

Ciberperiodismo en los medios locales portugueses: una proximidad lejana en un ciberespacio sin explotar

Filipe RibeiroUniversidad de Tras-os-Montes y Alto Douro ✉ **João Pedro Baptista**Universidad de Tras-os-Montes y Alto Douro ✉ **Miguel Midões**Escola Superior de Educação, Instituto Politécnico de Viseu ✉ **Ricardo Domínguez-García**Universidad de Sevilla ✉ <https://dx.doi.org/10.5209/esmp.104294>

Recibido: 4 de septiembre de 2025 • Aceptado: 10 de diciembre de 2025

Resumen. En Portugal, los medios de comunicación locales y regionales desempeñan un papel importante en la cohesión territorial y en la afirmación de la identidad de las comunidades. Sin embargo, estos medios se enfrentan a un doble desafío: la escasez de recursos y la urgencia de adaptarse a lo digital. Este estudio exploratorio aborda esta realidad, centrándose en los distritos de Bragança, Vila Real y Viseu, regiones que pertenecen a los denominados «desiertos de noticias». Por ello, a través de un análisis de contenido cuantitativo y sistemático, buscamos entender cómo los medios locales y regionales, con presencia online y debidamente registrados ante la ERC (Autoridad Reguladora de la Comunicación Social), están aprovechando el potencial del periodismo digital. Los resultados revelaron una actividad digital limitada, marcada por publicaciones esporádicas, con poca diversidad temática y un uso tímido de los recursos multimedia. Encontramos que la interactividad con los lectores es prácticamente inexistente, lo que contradice el vínculo comunitario que se esperaría de estos organismos. El periodismo de proximidad, en estos casos, se pierde en una práctica lejana, más centrada en la redacción que en el territorio. De esta manera, esta investigación da cuenta de la necesidad urgente de repensar los modelos de producción y presencia digital de los medios locales portugueses, para que la proximidad vuelva a ser una práctica, en lugar de una promesa.

Palabras clave. Ciberperiodismo, medios locales, digitalización.

^{EN} Cyberjournalism in Portuguese Local Media: A Distant Proximity in an Untapped Cyberspace

Abstract. In Portugal, local and regional media play an important role in territorial cohesion and affirming community identity. However, these media outlets face a double challenge: a scarcity of resources and the urgency of adapting to the digital world. This exploratory study addresses this reality, focusing on the districts of Bragança, Vila Real, and Viseu, regions that belong to the so-called “news deserts”. Therefore, through a quantitative and systematic content analysis, we seek to understand how local and regional media outlets, with an online presence and duly registered with the ERC (Regulatory Authority for Social Communication), are harnessing the potential of digital journalism. Our results revealed limited digital activity, marked by sporadic publications, with little thematic diversity, and a timid use of multimedia resources. We found that interactivity with readers is practically nonexistent, which contradicts the community bond that would be expected from these organizations. In these cases, local journalism is lost in a distant practice, more focused on the newsroom than on the territory. Thus, this research highlights the urgent need to rethink the production models and digital presence of Portuguese local media, so that local journalism once again becomes a practice, rather than a promise.

Keywords. Cyberjournalism, local media, digitalization.

Cómo citar: Ribeiro, F., Baptista, J. P., Midões, M. y Domínguez-García, R. (2026). Ciberperiodismo en los medios locales portugueses: una proximidad lejana en un ciberespacio sin explotar. *Estudios sobre el Mensaje Periodístico*, 32(1), 79-93. <https://dx.doi.org/10.5209/esmp.104294>

1. Introducción

Los medios de comunicación regionales y locales desempeñan un papel importante en el panorama informativo de las regiones de Portugal, principalmente debido a su proximidad a los lectores y oyentes, a su conocimiento *in situ*, a los temas abordados (con especial atención a la cultura y la preservación de las tradiciones) y al papel agregador e identitario que otorgan a las diferentes comunidades. Por eso, el periodismo local es reconocido por su capacidad para promover la participación ciudadana y su función social y política para garantizar el compromiso democrático de las comunidades (Gulyas y Hess, 2024; Rivas-de-Roca, 2021). Además, Gulyas y Hess (2024) consideran que el periodismo local digital debe adoptar la regla de las tres «C»: comunidad, continuidad y compromiso. Esta regla es fundamental para interrelacionar los valores inherentes a la ciudadanía, la identidad territorial y una actitud de vigilancia frente al poder.

Sin embargo, los medios locales solo son sostenibles si el tejido empresarial de los territorios donde se ubican o las dinámicas locales (incluidas las asociaciones institucionales) son lo suficientemente fuertes como para impulsar proyectos editoriales (Cardoso *et al.*, 2016).

La Autoridad Reguladora de los Medios de Comunicación (ERC) demostró, en 2010, que los periódicos, a pesar de desempeñar «un papel importante en el sistema de medios portugués», se enfrentan, desde hace varios años, a «enormes problemas, incluida la escasa inversión publicitaria y otras fuentes de ingresos» (ERC, 2010, p. 21), más acentuado en territorios demográficamente disminuidos.

El cambio en el modelo de negocio de los periódicos y las radios, particularmente en la transición al medio digital, ha motivado, en los últimos años, a numerosas empresas de medios de comunicación, que, en este contexto, se han beneficiado de incentivos estatales para medios regionales y locales, en el ámbito de los programas de Desenvolvimento Digital, Modernização Tecnológica, Acessibilidade à Comunicação Social e Literacia e Educação (CCDR-N, 2020).

El esfuerzo de las empresas periodísticas y entidades similares —con el apoyo del Estado— ha sido, sin embargo, insuficiente. Los datos de la CCDR-N, relativos a la última licitación (2023), indican que sólo 15 medios de comunicación del norte de Portugal presentaron solicitudes para esta medida, beneficiándose de un apoyo global de 250 mil euros (CCDR-N, 2023).

