 5,2%.

**Figura 4 – Leitores de jornais regionais online por escalão etário**



n= 121 (dos leitores de jornais regionais online) Fonte: Reuters, 2016. Edição: OberCom, 2017.

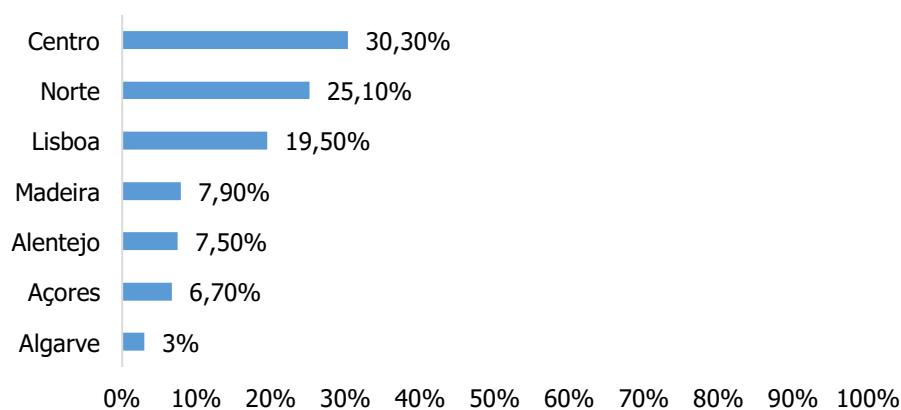
No que se refere aos leitores online, e pese embora o mesmo escalão dos 55 anos ou mais seja também o que possui mais leitores de jornais regionais (33,1%), não se verifica uma discrepância tão grande entre os diversos escalões, em comparação com a figura anterior. Dos leitores online, 24% estão entre os 35 e os 44 anos, e 19,8% encontram-se entre os 25 e os 34

anos. Dos leitores mais jovens, destaca-se também um valor mais elevado relativamente aos que se encontram no escalão dos 18 aos 24 anos, com 9,1%.

A comparação entre estas duas figuras demonstra que são os indivíduos com mais idade que lêem tendencialmente jornais regionais, tanto impressos quanto online.

Por outro lado, verifica-se que existem mais leitores online de mais escalões etários a ler jornais regionais na internet, em comparação com os leitores dos jornais impressos, onde os indivíduos com 55 anos ou mais se destacam. Deste modo, destaca-se a tendência para os leitores online se encontrarem de uma forma mais equilibrada pelos diversos escalões etários, em comparação com o perfil dos leitores tradicionais.

**Figura 5 – Leitores de jornais regionais tradicionais por região**

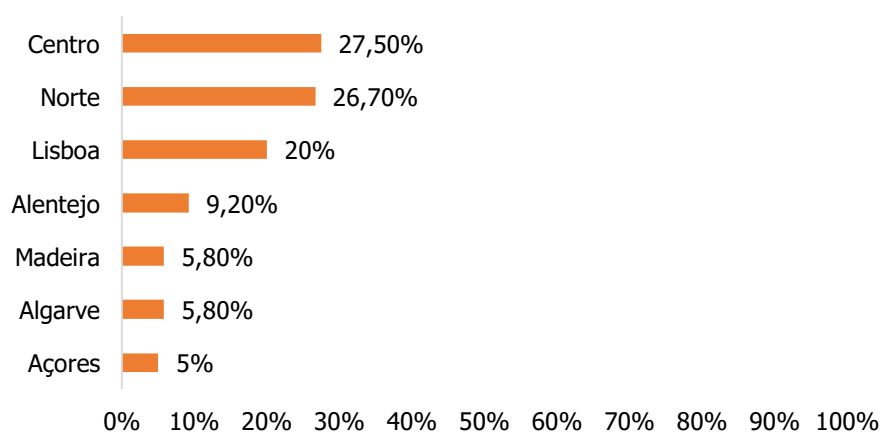


n= 267 (dos leitores de jornais regionais tradicionais) Fonte: Reuters, 2016. Edição: OberCom, 2017.

Quanto à distribuição regional dos leitores de jornais regionais impressos, o Centro possui o maior número do público leitor, com 30,3%, seguido da região do Norte, com 25,1%, e de Lisboa, com 19,5%.

As restantes regiões possuem valores menos elevados, com 7,5% no Alentejo, e 7,9% e 6,7% nos arquipélagos da Madeira e dos Açores, respectivamente. O Algarve encontra-se como a região com menos leitores de jornais regionais impressos, com 3%.

**Figura 6 – Leitores de jornais regionais online por região**

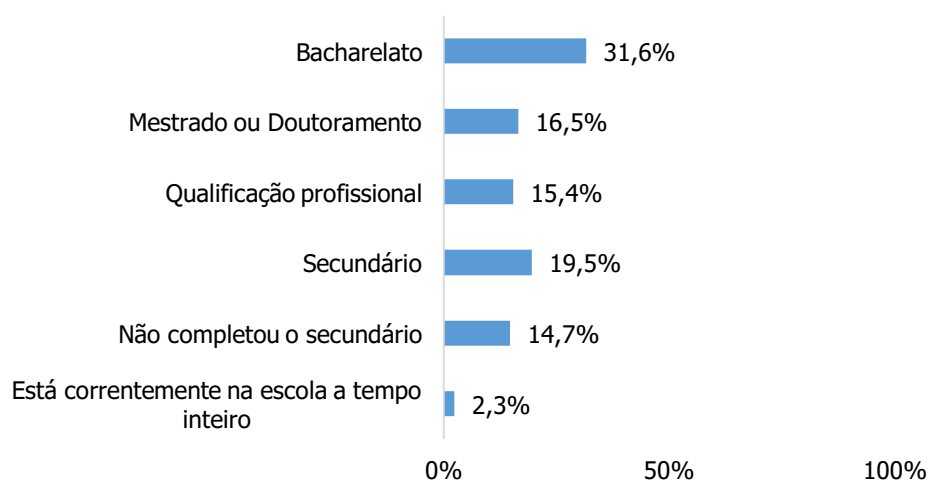


n= 120 (dos leitores de jornais regionais online) Fonte: Reuters, 2016. Edição: OberCom, 2017.

No que concerne a leitores de jornais regionais online, os valores são similares em comparação com a figura anterior, embora as percentagens de indivíduos do Centro e do Norte estejam mais equiparadas, com 27,5% e 26,7%, respectivamente.

A região de Lisboa encontra-se com 20%, seguido do Alentejo, com 9,2%. A Madeira e os Açores possuem valores menos elevados no que concerne a leitores online, em comparação com os de jornal impresso, com 5,8% e 5%, sendo que, por fim, 5% dos leitores online pertencem à região do Algarve, valor um pouco mais elevado do que na figura anterior.

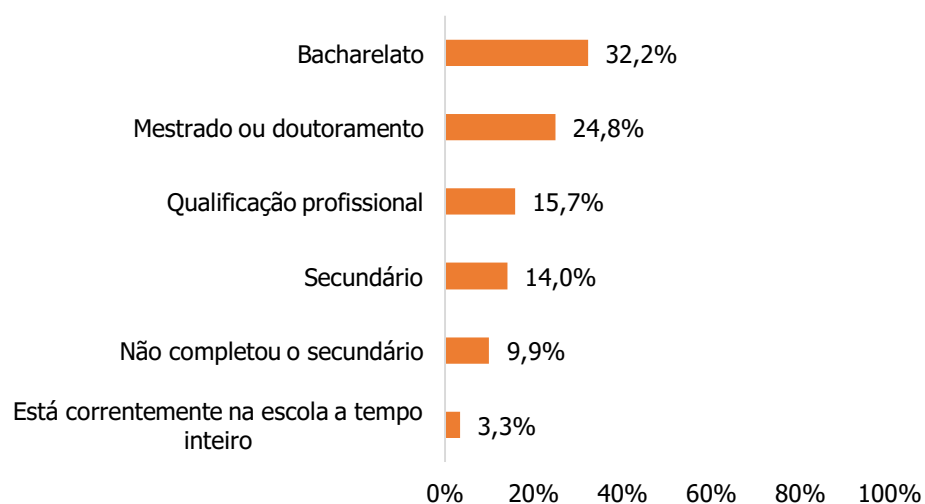
**Figura 7 – Leitores de jornais regionais tradicionais por escolaridade**



n= 266 (dos leitores de jornais regionais tradicionais) Fonte: Reuters, 2016. Edição: OberCom, 2017.

Em termos de escolaridade terminada ou, a ser o caso, escolaridade activa, verifica-se que 31,6% dos leitores de jornais regionais impressos possuem bacharelato, e 16,5% possuem um grau de mestrado ou doutoramento. De seguida, 19,5% dos leitores tradicionais têm o ensino superior, sendo que quem possui qualificação profissional ou quem não completou o secundário apresentam resultados similares, com 15,4% e 14,7%, respectivamente. Quem se encontra correntemente na escola a tempo inteiro apresenta os valores mais baixos, com apenas 2,3%.

**Figura 8 – Leitores de jornais regionais online por escolaridade**



n= 120 (dos leitores de jornais regionais online) Fonte: Reuters, 2016. Edição: OberCom, 2017.

Verifica-se que 32,2% dos leitores de jornais regionais online possui um bacharelato, sendo que 24,8% possuem um grau de mestrado ou doutoramento.

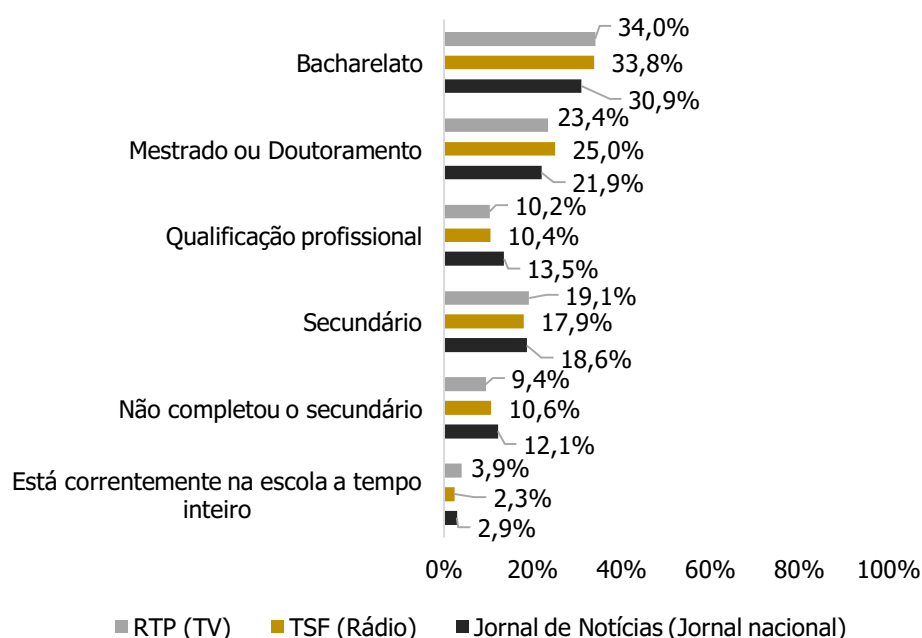
15,7% dos leitores online possuem qualificação profissional e 14% têm o ensino superior, sendo 9,9% não completaram o secundário. Já quem se encontra correntemente na escola a

tempo inteiro apresenta-se como tendo o número mais baixo de leitores de jornais regionais online, com 3,3%.

Através destas figuras podem verificar-se tendências similares nos dois perfis de leitores no que se refere à escolaridade, embora com uma maior percentagem de leitores de jornais regionais online que detêm um grau de mestrado ou doutoramento. Em ambos os casos, os leitores que se encontram correntemente na escola a tempo inteiro apresentam valores muito baixos. No que concerne a indivíduos que não completaram o secundário, existe uma diferença relevante entre leitores tradicionais e online, havendo a tendência para os indivíduos com este percurso escolar tenderem mais à leitura de jornais impressos.

Neste âmbito, tenha-se apenas em conta a próxima figura, referente à fonte noticiosa que os indivíduos utilizam para assistir a notícias. Sendo que as amostras seguintes, excepcionalmente, se referem a um universo mais largo de inquiridos, serve esta figura para demonstrar os níveis de escolaridade, em Portugal, das pessoas que assistem a notícias pela TV, representada aqui pela RTP, pela rádio (TSF) e por um jornal impresso nacional (Jornal de Notícias), comparando com os leitores de jornais regionais impressos e online.