En las zonas geográficas más desfavorecidas en términos de cobertura periodística e informativa, los llamados «desiertos informativos» (Abernathy, 2018; Mathews, 2022), la creación de iniciativas centradas en lo digital permitiría una mayor difusión de los contenidos informativos.

En Portugal, el «desierto» se está agravando, especialmente en las regiones del interior. Según Jerónimo *et al.* (2022, p. 20), «más de la mitad de los municipios de Portugal están o están a punto de convertirse en desiertos informativos». Además, de los 308 municipios portugueses, el 53,9 % se encuentra en un desierto de noticias

o está a punto de convertirse en uno (Jerónimo *et al.*, 2022). Vila Real y Bragança, en la región Norte, son dos de los municipios más afectados. En Bragança, más de la mitad de los municipios están en desierto o semidesierto e incluso en la mitad de ellos no hay redes sociales, y solo cuatro municipios (33,3 %) tienen medios digitales. En el distrito de Vila Real se da un escenario muy similar: la mitad de los municipios se encuentran en algún tipo de desierto informativo, de los cuales cinco (35,7 %) no tienen medios de comunicación y solo cuatro municipios (28,6 %) tienen medios digitales. También en el interior, aunque un poco mejor, el distrito de Viseu tiene un tercio de sus municipios en un desierto de noticias, y en seis municipios (25 %) no hay medios de comunicación. Los medios digitales están presentes en solo cinco municipios (20,8 %) (Jerónimo *et al.*, 2022).

Los distritos de Bragança, Vila Real y Viseu se encuentran en el interior norte y centro de Portugal. Son territorios predominantemente rurales, con altos índices de envejecimiento y despoblación. Además, en Portugal, los territorios del interior tienden a tener una población no solo más envejecida, sino también con menores competencias digitales y mediáticas (Alves y Oliveira, 2023). En términos sociodemográficos, Bragança constituye uno de los territorios más periféricos de Portugal, con una baja densidad demográfica y un ecosistema mediático frágil; solo hay 15 medios de comunicación para 107 000 habitantes, lo que equivale a uno para cada 7150 habitantes.

Por su parte, Vila Real, también un territorio predominantemente rural, presenta una cierta centralidad regional. El distrito integra dos regiones, Douro y Alto Tâmega. Al igual que el distrito de Bragança, las dos ciudades más grandes del distrito no solo merecen una mayor cobertura mediática, sino que son los lugares donde tienen su sede los medios de comunicación con mayor alcance (Jerónimo *et al.*, 2022). El distrito de Viseu se destaca por su mayor peso económico y demográfico, lo que se traduce también en una mayor tradición asociada a los medios de comunicación social. Además, gracias a su dinamismo económico, el distrito cuenta con un periódico diario. Por ejemplo, la región de Viseu Dão-Lafões cuenta con 36 medios de comunicación, en los que cada medio da servicio a 6480 habitantes (Jerónimo *et al.*, 2022).

Nuestra investigación es un estudio de caso exploratorio, que tiene como objetivo analizar cómo los medios de comunicación locales de los distritos de Bragança, Vila Real y Viseu aprovechan el potencial del periodismo digital en su labor informativa. Con este estudio, buscamos responder a las siguientes preguntas de investigación:

- P1. ¿Cuál es la frecuencia y regularidad de la publicación digital?
- P2. ¿Qué géneros y temas periodísticos predominan?
- P3. ¿Qué nivel de utilización de recursos digitales existe?
- P4. ¿Cómo se relaciona la actividad de los medios locales con la misión del periodismo de proximidad?

Por lo tanto, cabe destacar que se trata un territorio poco explorado científicamente con respecto a la prensa en línea, por lo que es importante entender cómo los medios locales utilizan los recursos ciberperiodísticos (Canavilhas, 2014) para difundir contenidos periodísticos. Además, estamos analizando distritos caracterizados por el aislamiento geográfico y una baja densidad de población, sobre todo Bragança y Vila Real. Estas características ayudan a comprender la desertización mediática existente en estos territorios, que no solo cuentan con pocos periodistas, sino también con estructuras informativas frágiles. Para nuestra investigación utilizamos medios de comunicación debidamente registrados en la Entidad Reguladora de la Comunicación Social (ERC), ya sean periódicos o emisoras de radio, con presencia online actualizada.

2. Marco teórico

El Estado portugués considera como prensa regional, según el Estatuto que le confiere la ley, a «todas las publicaciones periódicas de información general, de conformidad con la Ley de Prensa, que se destinan predominantemente a las respectivas comunidades regionales y locales» (Estatuto da Imprensa Regional, 1988, p. 1320). Sus funciones específicas son, entre otras, «promover el desarrollo de la cultura y la identidad regional»; garantizar un «fácil acceso a la información»; contribuir al «enriquecimiento cultural e informativo» y «proporcionar a los emigrantes portugueses en el extranjero información general sobre sus comunidades de origen» (Estatuto da Imprensa Regional, 1988).

Es sabido que la prensa regional local tiene una presencia frecuente, desde finales del siglo XIX, en la mayoría de los territorios portugueses (Cabrera y Lima, 2022), posicionándose como barómetro de la democracia y el estado social, en estrecha relación con las comunidades locales. Esta «se construye sobre el compromiso con la región y con las personas que la habitan» (Camponez, 2002, p.19). Como afirman Negreira-Rey *et al.* (2024, p. 3), «la audiencia es la fuerza motriz de cualquier proyecto de noticias locales [...] la comunidad que se crea en torno a este medio es el núcleo que impulsa las diferentes propuestas e iniciativas que llevan a cabo sus promotores». Por lo tanto, en los medios locales, la proximidad no es solo geográfica, sino también social y relacional. Además, cuando los medios tienen un sitio web, pero no lo actualizan, pueden considerarse medios «zombies» (Negreira-Rey *et al.*, 2024). Por otro lado, para Rivas-de-Roca (2021), la información de proximidad del periodismo local debe basarse en una acción de servicio público, sobre todo por la importancia que tienen los medios locales a la hora de llevar información útil a todo el mundo. Sin embargo, esa proximidad ya no parece ser una realidad. Junto con la desertización informativa, en Portugal, el sentido de comunidad impulsado por los medios de comunicación se ha debilitado y el escrutinio político local no tiene la cobertura deseada (Mota, 2023).

Aun así, los medios de comunicación locales se han ido adaptando y asimilando a los sucesivos avances tecnológicos que se han producido tras la llegada de Internet a la mayoría de los consumidores domésticos. A finales de la década de 1990, el periodismo vio en Internet «una nueva oportunidad

para difundir su contenido, aprovechando el potencial de la publicación electrónica en la World Wide Web» (Bastos, 2023, p. 19).

El periodismo tradicional ha dado paso al ciberperiodismo, «una especialidad del periodismo que utiliza el ciberespacio para investigar, producir y, sobre todo, difundir contenidos periodísticos» (Salaverría, 2005, p. 21). Algunas de las ventajas identificadas por los propietarios de medios en ese momento fueron «el alcance global e inmediato de la red, junto con la flexibilidad de medios e interactividad», factores determinantes para «atraer inversión en el ciberespacio» (Bastos, 2023, p. 20). Sin embargo, con el tiempo, algunas expectativas iniciales sobre la rentabilidad del modelo periodístico en el espacio digital se desinflaron.

Con Internet, se produjo una transformación repentina del modelo de negocio de los medios, que, a principios del siglo XXI, aún no llegaba a la prensa regional, de carácter más conservador (Cardoso *et al.*, 2016). Internet no solo no logró reparar la crisis con la que vivían los medios tradicionales, sino que la agravó (Ramos, 2023).

El llamado *shovelware* (Pavlik, 2001), fuertemente ligado a la prensa tradicional, fue reemplazado gradualmente por el uso de recursos propios de la red, como el hipertexto, la multimedialidad, la interactividad, la ubicuidad y la instantaneidad. La periodicidad ya no se considera en digital. Finalmente, después de casi dos décadas de evolución, estamos presenciando una fusión de los medios tradicionales con los digitales (Canavilhas, 2014, p. 6). Una transformación que los dispositivos móviles han ayudado a aumentar gracias a la «tactilidad» (Palacios y Cunha, 2012) y la «plasticidad» funcional en cuanto a la interacción del usuario.

Esta dilución del periodismo en el ciberperiodismo (Bastos, 2012), que resulta de la hibridación de formatos, compromete en un primer lugar la calidad y, en segundo lugar, el modelo de negocio basado más en la publicidad y el *clickbait* que en la suscripción semanal, mensual o anual a medios digitales.

Actualmente, la literatura señala la falta de estrategia de los medios locales para adaptarse a la transformación digital. Estos medios aún parecen depender financieramente del modelo de negocio tradicional, como la dicotomía entre prensa escrita y digital (Muntsani, 2024). Por otro lado, la automatización de contenidos puede representar una oportunidad para revitalizar el periodismo local, especialmente cuando se asocia con la reducción de costos de producción (Rivas-de-Roca, 2021; Thäsler-Kordonouri y Barling, 2025). Sin embargo, a pesar de que la automatización acelera los procesos de producción, los periodistas siguen priorizando la dimensión comunitaria del periodismo local, valorando sobre todo el contacto con la población (Thäsler-Kordonouri y Barling, 2025). Además, el desarrollo o la implementación de herramientas de IA en las redacciones de los medios locales se enfrenta a un gran desafío debido a la escasez de recursos y habilidades digitales (Gonçalves y Morais, 2024).

Hace un cuarto de siglo, David Hendy (2000), en su libro *Radio in the Global Era*, ya mostraba cómo la radio tradicional, y especialmente la local, tendía a ver internet como una amenaza y no como una oportunidad, una visión que, como profetizó el

investigador inglés, la retrasaría en adaptarse a un mundo nuevo, más tecnológico y global. Una resistencia que, según el autor, se basa en razones emocionales y culturales y no meramente económicas o técnicas. Mirando a internet como algo global, los medios locales como la radio tenían la deconstrucción de la relación de proximidad con la comunidad, la ruptura de la intimidad con la audiencia e incluso la pérdida de la identidad comunitaria, aumentando la competencia, ya que la percepción ahora residía en la competencia con las emisoras de radio de todo el mundo. Hendy (2000) ya mostraba una resistencia cultural al cambio, viendo internet como una ruptura con las prácticas tradicionales. La resistencia a la digitalización ha sido regularmente menos sobre barreras técnicas o financieras y más sobre la preservación de las culturas profesionales establecidas y las relaciones con el público. Sobre todo, porque la digitalización proporciona un aumento en la cantidad de servicios disponibles, pero no necesariamente «conduce a una explosión en la variedad de programación; introduce de manera convincente la radio en el mundo multimedia, pero reduce su condición de medio e industria [...]». La digitalización lleva a la radio a nuevas batallas por la supremacía», porque «son los intereses económicos y sociales los que impulsan el cambio tecnológico, y no al revés» (Hendy, 2000, p. 84).