**Figura 9 – Fonte noticiosa que utiliza para assistir notícias, seja por TV, rádio ou jornal impresso nacional, por escolaridade**



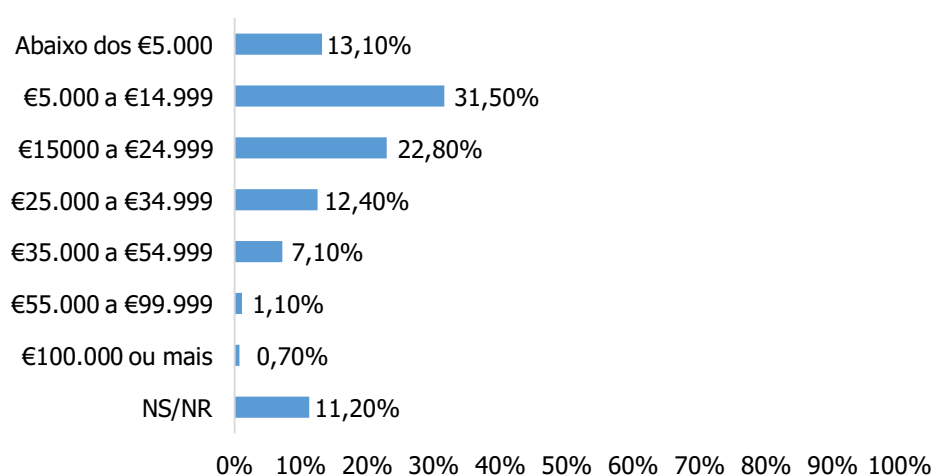
n Dos que assistem notícias pela RTP (TV) = 774; n Dos que assistem notícias pela TSF (rádio) = 396; n Dos que lêem notícias pelo Jornal de Notícias (jornal nacional) = 547. Fonte: Reuters, 2016. Edição OberCom, 2017.

No seguimento dos dados comparativos entre os perfis estudados para relatório, têm-se resultados similares no que concerne à escolaridade dos indivíduos e às fontes por que assistem notícias, seja por TV, rádio ou jornal impresso nacional. Tendo como exemplo da televisão o canal RTP (RTP 1 e RTP 2), 34% destes indivíduos possuem um grau de bacharelato, valor similar a quem ouve notícias pela TSF, e um pouco superior a quem lê o Jornal de Notícias (30,9%). De seguida, no que concerne a graus de mestrado ou doutoramento, têm-se valores, para as três amostras, superiores a 20%, sendo o mais baixo, novamente, a percentagem dos leitores de jornais nacionais, aqui representado pelo Jornal de Notícias (21,9%). Quanto aos valores mais baixos, quem está correntemente na escola a tempo inteiro, apresenta, para estes casos, valores bastante baixos.

De uma forma geral, conclui-se que os níveis de escolaridade para quem assiste notícias, seja por TV, rádio ou jornal impresso nacional, são relativamente similares. Nesta comparação entre RTP, TSF e Jornal de Notícias, verifica-se até que é o jornal impresso nacional que tem uma tendência para que os seus leitores tenham percentagens de graus de bacharelato e mestrado ou doutoramento ligeiramente inferiores aos que assistem por TV e rádio, o que pode indicar que os leitores de jornais impressos nacionais não parecem, na generalidade, deter níveis de escolaridade superiores em comparação com quem assiste a notícias através de outros meios. Por fim, verifica-se também que a diferença destes três casos para os perfis de leitores regionais não se apresenta muito diferente.

Por último, no que concerne a este capítulo, procede-se novamente à comparação entre os dois perfis de leitores, neste caso no que se refere ao rendimento anual, valores que se apresentam relativamente similares.

**Figura 10 – Leitores de jornais regionais tradicionais por rendimento anual**



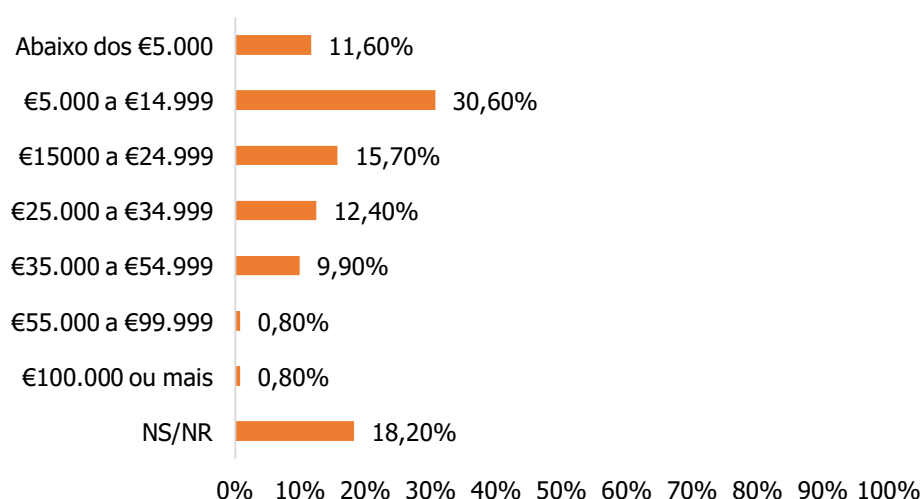
n= 267 (dos leitores de jornais regionais tradicionais) Fonte: Reuters, 2016. Edição: OberCom, 2017.

Dos leitores de jornais regionais impressos, 31,5% encontram-se com um rendimento anual entre os €5.000 e os €14.999, sendo que 22,8% dos leitores apresentam um rendimento entre os €15.000 e os €24.999. Já 13,1% deste tipo de leitores ganham anualmente menos de €5.000, aspecto assinalável dada a situação precária em que alguns destes indivíduos se possam encontrar.

De seguida, 12,4% dos leitores tradicionais revelam receber um rendimento anual entre €25.000 e os €34.999, e 7,1% dizem possuir um rendimento entre os €35.000 e os €54.999.

No que se refere aos indivíduos de rendimento anual mais elevado – dos que recebem tanto ou mais que €55.000 anualmente –, opta-se por não se destacar as suas pequenas percentagens, dado que estas podem ser o resultado de um menor número de indivíduos com valores de rendimento mais elevado a responderem ao inquérito, não se estabelecendo por isso como uma amostra suficiente.

**Figura 11 – Leitores de jornais regionais online por rendimento anual**



n= 121 (dos leitores de jornais regionais online) Fonte: Reuters, 2016. Edição: OberCom, 2017.

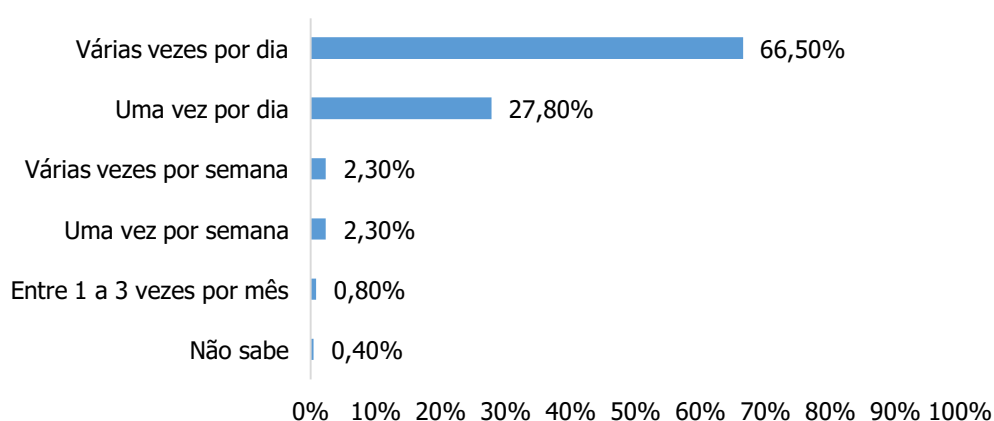
No que se refere aos leitores de jornais regionais online, os valores apresentam-se similares aos do perfil anterior, com 30,6% a receberem anualmente entre €5.000 e €14.999. 15,70% encontram-se no escalão entre os €15.000 e os €24.999, 12,4% recebem anualmente entre €25.000 e €34.999, e 11,6% possuem um rendimento anual abaixo dos €5.000. Por último, 9,9% recebem entre €35.000 e €54.999, havendo valores muito baixos no que concerne aos leitores online com rendimento acima dos €55.000.

No que se refere a estas duas figuras relativos ao rendimento anual, conclui-se, portanto, que ambos os perfis apresentam valores similares quanto a este indicador de qualidade de vida, com apenas os leitores de jornais regionais tradicionais que recebem anualmente entre €15.000 a €24.999 a serem 22,8%, em comparação com os 15,7% dos leitores online com o mesmo rendimento anual.

## 2. Posturas e hábitos dos leitores de jornais regionais tradicionais e online no que concerne a fontes noticiosas, redes sociais e interesse em notícias

Este capítulo procura compreender os hábitos e posturas dos leitores de ambos os perfis no que diz respeito à sua preferência por fontes noticiosas, à influência das redes sociais no processo noticioso, aos níveis de interesse em temas noticiosos, bem como a alguns hábitos dos leitores, tanto quanto a conteúdo noticioso online, como no que concerne, por exemplo, à compra, ou não, de jornais impressos.

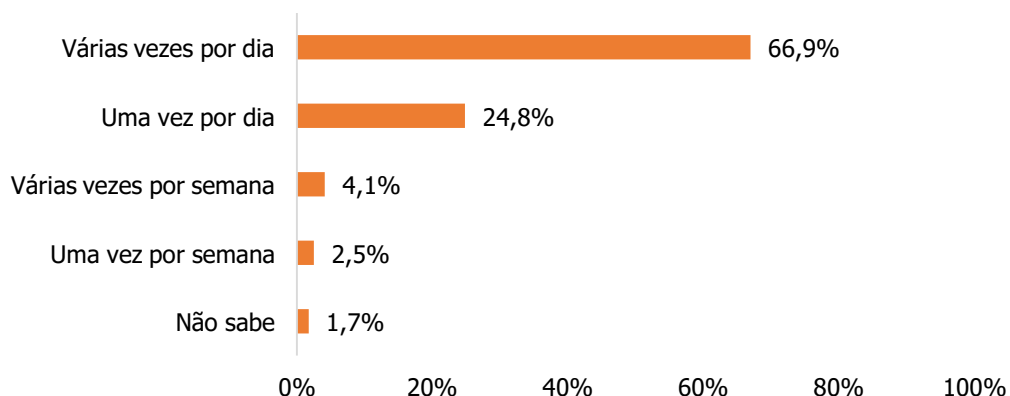
**Figura 12 – Frequência com que os leitores de jornais regionais tradicionais acedem normalmente a notícias**



n= 266 (dos leitores de jornais regionais tradicionais) Fonte: Reuters, 2016. Edição: OberCom, 2017.

Abordando as posturas e hábitos dos leitores de ambos os perfis, tem-se que, no que concerne à frequência no acesso a notícias, 66,5% dos leitores de jornais regionais impressos revelam aceder a conteúdo noticioso várias vezes por dia, 27,8% diz aceder uma vez por dia, sendo que são muito poucos os indivíduos que acedem menos vezes.

**Figura 13 – Frequência com que os leitores de jornais regionais online acedem normalmente a notícias**



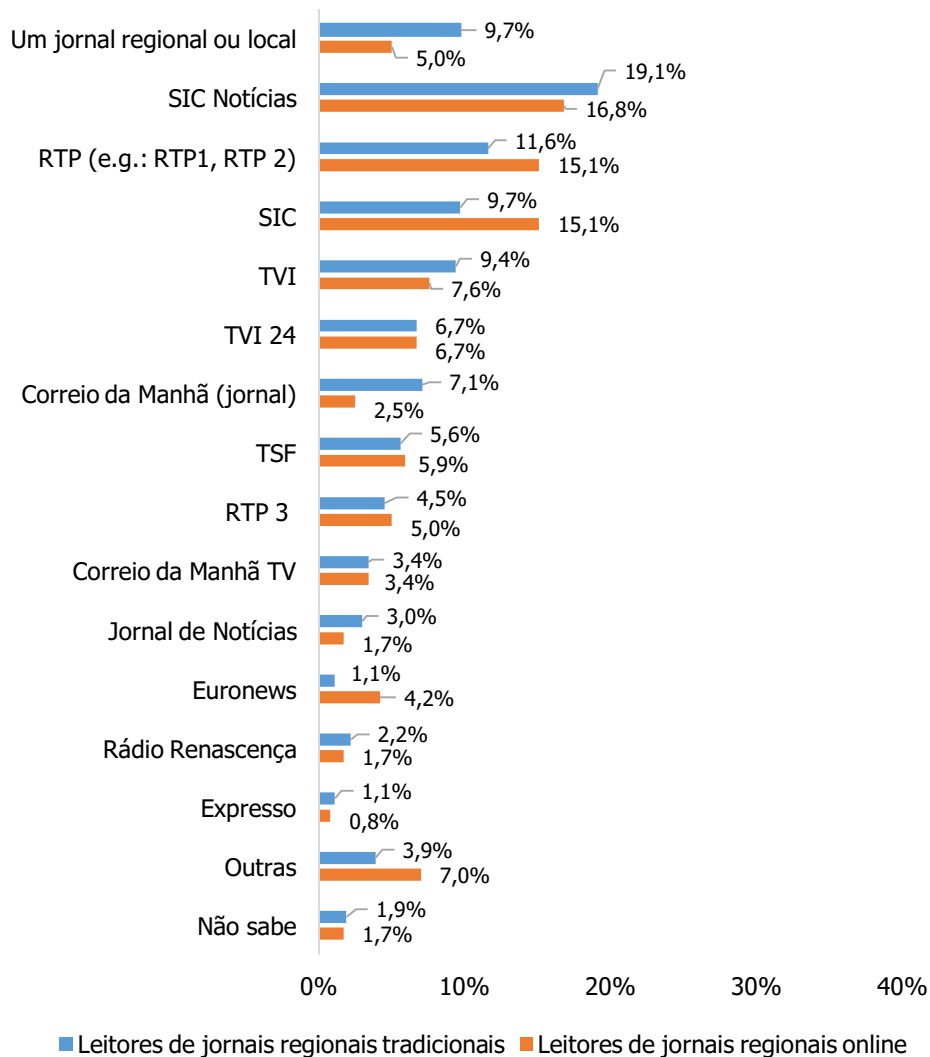
n= 121 (dos leitores de jornais regionais online) Fonte: Reuters, 2016. Edição: OberCom, 2017.

Já no que concerne a leitores de jornais regionais online, 66,9% revelam aceder a notícias várias vezes por dia, 24,8% diz aceder uma vez por dia, sendo que nesta figura, igualmente, verifica-se que são poucos os indivíduos a acederem pouco a conteúdo noticioso.

Os dados de ambas as figuras servem para demonstrar que tanto os leitores de jornais regionais tradicionais, quanto os leitores online, acedem diariamente a conteúdo noticioso, sendo que a maioria o faz várias vezes por dia.

Na figura seguinte analisa-se a principal fonte noticiosa para os leitores dos dois perfis estudados, tendo em conta a utilização de TV, rádio ou imprensa, seja tradicional ou offline.

**Figura 14 – Principal fonte noticiosa utilizando TV, rádio ou imprensa (tradicional ou offline) por parte dos leitores de jornais regionais tradicionais e online**



n Leitores de jornais regionais tradicionais = 267 (dos leitores de jornais regionais tradicionais); n Leitores de jornais regionais online = 119 (dos leitores de jornais regionais online). Fonte: Reuters, 2016. Edição OberCom, 2017.

Tendo em conta que os totais da amostra de cada perfil revelam a leitura de um jornal local ou regional (tradicional ou online, mediante o perfil), esta figura, por outro lado, refere-se à fonte noticiosa que o inquirido prefere, tendo em conta a utilização de TV, rádio e imprensa, tanto tradicional como offline, isto é, imprensa não online. Sendo que os dados desta figura são dominados pelos canais televisivos – nomeadamente a SIC Notícias, com 19,1% das preferências dos leitores do primeiro perfil e 16,8% dos leitores do segundo –, ao cingir-se a análise aos media não televisivos, verifica-se que, para os leitores de jornais regionais impressos, a preferência de 9,7% dos indivíduos deste perfil recai sobre um jornal local ou regional, e que 5% dos leitores online, por sua vez, escolhem também essa opção como a fonte noticiosa mais importante. Depois, no que se refere a jornais, o Correio da Manhã, no caso dos leitores do primeiro perfil, estabelece-se com 7,1% das preferências, sendo que o valor decresce quanto aos indivíduos do

segundo perfil, com 2,5%. De seguida, o Jornal de Notícias aparece com 3% e 1,7% das preferências de cada um dos perfis, respectivamente. Por fim, destaque ainda para a TSF, rádio que apresenta as preferências de quase 6% dos leitores de cada perfil.

De uma forma geral, os dados desta figura revelam, por um lado, a predominância da televisão e dos canais de informação na preferência de fontes noticiosas, e, por outro, a importância, na comparação entre jornais, dos jornais locais e regionais, nomeadamente para os leitores do perfil tradicional. De resto, os leitores do perfil online revelam, segundo estes dados, a tendência para não considerarem jornais tradicionais ou offline como as fontes noticiosas mais importantes.

No seguimento da figura 13, tenha-se em conta, de uma forma geral, a fonte noticiosa que os indivíduos de cada perfil consideram mais importante, de forma a compreender melhor as suas preferências no que se refere às opções na busca por conteúdo noticioso.

**Figura 15 – Fonte noticiosa mais importante para os leitores de jornais regionais tradicionais**



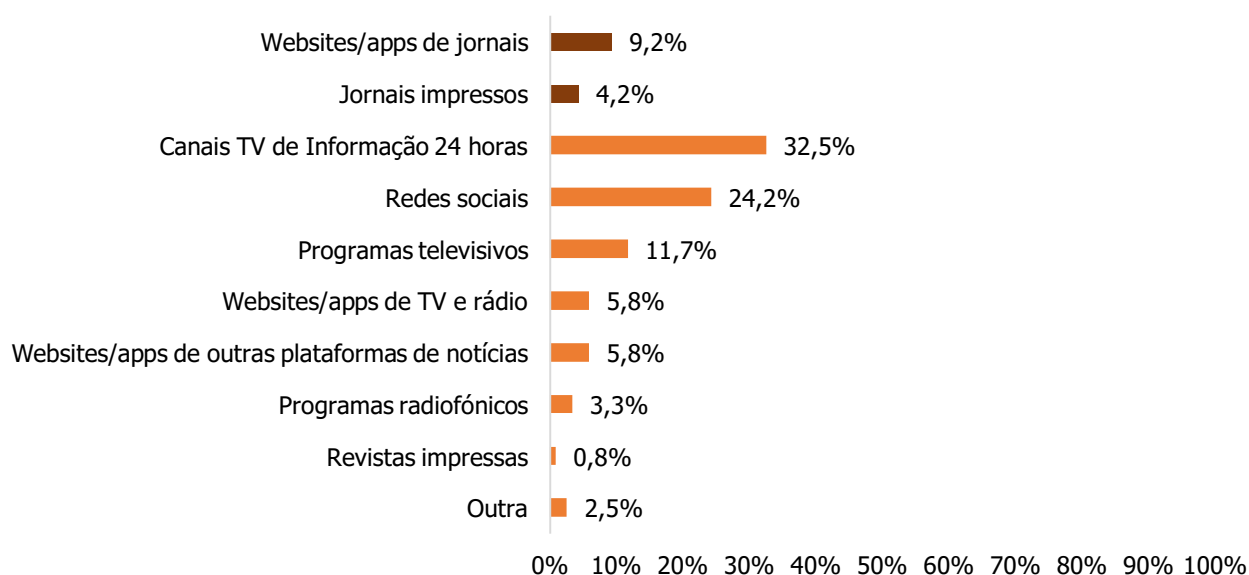
n= 266 (dos leitores de jornais regionais tradicionais) Fonte: Reuters, 2016. Edição: OberCom, 2017.

Para os leitores de jornais regionais tradicionais, 9% consideram os jornais impressos como a fonte noticiosa mais importante, sendo que websites e apps de jornais possuem um valor mais elevado, com 9,4% das preferências. Nesta comparação, portanto, é interessante reter que leitores tradicionais consideram, ainda que tangencialmente, websites e apps de jornais como fontes noticiosas mais importantes do que jornais impressos.

Quanto aos restantes dados, tem-se que a fonte de informação primordial são os canais TV de informação 24 horas, com 40,6%, e programas televisivos, com 14,3%, sendo que as

redes sociais se estabelecem, para estes leitores, como uma fonte noticiosa mais importante do que jornais impressos e online, com 12,4%.

**Figura 16 – Fonte noticiosa mais importante para os leitores de jornais regionais online**



n= 121 (dos leitores de jornais regionais online) Fonte: Reuters, 2016. Edição: OberCom, 2017.

Dos leitores de jornais regionais online, 9,2% consideram os websites e apps de jornais como a fonte noticiosa mais importante, sendo que, no que concerne a estes leitores, são menos os que consideram como mais importante os jornais impressos (4,2%).

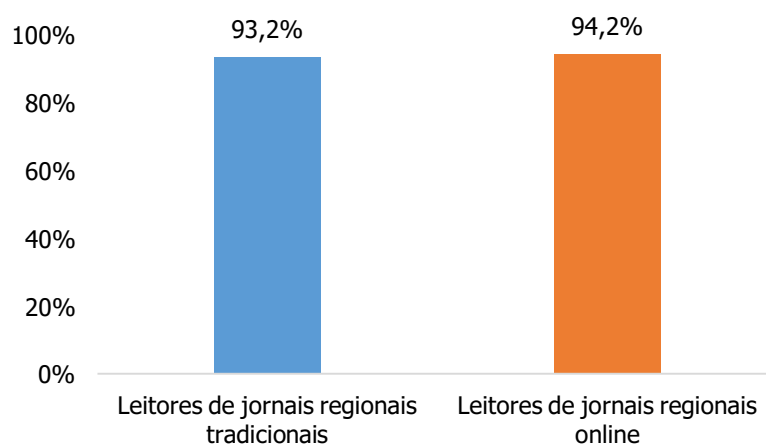
No que concerne a outros dados, tem-se que 32,5% destes leitores preferem canais TV de informação 24 horas, e que 24,2% consideram as redes sociais como a fonte mais importante, indicador da importância destas redes também no que concerne ao conteúdo noticioso.

Na comparação entre estas duas figuras, o que se destaca é uma certa tendência por parte dos leitores de jornais regionais impressos (9%) considerarem os jornais online como a fonte noticiosa mais importante, sendo que leitores online consideram em menor número os jornais impressos como a fonte noticiosa primordial (4,2%). Isto pode significar uma tendência por parte dos leitores tradicionais para valorizarem o conteúdo online – também atendendo aos 12,4% dos leitores tradicionais que consideram as redes sociais como a fonte noticiosa mais importante –, o que parece ocorrer menos por parte dos leitores online relativamente ao conteúdo físico.

Os leitores online possuem também a tendência para preferirem o espaço da internet, nomeadamente as redes sociais (24,2%), e preterir em maior grau os programas televisivos e de canais de informação 24 horas, em comparação com os leitores tradicionais.

Tendo em conta os valores relativamente elevados de leitores, tanto tradicionais como, principalmente, online, que promovem as redes sociais como a fonte noticiosa mais importante, a próxima figura permite perceber a utilização massiva das redes sociais para os leitores de ambos os perfis.

**Figura 17 – Leitores de jornais regionais tradicionais e online que usaram alguma rede social na semana anterior**

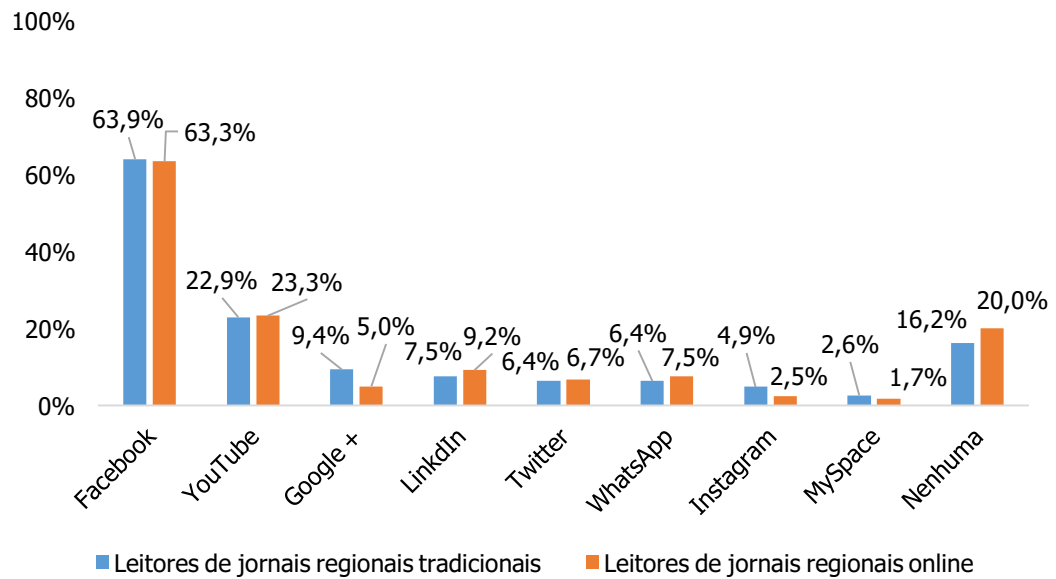


n Leitores de jornais regionais tradicionais = 266 (dos leitores de jornais regionais tradicionais); n Leitores de jornais regionais online = 120 (dos leitores de jornais regionais online) – Resposta Múltipla. Fonte: Reuters, 2016. Edição OberCom, 2017.