Esta resistencia o dificultad para mantenerse al día con la modernización digital no es específica de las estaciones de radio locales y también se extiende a los periódicos locales y la televisión regional. Jenkins y Jerónimo (2021) afirman que los periódicos locales en Europa, en países como Alemania, Finlandia, Francia, Portugal y Reino Unido, tienen dificultades para migrar hacia lo online, debido a la falta de recursos financieros y humanos, pero que están adaptando sus pequeñas redacciones a una rutina en el entorno digital. Este estudio, que entrevista a figuras clave de estos medios locales, destaca que, a pesar de estas limitaciones de recursos, varias organizaciones de medios están trabajando para repensar sus productos editoriales y las relaciones con las audiencias, reestructurar sus flujos de trabajo internos y reinventar los valores que guían sus redacciones. En la misma línea, Rasmus Nielsen (2015) argumenta que los periódicos locales siguen atrapados en estrategias tradicionales, como la publicación impresa y los anuncios locales, por miedo a perder su identidad, pero también destaca la menor capacidad de los recursos para invertir en innovación digital, los equipos editoriales más pequeños y sobrecargados, y la dependencia de los lectores mayores, que también prefieren el formato impreso, lo que refuerza la necesidad de cautivar a las audiencias más jóvenes y demostrar su relevancia a aquellos que están menos arraigados localmente.

Cuando esto no sucede, los periódicos locales reducen la cobertura o terminan cerrando, dejando a las comunidades más vulnerables, viviendo en «desiertos de noticias» y teniendo que «depender de la red local de comunicación interpersonal e información de las partes interesadas (políticos, gobierno local, empresas) para mantenerse informados sobre los asuntos locales» (Nielsen, 2015, p. 7).

Los medios locales, ya sean físicos, con presencia en línea o exclusivamente digitales, siempre han lidiado con problemas de escala. El área geográfica a la que se dedican es, en la mayoría de los casos, municipios o regiones con baja densidad de población, lo que impide la implementación de un modelo de negocio basado, por ejemplo, en el número de *pageviews* o clics en los anuncios. Los servicios de publicidad que sirven a la mayoría de los medios de comunicación en Portugal (y en el mundo) están monopolizados —véase Google, con AdSense— y no son viables en territorios como las regiones del interior.

3. Metodología

En este estudio, se analizaron un total de 25 medios de comunicación, a saber, 9 estaciones de radio y 16 periódicos con publicaciones de noticias digitales. Solo se consideraron los medios con noticias publicadas durante los períodos seleccionados y se analizaron 957 publicaciones en línea. Se trata de una muestra no probabilística, sino de carácter exploratorio sobre un universo de medios locales procedentes de territorios considerados zonas de riesgo informativo. Algunos estudios (por ejemplo, Etikan *et al.*, 2016) denominan a este tipo de muestreo «muestreo intencional» (*purposive sampling*), considerándolo adecuado para comprender, por ejemplo, fenómenos emergentes en poblaciones restringidas y heterogéneas. Por lo tanto, con este estudio no se pretende medir la representatividad estadística, sino sobre todo identificar prácticas y patrones de la actividad periodística con vulnerabilidad informativa en el ecosistema digital. Por lo tanto, la elección de los distritos de Bragança, Vila Real y Viseu se basa en los resultados del informe *Desertos de Noticias em Portugal* (Jerónimo *et al.*, 2022), que considera estos territorios como zonas de alta vulnerabilidad informativa. Consideramos que es de vital importancia analizar los medios de comunicación resistentes en estos territorios, ya que nos permitirá comprender las principales dificultades, sobre todo de carácter estructural, y su capacidad para utilizar el potencial digital con el fin de garantizar un periodismo de proximidad. Por otra parte, partimos de la base de que el «desierto informativo» no implica necesariamente una ausencia total de medios, sino la existencia de una cobertura que no es suficiente o no es capaz de garantizar las funciones principales del periodismo (Jerónimo *et al.*, 2022; Ramos, 2021).

Para analizar nuestra muestra (N = 25), aplicamos un análisis de contenido cuantitativo y sistemático (Baptista *et al.*, 2022; Igartua, 2006; Neuendorf, 2017; Piñeiro-Naval *et al.*, 2021), divididos en dos períodos distintos: entre el 10 y el 20 de noviembre de 2024, y entre el 28 de febrero y el 9 de marzo de 2025.

3.1. Codificación

Para responder a las preguntas de investigación, se creó un libro de códigos para ser aplicado a cada unidad de análisis. El libro de códigos se compone de ocho variables, diseñadas a partir de las dimensiones del ciberperiodismo y adaptadas a la realidad de los medios locales portugueses (Canavilhas, 2023; Palau-Sampio y Sánchez-García, 2020).

Tabla 1. Contenido publicado entre los tres distritos.

Distritos	Medio	Contenido publicado	%
Vila Real	7	220	23.0
Bragança	6	219	22.9
Viseu	8	513	54.1
Total	21	957	100.0

Fuente: elaboración propia.

- Ubicación geográfica: 1 = Vila Real, 2 = Bragança, 3 = Viseu.
- Medios: 1 = A Voz de Trás-os-Montes, 2 = Notícias de Aguiar, 3 = Jornal de Chaves, 4 = Universidade FM, 5 = Rádio Clube Aguiarense, 6 = Komunica Magazine, 7 = Mensageiro de Bragança, 8 = Jornal Nordeste, 9 = Rádio Brigantia, 10 = Canal N, 11 = Diário de Trás-os-Montes, 12 = Terras de Miranda, 13 = Rádio Regional do Centro, 14 = Rádio Lafões, 15 = Rádio Limite, 16 = Rádio Riba Távora, 17 = Diário de Viseu, 18 = Notícias de Vouzela, 19 = Voz de Lamego, 20 = TV Nelas, 21 = Descla, 22 = Viseu Now, 23 = Jornal do Centro, 24 = Estação Diária Edição Jornal, 25 = N16.
- Género periodístico: 1 = Noticias, 2 = Reportaje, 3 = Opinión, 4 = Entrevista, 5 = Análisis/Crítica, 6 = Multimedia (con galería, vídeo, audio...), 7 = Otros.
- Autoría: 1 = Firma de periodista, 2 = Firma a Lusa/Agencias/Redacción, 3 = Contenido patrocinado, 5 = Sin firma.
- Tema principal: 1 = Política, 2 = Cultura, 3 = Economía, 4 = Salud y Ciencia, 5 = Educación, 6 = Religión, 7 = Deporte, 8 = Justicia, 9 = Otros.
- Uso de contenido multimedia: 1 = Galería de fotos, 2 = Vídeo, 3 = Infografía, 4 = Audio/podcast, 5 = Sin uso de multimedia.
- Hipertexto: 1 = Sí, 2 = No, 3 = No se sabe.
- Interactividad participativa: 1 = Permite comentarios a los lectores, 2 = Encuestas/Contenido interactivo, 3 = Otros, 4 = No ofrece interactividad.

Cabe destacar que cada codificador realizaba la extracción de datos de forma autónoma, rellenando formularios estandarizados para tal fin. Cada vez que surgían divergencias, se discutían juntas hasta llegar a un consenso, con el apoyo del investigador principal cuando era necesario. La fiabilidad inter-codificador, evaluada mediante el coeficiente alfa de Krippendorff con la macro KALPHA en SPSS, mostró valores entre $\alpha = 0,63$ y $\alpha = 1,000$ en las diferentes categorías, lo que demuestra niveles generales de acuerdo entre los codificadores.

4. Resultados

En una primera aproximación, los resultados revelaron diferencias significativas, desde el punto de vista estadístico, en la frecuencia de publicación de contenidos entre los tres distritos [$\chi^2(2) = 186.213$, $p < 0,001$], siendo el distrito de Viseu el más representado (Tabla 1).

En la Tabla 1 se observa que el distrito de Viseu concentra más de la mitad (54,1 %) de las publicaciones, mientras que Vila Real y Bragança registran

proporciones similares, pero inferiores (23,0 % y 22,9 %, respectivamente). Esta discrepancia entre distritos puede estar relacionada con la estructura y organización de los medios de comunicación en Viseu, principalmente porque hay grupos de comunicación que operan en un modelo multiplataforma. Como señalan Morais *et al.* (2020), el caso de *Jornal do Centro* y *Rádio Jornal do Centro* muestra una estrategia integrada para la producción y difusión de contenidos, lo que justifica una mayor regularidad en la publicación de contenidos. Además, es importante destacar el hecho de que existen medios de comunicación con una periodicidad impresa diaria, lo que naturalmente puede influir en la dinámica de las actualizaciones digitales.

Cuando comparamos el contenido total en línea publicado por medio de comunicación observamos la existencia de una distribución desigual de la frecuencia de publicación de contenido informativo [$\chi^2(25) = 1363.031$; $p < 0.001$].

Según la Tabla 2, *Jornal do Centro* se destaca como el medio con el contenido más informativo publicado ($N = 200$), superando el valor esperado (residual = +163,2).

El periódico *A Voz de Trás-os-Montes* ($N = 111$; residuos = +74,2), *Rádio Regional Centro* ($N = 83$; residuos = +46,2), *Mensageiro de Bragança* ($N = 78$; residuos = +41,2), *Diário de Viseu* ($N = 70$; residuos = +33,2) y *Viseu Now* ($N = 66$; residuos = +29,2) también destacan por su considerable presentación de valores superiores a los esperados. Al analizar estos resultados, podemos ver que el ecosistema de información digital regional se centra en unos pocos medios de comunicación, y algunos medios tienen una actividad en línea residual.

Además, parece haber una mayor dependencia de un solo medio de comunicación en los distritos de Vila Real y Bragança. De hecho, el contexto demográfico y mediático de la región de Trás-os-Montes parece corroborar los resultados. En primer lugar, Trás-os-Montes es una de las regiones de Portugal con un índice de envejecimiento muy alto y superior a la media nacional (Pordata, 2025), lo que puede influir en la producción y el consumo de contenidos digitales. En segundo lugar, un estudio sobre el desierto de noticias en Portugal señaló que los distritos de Vila Real y Bragança pertenecen a una región con menor cobertura periodística local (Jerónimo *et al.*, 2022).

También en Vila Real, las publicaciones quincenales y bimensuales son más que otras periodicidades, como semanarios o diarios (ERC, 2010), lo que puede justificar una menor frecuencia de publicación de contenidos online por parte de algunos medios locales. Por otro lado, Viseu se presenta como uno de los pocos distritos del país con prensa diaria, lo que puede explicar el mayor número de publicaciones en línea.

Tabla 2. Contenido publicado por cada medio analizado.