Como é possível verificar através desta figura, a grande maioria dos leitores dos dois perfis declaram ter usado alguma rede social na semana anterior – 93,2% no caso dos leitores do perfil tradicional e 94,2% no caso dos leitores do outro perfil –, o que esclarece a propagação deste tipo de redes na vida destes indivíduos.

Tendo isto em conta, as figuras seguintes demonstram as redes sociais mais utilizadas para ler, assistir ou partilhar notícias para cada um destes perfis, de modo a perceber quais as redes mais importantes no que concerne ao conteúdo noticioso.

**Figura 18 – Redes sociais mais utilizadas para ler, assistir ou partilhar notícias para os leitores de jornais regionais tradicionais e online**

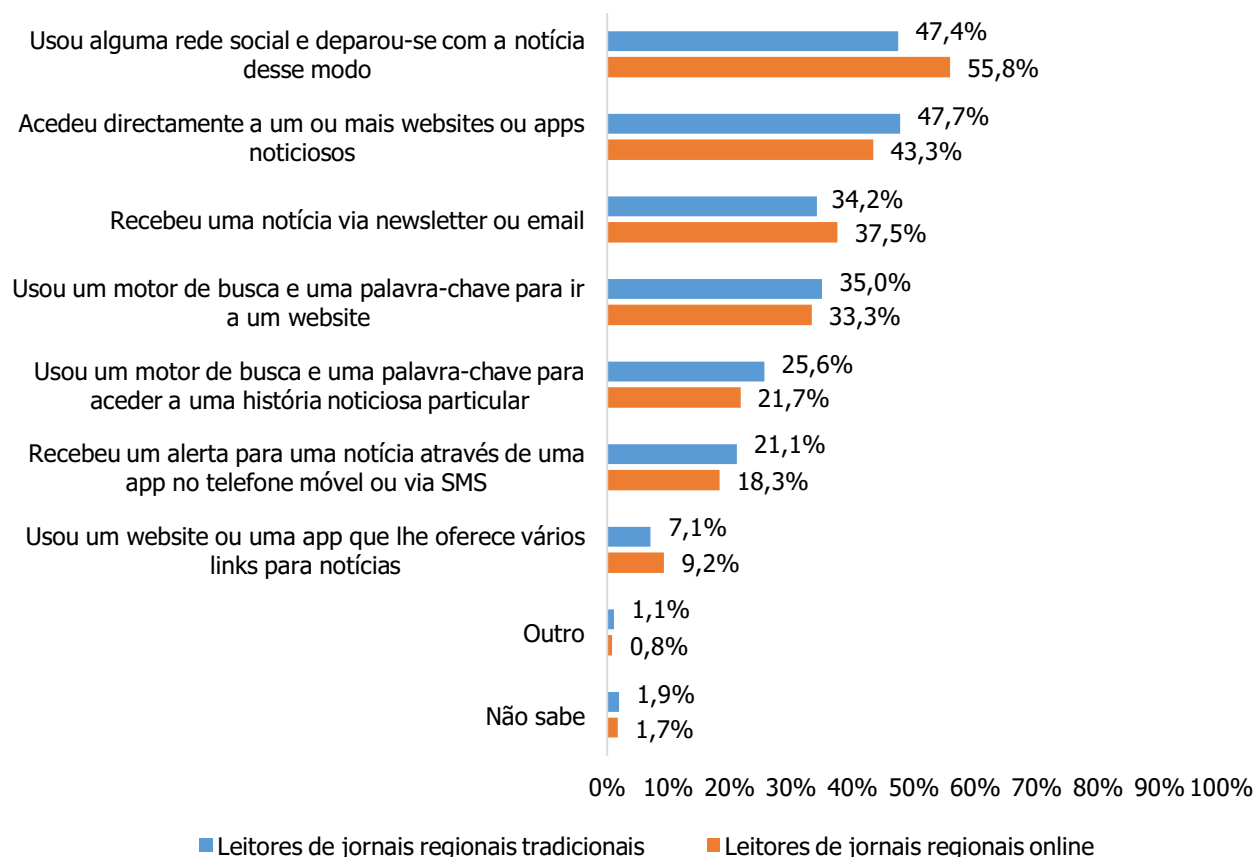


n Leitores de jornais regionais tradicionais = 266 (dos leitores de jornais regionais tradicionais); n Leitores de jornais regionais online = 120 (dos leitores de jornais regionais online) – Resposta Múltipla. Fonte: Reuters, 2016. Edição OberCom, 2017.

Cerca de 63% das respostas dos inquiridos de ambos os perfis revelam a utilização do Facebook para ler, assistir ou partilhar notícias, estabelecendo assim esta rede social como a mais usada também no que concerne a algum tipo de contacto com conteúdo noticioso. De seguida, tem-se o YouTube, com cerca de 23% das respostas dos dois tipos de leitores, seguido, para os leitores tradicionais, do Google +, com 9,4%, e, para o público online, do LinkedIn, com 9,2%. Por fim, têm-se outras redes sociais como o Twitter ou o WhatsApp, que se estabelecem, embora em menor grau, como redes relevantes de recepção e partilha de notícias, com valores a rondar os 7%.

Na figura seguinte, concernente à forma como os leitores se deparam com notícias via online, verifica-se uma vez mais a importância que as redes sociais têm adquirido no contacto com o conteúdo noticioso.

**Figura 19 – De que forma os leitores de jornais regionais tradicionais e online se depararam com notícias via online na semana anterior**

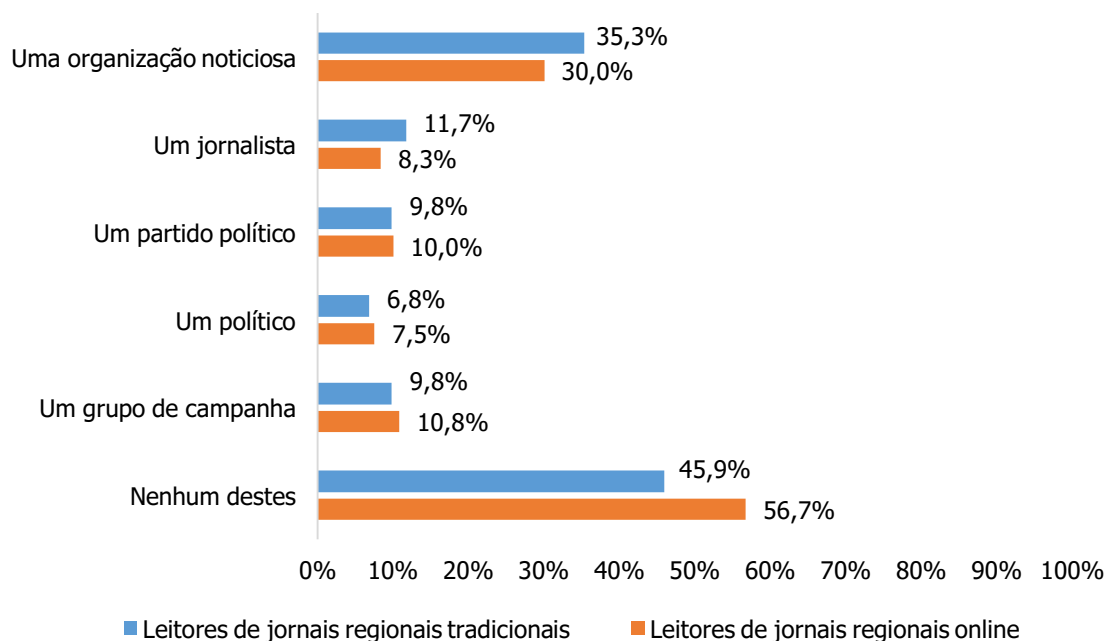


n Leitores de jornais regionais tradicionais = 266 (dos leitores de jornais regionais tradicionais); n Leitores de jornais regionais online = 120 (dos leitores de jornais regionais online) – Resposta Múltipla. Fonte: Reuters, 2016. Edição OberCom, 2017.

A maioria dos leitores, em especial os leitores de jornais regionais online (55,8%), revelam deparar-se com as notícias através de uma rede social, com 47,4% das respostas dos leitores tradicionais a irem também nesse sentido. Por outro lado, também são elevadas as vezes em que os leitores se deparam com notícias acedendo directamente a algum website noticioso, nomeadamente os leitores de jornal impresso, com 47,7% das respostas. Também cerca de 35% dos indivíduos de cada perfil revelam receber alguma nova notícia via email ou newsletter, ou usar um motor de busca e uma palavra-chave para aceder a um website. Por fim, verifica-se que 25,6% das respostas dos leitores tradicionais revelam usar um motor de busca para aceder a uma história em particular – com 21,7% de respostas dos leitores do perfil online –, e que cerca de 20% dos indivíduos dos dois perfis deparam-se com uma nova notícia recebendo um alerta através de uma app ou por via de uma SMS.

Neste sentido, a próxima figura permite compreender melhor a importância do jornalismo no âmbito das redes sociais, identificando quais as plataformas ou entidades que os leitores de jornais regionais, tanto tradicionais como online, seguem ou subscrevem.

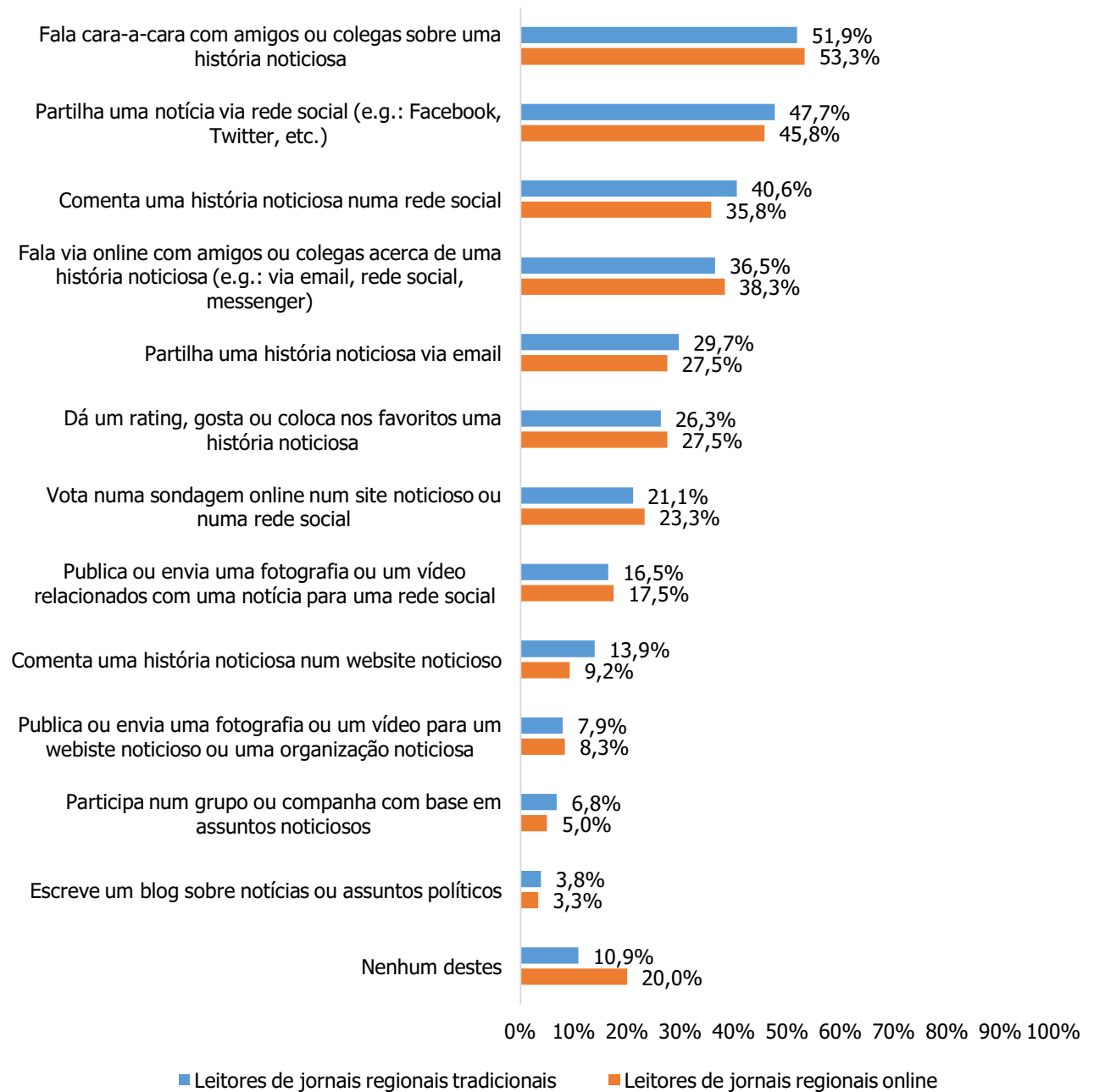
**Figura 20 – Que plataformas ou entidades os leitores de jornais regionais tradicionais e online optam por seguir ou subscrever nas redes sociais**



n Leitores de jornais regionais tradicionais = 248 (dos leitores de jornais regionais tradicionais que usaram redes sociais na semana anterior); n Leitores de jornais regionais online = 113 (dos leitores de jornais regionais online que usaram redes sociais na semana anterior) – Resposta Múltipla. Fonte: Reuters, 2016. Edição OberCom, 2017.