Medio	N	N esperado	Residual
<i>Voz de Trás-os-Montes</i>	111	36.8	74.2
<i>Noticias de Vila Real</i>	12	36.8	-24.8
<i>Noticias de Aguiar</i>	1	36.8	-35.8
<i>Jornal de Chaves</i>	41	36.8	4.2
<i>Universidade FM</i>	41	36.8	4.2
<i>Rádio Clube Aguiarense</i>	1	36.8	-35.8
<i>Komunica Magazine</i>	13	36.8	-23.8
<i>Mensajeiro de Bragança</i>	78	36.8	41.2
<i>Jornal do Nordeste</i>	18	36.8	-18.8
<i>Rádio Brigantia</i>	45	36.8	8.2
<i>Canal N</i>	31	36.8	-5.8
<i>Diário de Trás-os-Montes</i>	28	36.8	-8.8
<i>Terras de Miranda</i>	19	36.8	-17.8
<i>Rádio Regional Centro</i>	83	36.8	46.2
<i>Rádio Lafões</i>	1	36.8	-35.8
<i>Rádio Limite</i>	1	36.8	-35.8
<i>Rádio Riba Távora</i>	1	36.8	-35.8
<i>Diário de Viseu</i>	70	36.8	33.2
<i>Noticias de Vouzela</i>	32	36.8	-4.8
<i>Voz de Lamego</i>	18	36.8	-18.8
<i>TVNelas</i>	1	36.8	-35.8
<i>Descla</i>	8	36.8	-28.8
<i>Viseu Now</i>	66	36.8	29.2
<i>Jornal do Centro</i>	200	36.8	163.2
<i>Estação Diária</i>	36	36.8	-.8
N16	1	36.8	-35.8
Total	957		

Fuente: elaboración propia.

Tabla 3. Uso de contenidos multimedia en publicaciones en línea.

	Galería	Vídeo	Infografía	Podcast/Audio	No utilizado	Total
	%	%	%	%	%	%
Vila Real	0.0	0.0	0.5	0.0	99.5+	100.0
Bragança	0.5	4.1+	0.0	0.0	95.4-	100.0
Viseu	1.4+	0.2-	0.0	0.2	98.2	100.0

Nota: + valor estadísticamente más alto (análisis de residuos estandarizados corregidos); – valor estadísticamente inferior (análisis de residuos estandarizados corregidos).

Fuente: elaboración propia.

En cuanto al uso de contenidos multimedia en publicaciones en línea (Tabla 3), observamos que existen variaciones estadísticamente significativas cuando se compara por distrito [χ^2 (35; $n = 957$) = 33,693, $p < 0,001$; $v = 0,133$].

A través del análisis de la Tabla 3, encontramos que los medios regionales prácticamente no utilizan formatos multimedia (97,9 %), lo que demuestra una fuerte dependencia de formatos más tradicionales. Por ejemplo, podemos observar que el uso de vídeo en Bragança es significativamente mayor que en otros distritos, aunque corresponde a solo el 4,1 % del contenido publicado en todo el distrito. Los datos también indican que la galería de fotos (1,4 %) fue

un recurso utilizado por los medios de Viseu más de lo esperado, aunque de forma muy pequeña.

En general, los resultados en cuanto a los recursos multimedia, en los que tampoco se observa el uso de infografías, audios ni podcast, muestran una falta de estrategia digital integrada en el periodismo local y regional. Así, nuestro estudio está en línea con otros estudios nacionales (Correia *et al.*, 2021; Ferrador *et al.*, 2019; Jerónimo y Bastos, 2012; Pimenta, 2022;) e internacional (Galletero-Campos y Jerónimo, 2019; Jenkins y Nielsen, 2018, 2019, 2020) que demostraron que los medios locales tienen dificultades para aprovechar el potencial en línea, es decir, la multimedialidad.

De hecho, en Europa, y Portugal no es una excepción, los medios locales y regionales siguen dependiendo en gran medida de los ingresos financieros de las actividades tradicionales, lo que resulta en una dificultad para llegar a un público más joven, y coloca la transición digital aún en una «etapa temprana» (Jenkins y Nielson, 2018). A pesar del bajo uso del potencial ciberperiodístico por parte de los medios locales portugueses (Galletero-Campos y Jerónimo, 2019; Pimenta, 2022) lo cierto es que los periodistas reconocen lo necesario que es su uso para innovar en el periodismo (Correia *et al.*, 2021).

Sin embargo, la transición digital puede ser más difícil para los periodistas locales, concretamente en la región interior de Portugal, porque faltan profesionales con tarjeta profesional en las redacciones y también porque son insuficientes para hacer frente a ambos tipos de publicaciones: tradicionales y digitales (Ferrador *et al.*, 2019). De hecho, en un estudio centrado en los medios locales en Trás-os-Montes, Ferrador *et al.* (2019) informan que los periodistas que trabajan en el contenido de la versión en papel son los mismos que los que trabajan en la versión digital, lo que hace que esta adaptación sea más complicada.

Al analizar el uso de contenido multimedia por parte de los medios se evidencian diferencias estadísticamente significativas entre los medios [χ^2 (80; N = 952) = 288,587, $p < 0.001$; $v = 0.275$]. Como señalamos anteriormente, el uso de multimedia es prácticamente nulo, con porcentajes muy cercanos al 100% de publicaciones no utilizadas. Sin embargo, es importante destacar el uso del vídeo en el 29 % de las publicaciones de *Canal N*, lo que indica el uso de este formato con cierta regularidad, lo que no sucede con ningún otro medio analizado. El uso de galerías de fotos, infografías, audio o podcast y vídeo no forma parte de la rutina, ni de la práctica periodística de los medios locales. *Canal N* es un periódico exclusivamente digital con un fuerte enfoque en el reportaje en vídeo, lo que ayuda a comprender esta discrepancia.

Además, los resultados también demuestran que los periodistas locales no aprovechan el hipertexto en sus reportajes (véase Tattersall y Carroll, 2023). Con la excepción de *Jornal do Centro*, que utiliza hipervínculos en el 70 % de los contenidos publicados, los demás medios locales no adoptan esta potencialidad ciberperiodística. De esta manera, se corroboran otros estudios que informan de una lenta transición digital de los medios locales portugueses (OberCom, 2018). Incluso si se compara con otros medios regionales o locales de la Península Ibérica, que pertenecen al mismo sistema mediático, la prensa local portuguesa no hace un uso tan frecuente del hipertexto y otras

potencialidades ciberperiodísticas como sus homólogas locales o regionales españolas (Galletero-Campos y Jerónimo, 2019).