As respostas com valores mais elevados – neste caso, de ambos os perfis estudados, com 35,3% de respostas por parte dos leitores de jornais regionais tradicionais e 30% das respostas dos leitores online – revelam seguir ou subscrever uma organização noticiosa via rede social, como o Facebook, o Twitter, o Google +, ou o YouTube. Quanto aos leitores tradicionais, 11,7% das respostas indicam seguir ou subscrever um jornalista, com 8,3% das respostas dos leitores do outro perfil no que diz respeito à mesma opção. Já um partido político ou um grupo de campanha apresentam valores similares, a rondar os 10% para cada perfil, com a opção de seguir ou subscrever um político a ser a menos escolhida por parte de todos os leitores. De resto, a maioria dos leitores revelou não seguir ou subscrever nenhuma destas hipóteses.

**Figura 21 – De que forma, se alguma, os leitores de jornais regionais tradicionais e online partilham ou participam em notícias numa semana normal**



n Leitores de jornais regionais tradicionais = 266 (dos leitores de jornais regionais tradicionais); n Leitores de jornais regionais online = 120 (dos leitores de jornais regionais online) – Resposta Múltipla. Fonte: Reuters, 2016. Edição OberCom, 2017.

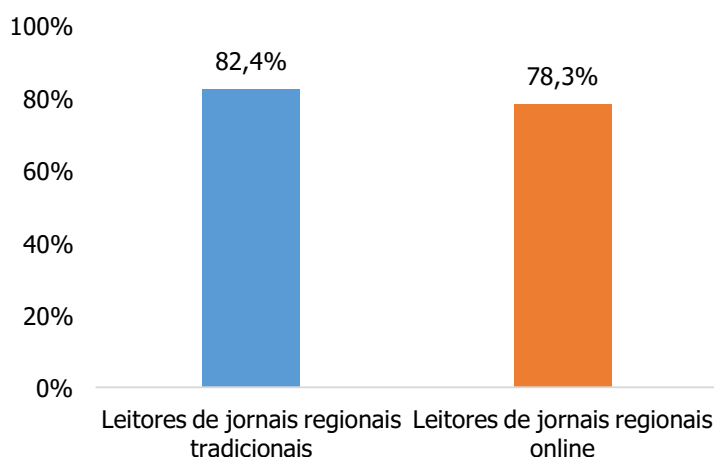
No que concerne a partilhas ou participações dos leitores em torno de notícias – e tendo em conta que os inquiridos podiam dar mais do que uma resposta –, ambos os perfis revelam características similares. A maioria das respostas de ambos os perfis (mais de 50%) revelam falar cara-a-cara com amigos ou colegas sobre uma história noticiosa, sendo que quase 50% dos leitores revelam também partilhar uma notícia via rede social, como o Facebook ou o Twitter. De

resto, os leitores tradicionais apresentam até um maior número de respostas sobre se comenta numa rede social (40,6% contra 35,8% dos leitores de jornais regionais online), o que pode revelar uma participação um pouco mais activa em notícias – mesmo nas redes sociais – por parte dos leitores que lêem jornais impressos. De seguida, menos de 30% dos leitores partilham uma notícia via email ou dão um rating a alguma notícia, pouco mais de 20% dos leitores de ambos os perfis votam numa sondagem online nalgum site noticioso ou rede social, e pouco mais de 16% publicam uma fotografia ou um vídeo relacionados com uma notícia numa rede social. De destacar ainda que, destes indivíduos, 13,9% dos leitores de jornais regionais impressos revelam comentar uma notícia num site noticioso, com 9,2% dos leitores online a revelarem fazê-lo, outro indicador do que pode ser uma participação um pouco mais activa por parte dos leitores de jornais impressos regionais.

De uma forma geral, estes dados revelam assim uma predominância do âmbito virtual e de rede social em ambos os perfis, embora, por outro lado, sejam também bastantes os indivíduos que discutem cara-a-cara alguma história noticiosa.

De modo a compreender de forma mais completa os interesses noticiosos dos leitores de ambos os perfis, as figuras seguintes explicitam o seu interesse mediante notícias acerca da sua Região ou Cidade, sobre Política, temas Internacionais, e Saúde e Educação.

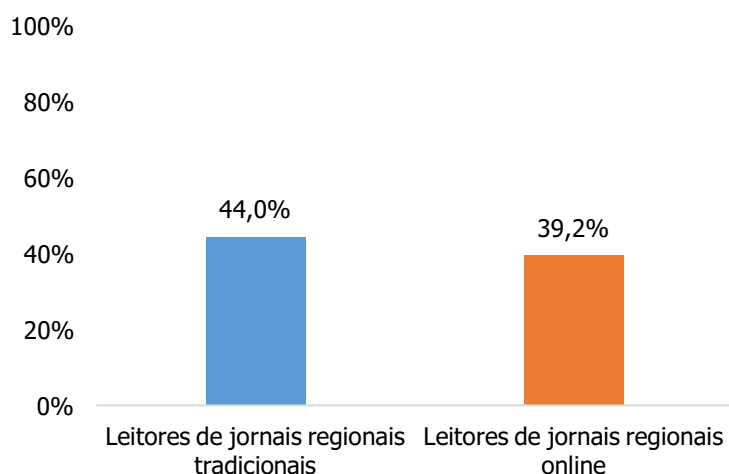
**Figura 22 – Nível de interesse dos leitores jornais regionais tradicionais e online em sobre notícias sobre a sua Região ou Cidade**



n Leitores de jornais regionais tradicionais = 267 (dos leitores de jornais regionais tradicionais); n Leitores de jornais regionais online = 120 (dos leitores de jornais regionais online). Fonte: Reuters, 2016. Edição OberCom, 2017. Nota: Os dados referem-se a quem respondeu «Extremamente Interessado» e «Interessado».

Tendo em conta o nível de interesse dos leitores de jornais regionais impressos e online no que se refere a notícias sobre a sua Cidade ou Região, ambos revelam elevado interesse nesta temática, com 82,4% e 78,3% de indivíduos, respectivamente, a dizerem-se interessados ou extremamente interessantes.

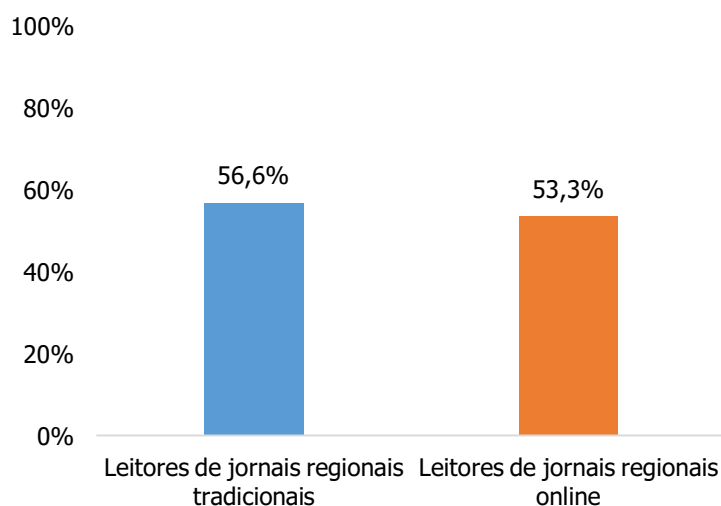
**Figura 23 – Nível de interesse dos leitores jornais regionais tradicionais e online em notícias sobre Política**



n Leitores de jornais regionais tradicionais = 267 (dos leitores de jornais regionais tradicionais); n Leitores de jornais regionais online = 120 (dos leitores de jornais regionais online). Fonte: Reuters, 2016. Edição OberCom, 2017. Nota: Os dados referem-se a quem respondeu «Extremamente Interessado» e «Interessado».

No que concerne a notícias sobre Política, 44% dos leitores de jornais regionais tradicionais revela ter interesse, sendo que existe, por parte dos leitores do perfil online, 39,2% de indivíduos que se dizem interessados. Em comparação com as notícias sobre a sua Região ou Cidade, a temática da Política revela-se, de uma forma geral, um assunto noticioso que produza menos interesse para estes leitores.

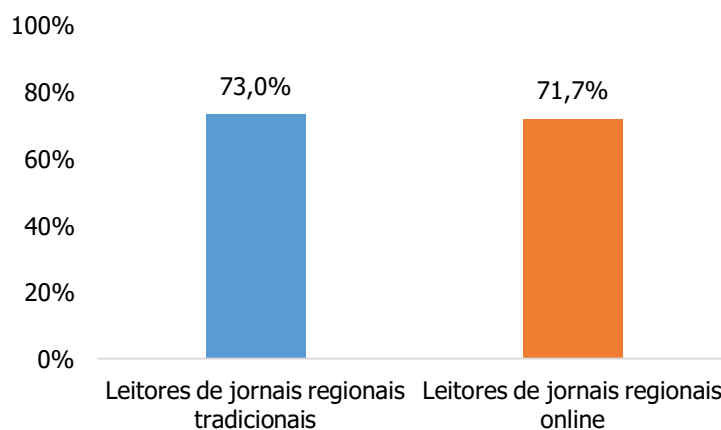
**Figura 24 – Nível de interesse dos leitores de jornais regionais tradicionais e online em notícias Internacionais**



n Leitores de jornais regionais tradicionais = 267 (dos leitores de jornais regionais tradicionais); n Leitores de jornais regionais online = 120 (dos leitores de jornais regionais online). Fonte: Reuters, 2016. Edição OberCom, 2017. Nota: Os dados referem-se a quem respondeu «Extremamente Interessado» e «Interessado».

Quanto a notícias Internacionais, e comparando com Política, os níveis de interesse revelam-se um pouco mais elevados, com 56,6% e 53,3% dos leitores de jornais regionais impressos e online, respectivamente, a declararem-se interessados.

**Figura 25 – Nível de interesse dos leitores de jornais regionais tradicionais e online em notícias sobre Saúde e Educação**



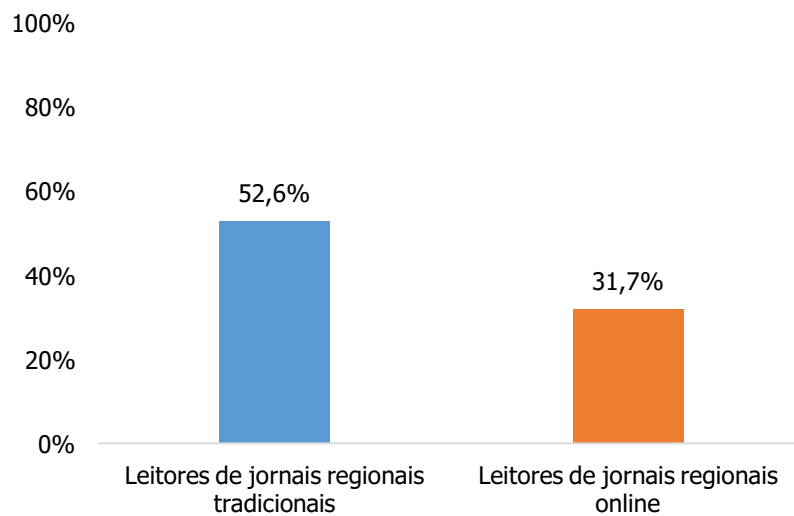
n Leitores de jornais regionais tradicionais = 267 (dos leitores de jornais regionais tradicionais); n Leitores de jornais regionais online = 120 (dos leitores de jornais regionais online). Fonte: Reuters, 2016. Edição OberCom, 2017. Nota: Os dados referem-se a quem respondeu «Extremamente Interessado» e «Interessado».

Por fim, no que concerne a notícias sobre Educação e Saúde os leitores de ambos os perfis revelam-se muito interessados, com 73% no caso dos leitores de jornais regionais tradicionais e 71,7% no caso dos leitores online.

De todas estas figuras sobre o interesse dos leitores de cada perfil em diversos temas noticiosos, verifica-se que a importância que os leitores de jornais regionais tradicionais e online lhes dão revela-se relativamente similar – com, porém, valores um pouco mais elevados de interesse por parte dos leitores de jornal impresso –, havendo no geral, contudo, um perfil de temas noticiosos idêntico a ambos os perfis.

Nas duas figuras seguintes procede-se a uma maior clarificação quanto à frequência de aquisição do jornal impresso e, igualmente, no que concerne aos hábitos online relativamente a conteúdo noticioso.

**Figura 26 – Leitores de jornais regionais tradicionais e online que pagaram por um jornal impresso na semana anterior**



n Leitores de jornais regionais tradicionais = 266 (dos leitores de jornais regionais tradicionais); n Leitores de jornais regionais online = 120 (dos leitores de jornais regionais online). Fonte: Reuters, 2016. Edição OberCom, 2017.

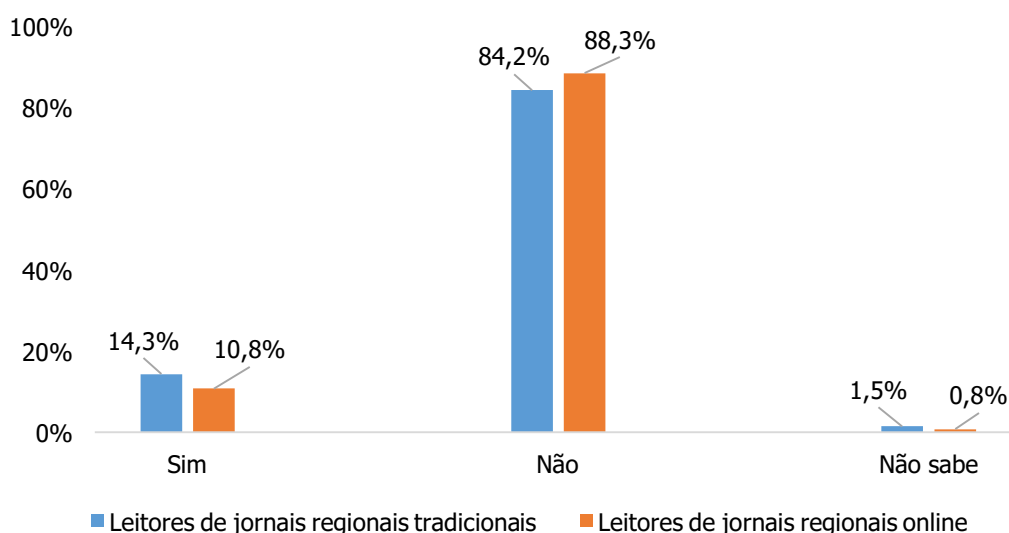
Tendo então em conta a aquisição de jornais impressos, dos leitores de jornais regionais tradicionais, mais de metade (52,6%) revela ter adquirido um jornal na semana anterior. Já no que concerne aos leitores online de jornais regionais, são menos os que revelam ter adquirido um jornal impresso na semana anterior (31,7%), com, portanto, 68,3% a declararem não o ter feito.

Esta figura revela, por um lado, a maior inércia dos leitores online em adquirir um jornal impresso, e, por outro, a constatação de que embora se revelem leitores habitualmente tradicionais, apenas cerca de metade dos inquiridos desse perfil declararem ter adquirido o jornal impresso na semana anterior.

### 3. Posturas e hábitos dos leitores de jornais regionais tradicionais e online no que concerne ao pagamento por conteúdo noticioso online e à publicidade

Este capítulo procura perceber os hábitos e posturas dos leitores de ambos os perfis estudados no que diz respeito ao conteúdo noticioso online, ao seu pagamento, bem como aos anúncios publicitários em sites noticiosos, que existem como contraponto a um mercado noticioso online, como se verá, tendencialmente gratuito para os leitores.

**Figura 27 – Se os leitores de jornais regionais tradicionais e online pagaram por conteúdo noticioso online no último ano**



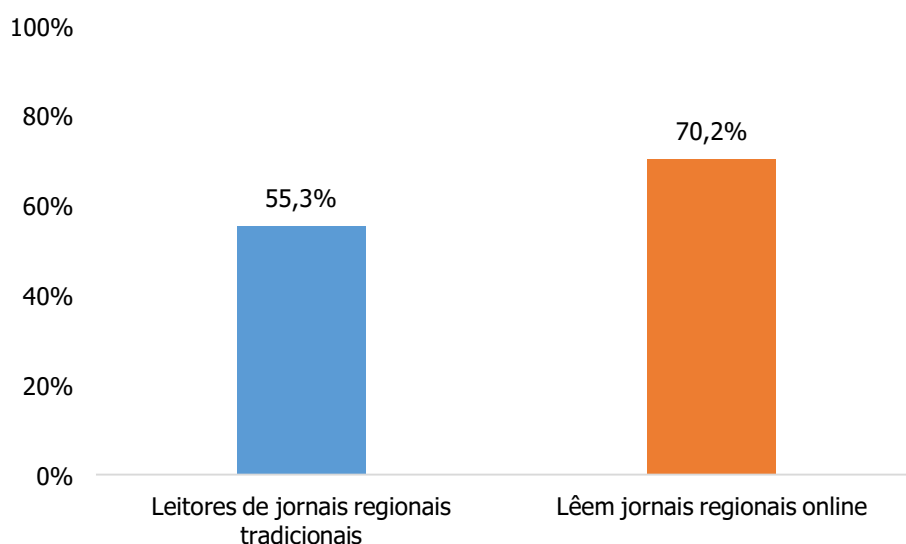
n Leitores de jornais regionais tradicionais = 266 (dos leitores de jornais regionais tradicionais); n Leitores de jornais regionais online = 120 (dos leitores de jornais regionais online). Fonte: Reuters, 2016. Edição OberCom, 2017.

No que concerne ao pagamento por conteúdo noticioso online, tem-se que 14,3% dos leitores de jornais regionais tradicionais pagaram por tal conteúdo, e 84,2% não pagaram. Já no que concerne a leitores de jornais regionais online, 10,8% revelam ter pagado, sendo que 88,3% declaram não o ter feito.

Através destes dados destaca-se que mesmo leitores online optam, na grande maioria, por não pagar por conteúdo online, sendo que leitores de jornais regionais impressos, por outro lado, possuem até uma maior percentagem no que concerne a conteúdo noticioso online pago, o que pode demonstrar a pouca necessidade que os leitores online sentem para que este tipo de conteúdo seja adquirido.

A questão do pagamento por conteúdo online prende-se muito na evolução do mercado no que se refere à importância que o conteúdo na internet ganhou ao longo dos últimos anos, o que resulta, por um lado, no gradual fracasso do mercado do jornal impresso e físico, e, por outro, na estratégia por parte das empresas noticiosas para encontrar modos de sustentação dentro do mercado virtual. Ao verificar-se uma tendência clara quanto ao não pagamento por conteúdo noticioso online por parte dos leitores de jornais, tanto impressos quanto online, um dos modos de sustentação encontrados é a existência de conteúdo publicitário nos websites. Nesta lógica, a figura seguinte procura compreender a postura dos leitores dos dois perfis estudados acerca dos anúncios em sites noticiosos.

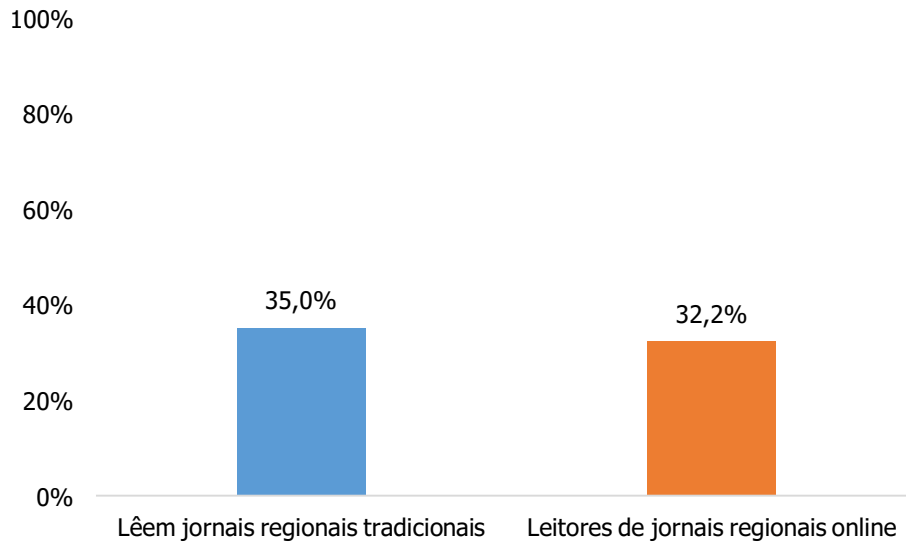
**Figura 28 – Concordância dos leitores de jornais regionais tradicionais e online com a afirmação – Considero intrusivos os anúncios em sites noticiosos**



n Leitores de jornais regionais tradicionais = 266 (dos leitores de jornais regionais tradicionais); n Leitores de jornais regionais online = 121 (dos leitores de jornais regionais online). Fonte: Reuters, 2016. Edição OberCom, 2017. Nota: Os dados referem-se a quem respondeu «Concordo totalmente» e «Concordo».

À afirmação se consideram os anúncios em sites noticiosos intrusivos, a grande maioria dos leitores de jornais regionais online (70,2%) concorda com o carácter intrusivo dos anúncios em geral, comparativamente com os 55,3% dos leitores de jornal impresso. Apesar de ambos os valores revelarem desconforto em relação à publicidade em sites noticiosos, o valor mais elevado por parte dos perfis de leitores online pode prender-se a uma frequência mais elevada com que estes visitam sites de notícias, em comparação com os indivíduos que lêem jornais regionais impressos.

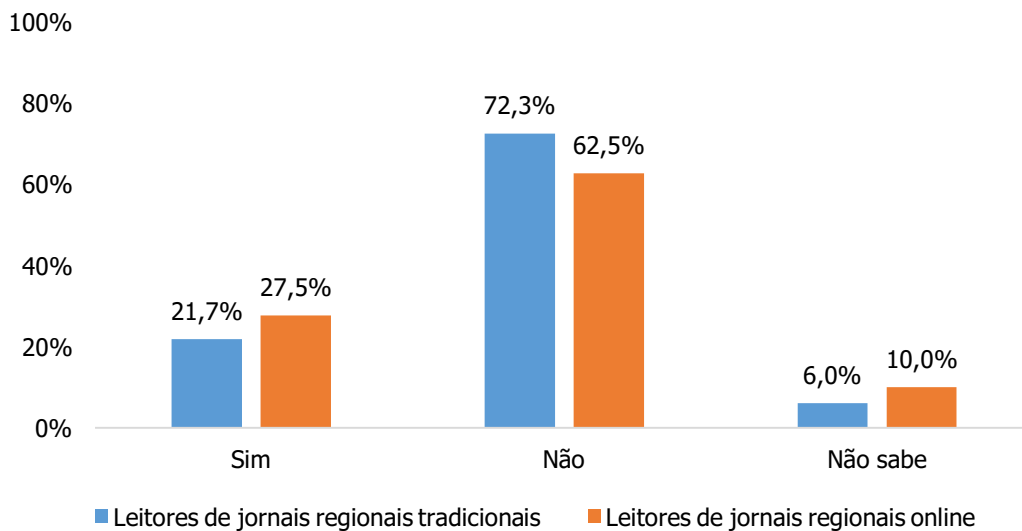
**Figura 29 – Concordância dos leitores de jornais regionais tradicionais e online com a afirmação – Estou preparado para ver anúncios em troca de notícias gratuitas**



n Leitores de jornais regionais tradicionais = 266 (dos leitores de jornais regionais tradicionais); n Leitores de jornais regionais online = 120 (dos leitores de jornais regionais online). Fonte: Reuters, 2016. Edição OberCom, 2017. Nota: Os dados referem-se a quem respondeu «Concordo totalmente» e «Concordo».