Los resultados también demostraron que existen variaciones estadísticamente significativas en términos de interactividad [χ^2 (40; N = 952) = 1272.715, $p < 0.001$; $v = 0.818$]. Solo el periódico *Viseu Now* permite a los lectores comentar todo el contenido publicado, es decir, esta posibilidad se verifica en el 100 % de los casos. La agencia Descla, por su parte, permite, en el 50 % de sus publicaciones, otro tipo de interactividad con el lector.

Aun así, observamos que el 92,4 % de los contenidos analizados no ofrece ninguna posibilidad de interacción con los lectores. Una vez más, los resultados indican que los medios locales, con excepción de estos dos casos, continúan replicando las rutinas o prácticas de la comunicación tradicional, desconociendo las nuevas potencialidades del ciberespacio, desconociendo las lógicas participativas que permite el universo digital. Esto también es cierto en medios con alta producción de contenido, como *Jornal do Centro* (N = 200), *A Voz de Trás-os-Montes* (N = 111) o *Diário de Viseu* (N = 70), que tampoco proporcionan ningún tipo de mecanismo interactivo.

De esta manera, se plantea una serie de preguntas importantes sobre la forma en que los medios locales o regionales practican el periodismo de proximidad, cuyo valor radica precisamente en la relación construida con la comunidad a través de la comunicación bidireccional, resultante de la participación activa del público (Camponez, 2002; Franklin, 2006; Jerónimo, 2015a; Singer *et al.*, 2011). En Portugal, otros estudios anteriores a este ya habían señalado la falta de una política de acercamiento al público por parte de los medios de *comunicación* (véase Kalsing, 2010), incluso a través de las propias páginas de las redes sociales (Ferrador *et al.*, 2024).

Además del análisis del uso de potencialidades ciberperiodísticas, como la multimedialidad, la hipertextualidad y la interactividad, este estudio también buscó comprender otras prácticas y rutinas periodísticas de los *medios* locales. Para ello, analizamos los géneros periodísticos, los editoriales y los diferentes tipos de autoría de cada pieza informativa.

En este sentido, los resultados revelaron que existe un claro predominio de noticias [χ^2 (10; N = 952) = 29,916, $p < 0,001$; $v = 0,125$]. En las tres regiones analizadas (Vila Real, Bragança y Viseu), la categoría «Noticias» representa más del 88 % de las piezas publicadas, con énfasis en Vila Real (95,9 %) (Tabla 4).

Así, esta tendencia parece apuntar a un menor enfoque en los géneros periodísticos que

Tabla 4. Distribución de géneros periodísticos por distritos.

	Noticia	Informe	Opinión	Entrevista	Multimedia	Otro
	%	%	%	%	%	%
Vila Real	95.9+	0.9	3.2	0.0	0.0-	0.0
Bragança	91.8	0.0-	4.1	0.0	4.1	0.0
Viseu	88.5-	3.9+	2.9	0.4	2.9	1.4+

Nota: + valor estadísticamente más alto (análisis de residuos estandarizados corregidos); – valor estadísticamente inferior (análisis de residuos estandarizados corregidos).

Fuente: elaboración propia.

Tabla 5. Distribución del género periodístico por cada medio.

	Noticia	Informe	Opinión	Entrevista	Multimedia	Otro
	%	%	%	%	%	%
<i>Voz de Trás-os-Montes</i>	91.9	1.8	6.3+	0.0	0.0	0.0
<i>Notícias Vila Real</i>	100	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0
<i>Notícias Aguiar</i>	100	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0
<i>Jornal Chaves</i>	100+	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0
<i>Universidade FM</i>	100+	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0
<i>Rádio Aguiarense</i>	100	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0
<i>Komunica</i>	100	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0
<i>Mensageiro de Bragança</i>	93.6	0.0	6.4	0.0	0.0	0.0
<i>Jornal Nordeste</i>	77.8-	0.0	22.2+	0.0	0.0	0.0
<i>Rádio Brigantia</i>	100+	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0
<i>Canal N</i>	71.0-	0.0	0.0	0.0	29.0+	0.0
<i>Diário de Trás-os-Montes</i>	100	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0
<i>Terras de Miranda</i>	100	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0
<i>Rádio Regional Centro</i>	89.2	9.6+	0.0	0.0	1.2	0.0
<i>Diário de Viseu</i>	92.9	0.0	7.1+	0.0	0.0	0.0
<i>Notícias de Vouzela</i>	100.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0
<i>Voz de Lamego</i>	77.8-	0.0	22.2+	0.0	0.0	0.0
<i>Descla</i>	100.	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0
<i>Viseu Now</i>	66.7-	0.0	9.1+	0.0	21.2+	3.0+
<i>Jornal do Centro</i>	90.5	6.0+	0.0-	1.0+	0.0-	2.5+
<i>Estação Diária</i>	100+	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0

Nota: + valor estadísticamente más alto (análisis de residuos estandarizados corregidos); – valor estadísticamente inferior (análisis de residuos estandarizados corregidos).

Fuente: elaboración propia.

requieren más recursos humanos y tecnológicos y una mayor inversión en términos de tiempo. De hecho, este patrón sugiere que los medios locales utilizan una práctica informativa fuertemente orientada hacia un modelo más tradicional y descriptivo, y presentan un porcentaje muy pequeño de otros géneros periodísticos, como reportajes, opinión, entrevista o multimedia. Estos resultados están en línea con un estudio reciente de Midões *et al.* (2025), sobre periodismo de proximidad, en el que los autores muestran que el género periodístico más utilizado es la noticia, «privilegiando la fuente única, sin contrapunto ni referencias cruzadas de información, ya que también es en términos de rutina de producción más fácil, accesible y económica de implementar» (Midões *et al.*, 2025, p. 222). Los mismos autores recuerdan que, por otro lado, el informe implica «más recursos económicos, humanos y de tiempo, por lo que no tiene una gran expresividad» (2025, p. 239) en los medios locales y regionales.