À afirmação se está preparado para ver anúncios em troca de notícias gratuitas, 50,5% dos leitores de jornais regionais impressos concordaram, sendo que os leitores online obtiveram um nível um pouco mais baixo de concordância, com 45,3%.

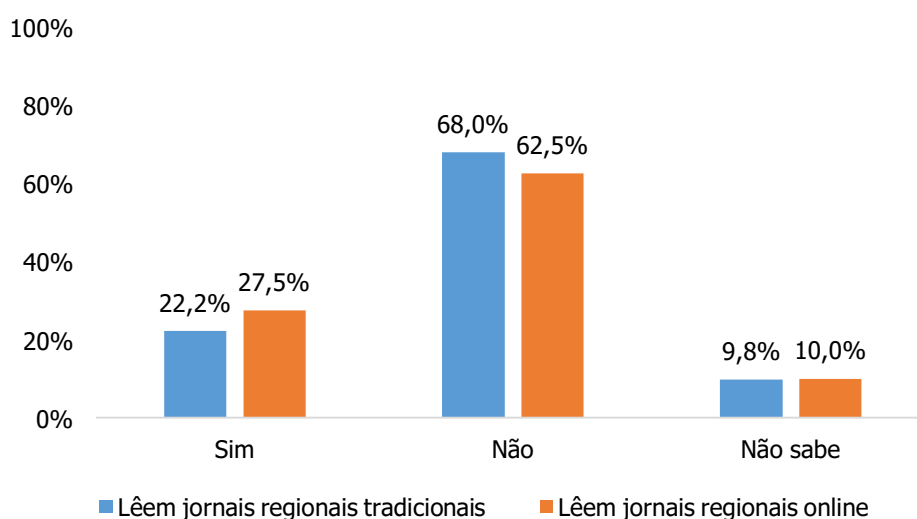
**Figura 30 – Se os leitores de jornais regionais tradicionais e online já fizeram um download num dos seus dispositivos para bloquear anúncios (e.g.: Adblock Plus)**



n Leitores de jornais regionais tradicionais = 267 (dos leitores de jornais regionais tradicionais); n Leitores de jornais regionais online = 120 (dos leitores de jornais regionais online). Fonte: Reuters, 2016. Edição OberCom, 2017. Nota: Os dados referem-se a quem respondeu «Concordo totalmente» e «Concordo».

Apesar do carácter intrusivo que ambos os perfis identificam nos anúncios, verifica-se por esta figura que a maioria dos indivíduos não efectuou nunca o download de um bloqueador de anúncios publicitários. Dos leitores de jornais regionais impressos, 72,3% revelam nunca o ter feito, sendo que 62,5% dos leitores online, por sua vez, também o negam. Ligando os dados desta figura com os da figura 28, percebe-se a tendência para que os leitores de jornais regionais online tenham instalado tal software (27,5%), tendo em conta o maior desconforto dos leitores deste perfil em relação aos anúncios publicitários em sites noticiosos.

**Figura 31 – Se os leitores de jornais regionais tradicionais e online correntemente usam software nalgum dispositivo que permita bloquear anúncios**

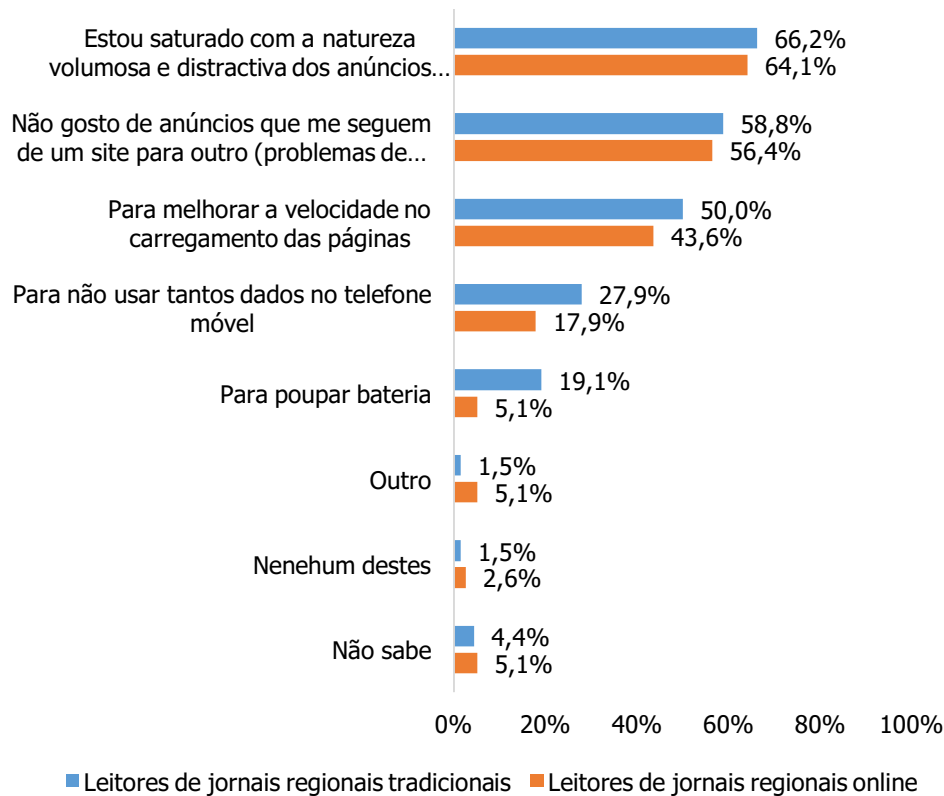


n Leitores de jornais regionais tradicionais = 266 (dos leitores de jornais regionais tradicionais); n Leitores de jornais regionais online = 120 (dos leitores de jornais regionais online). Fonte: Reuters, 2016. Edição OberCom, 2017. Nota: Os dados referem-se a quem respondeu «Concordo totalmente» e «Concordo».

Para completar os resultados da figura anterior, tem-se, nesta figura, que a maioria dos leitores – 68% no caso do perfil dos leitores tradicionais, e 62,5% do caso do outro perfil – não possuem bloqueador de anúncios em qualquer dos seus dispositivos, com tendência para que os leitores de jornais regionais online possuam um valor um pouco mais elevado quanto ao uso corrente de algum software deste género.

De modo a finalizar esta temática da publicidade virtual, veja-se, por último, as razões dos leitores de jornais regionais tradicionais e online utilizadores de software bloqueador de anúncios para terem optado por tal mecanismo.

**Figura 32 – Razão dos leitores de jornais regionais tradicionais e online para usarem um software de bloqueador de anúncios nalgum dispositivo**



n Leitores de jornais regionais tradicionais = 68 (dos leitores de jornais regionais tradicionais que usam bloqueador de anúncios nalgum dispositivo); n Leitores de jornais regionais online = 39 (dos leitores de jornais regionais online que usam bloqueador de anúncios nalgum dispositivo) – Resposta Múltipla. Fonte: Reuters, 2016. Edição OberCom, 2017.

De acordo com os dados desta figura, cerca de 65% das respostas dos leitores de ambos os perfis apontam a saturação com o volume e a natureza distractiva dos anúncios como uma das razões para ter este software. Por outro lado, também as questões de privacidade mereceram a escolha por parte dos leitores, com os leitores de jornais regionais impressos e online a seleccionarem esta opção com 58,8% e 56,4% das respostas, respectivamente. A velocidade de carregamento das páginas web foi também uma razão proeminente por parte dos leitores, em especial dos leitores tradicionais, com 50% das respostas, sendo que 27,9% dos leitores deste perfil apontam o facto de não usar tantos dados no telemóvel como outra razão, com 17,9% das respostas do perfil de leitores online no que concerne a esta opção. Destaque também, por fim, para 19,1% das respostas dos leitores de jornais regionais impressos, que indicam ter o software para poupar bateria no seu dispositivo.

Tendo em conta a questão da privacidade trazida pelos dados desta figura, o capítulo seguinte tratará deste e doutros assuntos, concernentes também à selecção de informação noticiosa e a influências externas no jornalismo, de modo a compreender as preocupações e as

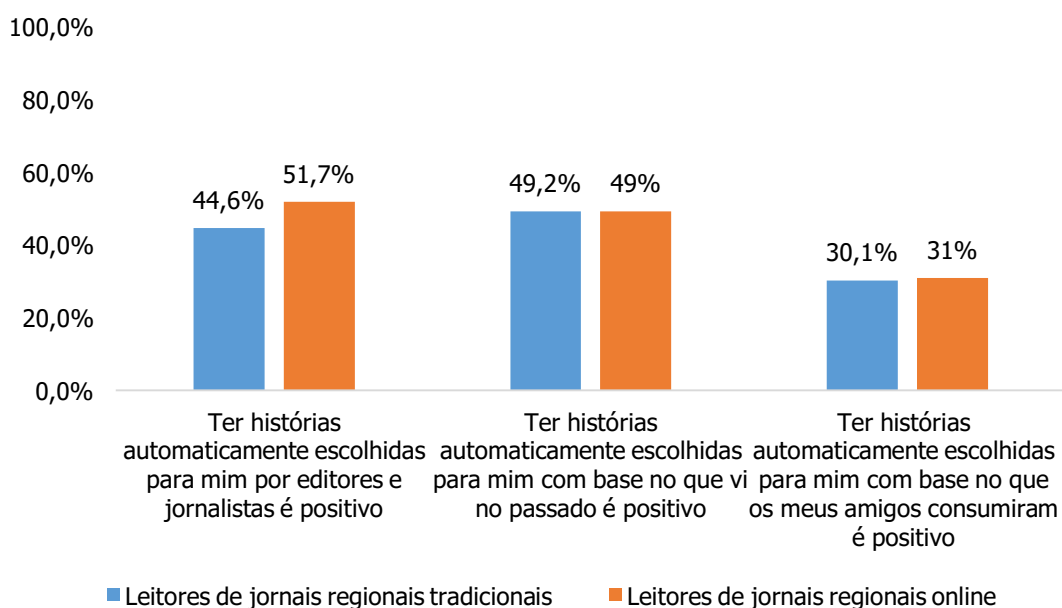
percepções dos leitores de jornais regionais impressos e online relativamente às notícias e às organizações noticiosas, dando espaço para discutir a sua legitimidade.

#### **4. Confiança dos leitores de jornais regionais tradicionais e online no que concerne à selecção de informação noticiosa, a questões de privacidade e a influências externas no jornalismo**

Neste capítulo procura-se compreender de que forma os leitores de ambos os perfis estudados percebem aspectos concernentes à confiança em relação a possíveis influências externas no conteúdo noticioso, nomeadamente no que diz respeito à selecção de informação por parte das entidades noticiosas ou redes sociais.

Nesta primeira figura, foi brevemente explicado aos inquiridos que cada website noticioso, app móvel ou rede social toma decisões sobre que conteúdo mostrar, e que tais decisões podem ser feitas por editores e jornalistas, por algoritmos que analisam informação sobre o conteúdo que já usou, ou com base no que essa pessoa ou os seus amigos partilham na rede social. Tendo esta informação em conta, perguntou-se o nível de concordância quanto às questões presentes na seguinte figura.

**Figura 33 – Concordância dos leitores de jornais regionais tradicionais e online quanto a afirmações concernentes à selecção de conteúdo noticioso com que se deparam**



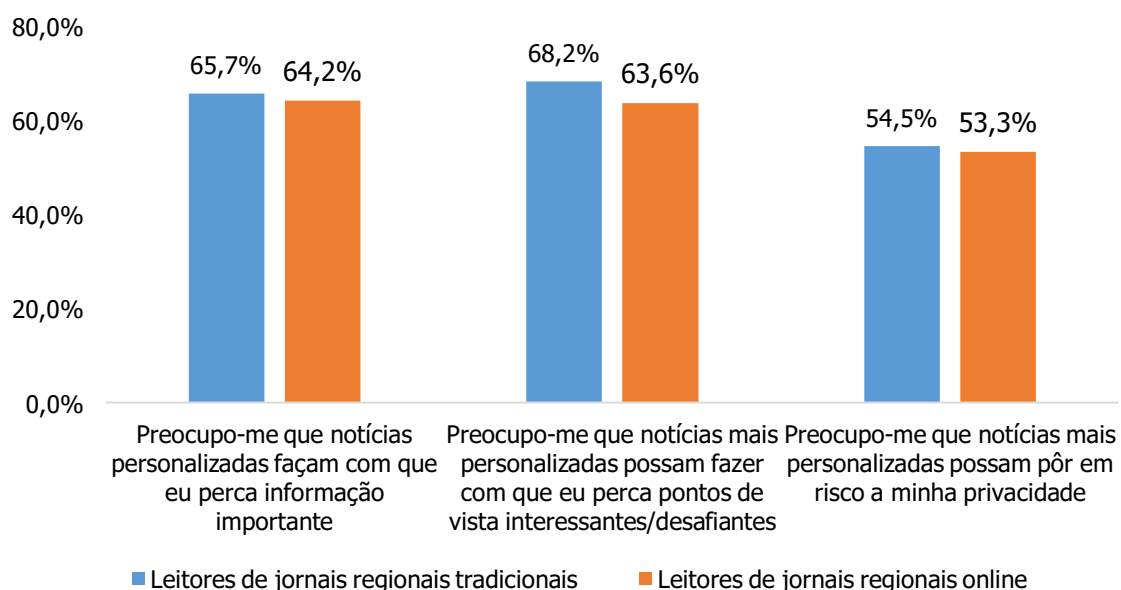
n Leitores de jornais regionais tradicionais = 266 (dos leitores de jornais regionais tradicionais); n Leitores de jornais regionais online = 120 (dos leitores de jornais regionais online). Fonte: Reuters, 2016. Edição OberCom, 2017. Nota: Os dados referem-se a quem respondeu «Concordo totalmente» e «Concordo».

Em relação à primeira afirmação – se ter histórias automaticamente escolhidas por editores e jornalistas é positivo –, 44,6% dos leitores tradicionais concordam com ela, e, por sua vez, 51,7% dos leitores de jornais regionais online também concordam, dados que revelam um grau de concordância relativamente grande, em especial no que concerne aos leitores do último perfil. Quanto à afirmação seguinte – se ter histórias automaticamente escolhidas para o leitor com base no que viu no passado –, a concordância foi similar em ambos os perfis, rondando os 49%, valor também elevado. Por último, à afirmação se ter histórias noticiosas escolhidas para o leitor através do que os seus amigos consomem é positivo, cerca de 30% dos inquiridos de ambos os perfis concordam, estabelecendo-se esta como a afirmação menos consensual.

No que se refere à comparação entre os dois perfis de leitores, pois, verificam-se, uma vez mais, algumas similitudes, neste caso no que concerne ao âmbito online e à forma como se deparam com a informação noticiosa.

Por outro lado, uma das questões quanto à concordância com histórias automaticamente escolhidas com base no que o leitor tem lido centra-se na afunilação de informação – tanto dos temas como das perspectivas –, o que pode resultar na ausência de outros pontos de vista noticiosos e, por conseguinte, na possibilidade de alguma perda de pensamento crítico. Neste sentido, para a figura seguinte foi pedido aos inquiridos para terem em conta notícias mais personalizadas, perguntando-se o nível de concordância quanto às seguintes afirmações.

**Figura 34 – Concordância dos leitores de jornais regionais tradicionais e online quanto a afirmações concernentes à personalização de notícias, à perda de informação e a questões de privacidade**



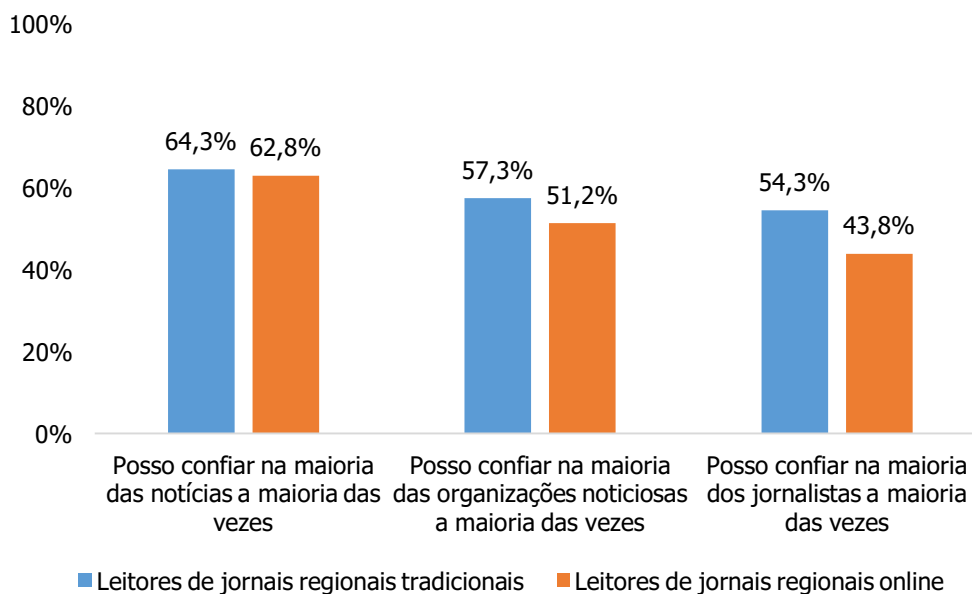
n Leitores de jornais regionais tradicionais = 266 (dos leitores de jornais regionais tradicionais); n Leitores de jornais regionais online = 120 (dos leitores de jornais regionais online). Fonte: Reuters, 2016. Edição OberCom, 2017. Nota: Os dados referem-se a quem respondeu «Concordo totalmente» e «Concordo».

Como se pode verificar, cerca de 65% dos leitores de ambos os perfis preocupam-se que notícias mais personalizadas façam com que se perca informação importante. Nesta lógica, 68,2% dos leitores de jornais regionais impressos preocupam-se que isso resulte na perda de pontos de vista interessantes, com 63,6% dos leitores online, por sua vez, a preocuparem-se com a mesma situação. Já no que diz respeito às questões de privacidade, cerca de 54% dos inquiridos de ambos os perfis revelam-se preocupados que notícias personalizadas possam pôr em risco a sua vida privada.

De uma forma geral, os dados desta figura apontam para a vontade da maior parte dos leitores de jornais regionais, tanto por via impressa como por via online, em manter-se activa no que diz respeito aos vários pontos de vista que diferente conteúdo noticioso – não restrito a um determinado perfil de consumo – promove.

Já no que concerne ao aspecto de privacidade, e embora os valores, em comparação com as duas afirmações anteriores, não sejam tão elevados, revelam também um grau de concordância relativamente elevado quanto a uma preocupação de cariz pessoal, em que sentem que a sua privacidade pode estar a ser transgredida.

**Figura 35 – Concordância dos leitores de jornais regionais tradicionais e online quanto a afirmações concernentes à confiança nas notícias e nas organizações noticiosas**

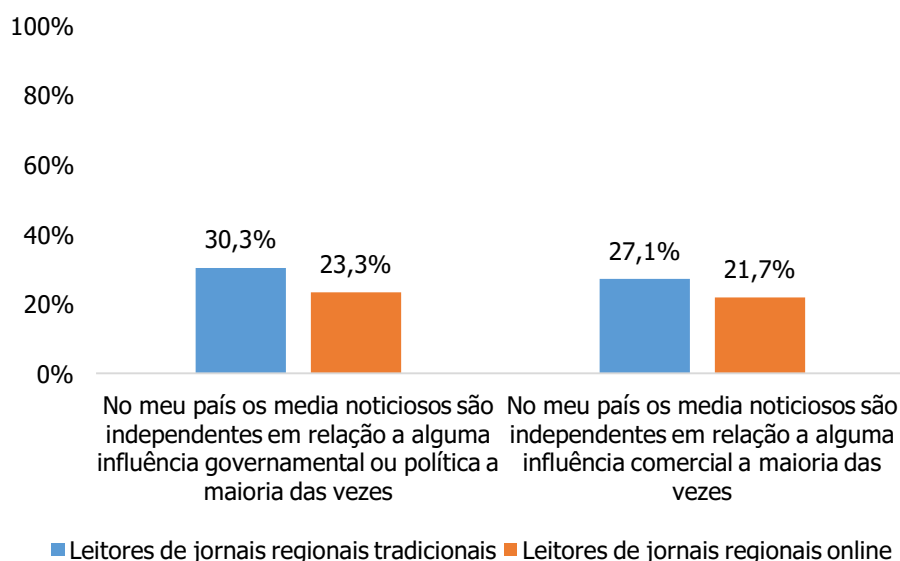


n Leitores de jornais regionais tradicionais = 266 (dos leitores de jornais regionais tradicionais); n Leitores de jornais regionais online = 120 (dos leitores de jornais regionais online). Fonte: Reuters, 2016. Edição OberCom, 2017. Nota: Os dados referem-se a quem respondeu «Concordo totalmente» e «Concordo».

No que concerne aos resultados desta figura, existem algumas diferenças entre os dois perfis de leitores, nomeadamente na última afirmação, na qual os leitores de jornais regionais impressos concordam mais fortemente (54,3%) com a afirmação de que se pode confiar na maioria dos jornalistas a maioria das vezes. Também no que diz respeito à confiança nas organizações noticiosas, os leitores do primeiro perfil revelam um grau de concordância maior (57,3%), em relação aos 51,2% dos leitores de jornais regionais online. Por outro lado, quanto à afirmação se pode confiar na maioria das notícias a maioria das vezes, ambos os perfis possuem níveis altos de concordância, a rondar os 63%.

Na figura seguinte, e tendo em conta a opinião dos leitores quanto à confiança nas organizações noticiosas e nos jornalistas, é analisada a questão da confiança no que diz respeito à influência externa sobre os media noticiosos.

**Figura 36 – Concordância dos leitores de jornais regionais tradicionais e online quanto a afirmações concernentes à influência externa nos media noticiosos**



n Leitores de jornais regionais tradicionais = 266 (dos leitores de jornais regionais tradicionais); n Leitores de jornais regionais online = 120 (dos leitores de jornais regionais online). Fonte: Reuters, 2016. Edição OberCom, 2017. Nota: Os dados referem-se a quem respondeu «Concordo totalmente» e «Concordo».

Segundo os dados desta figura, e apesar de os valores de ambos os perfis serem relativamente baixos, pode verificar-se a existência de mais cepticismo por parte dos leitores de jornais regionais online quanto a influências externas, sejam governamentais ou comerciais, com 23,3% de concordância por parte deste tipo de leitores na primeira afirmação, e 21,7% na segunda. Já dos leitores de jornais regionais impressos, 30,3% concordam que os media são independentes quanto a influências governamentais, e 27,1% concordam com a outra afirmação, relativa à influência comercial.

Esta figura serve para compreender um pouco melhor a legitimidade que os próprios leitores percebem relativamente ao jornalismo e à informação noticiosa que obtêm, sendo que estes dados apontam claramente para uma desconfiança do leitor – em especial o leitor de jornal regional online – relativamente ao processo jornalístico em Portugal, tanto no que concerne à influência governamental como à influência comercial.

## Considerações finais

Dos utilizadores de internet, denota-se uma tendência para leitores de jornais regionais impressos optarem igualmente por conteúdo online, e para leitores de jornais regionais online, por sua vez, desvalorizarem o jornal impresso. Isto aponta para a crescente utilização de conteúdo noticioso online por parte da maioria da população, bem como para um decréscimo na importância do jornal físico, na medida em que os leitores ditos tradicionais possuem hábitos e tendências online similares aos leitores online, contribuindo para uma evolução que, segundo os dados deste relatório, tende a elevar a importância do conteúdo noticioso na internet em relação ao do jornal impresso.

Por outro lado, existe uma tendência clara para os utilizadores de conteúdo noticioso online optarem por não pagar por conteúdo na internet. A utilização deste meio parece ainda ter como vantagem a sua gratuidade no que se refere à grande parte do conteúdo, não parecendo haver necessidade para que os leitores de jornais regionais paguem por conteúdo online.

Por último, destaque ainda para a desconfiança bastante grande que ambos os perfis de leitores têm relativamente ao jornalismo e à influência de factores governamentais, políticos ou comerciais, que tornam, segundo grande parte estes leitores, o processo jornalístico e os media noticiosos menos independentes.