En este sentido, es importante considerar que otros estudios sobre los medios locales portugueses (por ejemplo, Cardoso, 2020; Jerónimo, 2015b; Teixeira, 2020) identificaron varias dificultades económicas que se traducen en la falta de inversión publicitaria y la escasez de recursos humanos, que pueden ayudar efectivamente a comprender los resultados de esta investigación. Además, también se sabe que los periodistas, particularmente en los

medios locales, asumen otras funciones que van más allá del periodismo (Miranda y Gama, 2019) y reciben bajos salarios (Bonixe, 2015), lo que puede imposibilitarles desarrollar un periodismo más profundo, original o innovador. Por otro lado, algunos informes de medios locales también señalan que los periodistas son objeto de presiones políticas y comerciales (Santos-Silva *et al.*, 2024).

Si centramos el análisis en los diferentes medios analizados (Tabla 5), notamos que *Radio Regional Centro* (9,6 %) y *Jornal do Centro* (6,0 %) son los que más reportajes publicaron.

También es importante destacar que la opinión, después de las noticias, es el género periodístico más común en las publicaciones analizadas: *Jornal Nordeste* (22,2 %), *Voz de Lamego* (22,2 %), *Viseu Now* (9,1 %), *Diário de Viseu* (7,1 %), *Mensageiro de Bragança* (6,4 %), *A Voz de Trás-os-Montes* (6,3 %). Estos datos pueden corroborar las tesis de que los medios locales tienen una estructura frágil, principalmente por la falta de periodistas o porque están sobrecargados de trabajo. Además, destacamos los casos aislados de periódicos nativos digitales que utilizaron multimedia de forma más significativa: *Viseu Now* (21,1 %) y *Canal N* (29,0 %).

Nuestro análisis también nos permitió darnos cuenta de que «Cultura» (24,2 %) y «Deportes» (21,0 %) son los editoriales más frecuentes, con la excepción de «Otros», en el corpus de análisis (Tabla 6).

Tabla 6. Distribución de editoriales en los contenidos analizados.

	N	%
Política	85	8.9
Cultura	218	22.9
Economía	43	4.5
Salud y ciencia	32	3.4
Educación	46	4.8
Religión	24	2.5
Deporte	200	21.0
Justicia	52	5.5
Otro	252	26.5

Fuente: elaboración propia.

Tabla 7. Autoría del contenido analizado.

	N	%
Firma del periodista	478	50.2
Firma de la agencia	205	21.5
Contenido patrocinado	5	.5
Sin firma	264	27.7
Total	952	100.0

Fuente: elaboración propia.

El resto de editoriales tienen una distribución muy equilibrada, aunque presentan porcentajes muy reducidos, concretamente editoriales diarios clave como «Política» (8,9 %), «Educación» (4,8 %) o «Justicia» (5,5 %). Estos resultados están en línea con otros estudios que analizaron los ritmos del ciberperiodismo de proximidad en Portugal (Pimenta, 2022), en los que «Deportes» y «Cultura» son los ritmos más predominantes. Teniendo en cuenta el valor que representa el periodismo de proximidad (Camponez, 2002, 2011), los resultados apuntan a la cobertura de una «cultura de proximidad», estrechamente relacionada con la misión del periodismo local y de proximidad, en la forma en que une a las comunidades a través de las tradiciones y sus costumbres (Teixeira, 2021).

Por otro lado, los porcentajes reducidos de editoriales como «Política» y «Justicia», donde podemos enmarcar las llamadas «noticias duras» (Lehman-Wilzig y Seletzky, 2010), que requieren más tiempo, recursos y calidad periodística, refuerzan nuevamente la falta de periodismo crítico, intervencionista y profundo en los medios locales.

De hecho, en un estudio de los medios locales alemanes, Leupold *et al.* (2016) caracterizan el periodismo local como acrítico, por enfatizar aspectos positivos de la sociedad y por dejar de lado el periodismo contrapoderoso.

Estos datos se comprenden fácilmente cuando observamos que solo el 50,2 % de los artículos analizados fueron firmados por periodistas (Tabla 7). La falta de recursos, humanos y técnicos, como problema asociado a los medios locales (Cardoso, 2020; Jerónimo, 2015b; Teixeira, 2020) puede ayudar a comprender estos datos.

De nuestra muestra, el 21,5 % de los artículos se atribuyen a agencias de noticias o a la redacción. De hecho, los resultados sobre lo que podemos considerar ciberperiodismo de proximidad parecen indicar que existe una práctica llamada «periodismo de escritorio» (Néveu, 2001), en la que existe un proceso pasivo de recopilación y procesamiento de información informativa. Esta «práctica», Davies (2008), en un tono despectivo del periodismo, lo designa como Churnalismo, que clasifica el periodismo de baja calidad y basado en un menor esfuerzo por construir

Tabla 8. Autoría de los contenidos analizados por distrito.

		Firma del periodista	Firma de la agencia	Contenido patrocinado	Sin firma
Vila Real	N	185 +	32-	1	2-
	%	84.1	14.5	0.5	0.9
Bragança	N	155+	64+	0	0-
	%	70.8	29.2	0.0	0.0
Viseu	N	138-	109	4	262+
	%	26.9	21.2	0.8	51.1

Nota: + valor estadísticamente más alto (análisis de residuos estandarizados corregidos); – valor estadísticamente inferior (análisis de residuos estandarizados corregidos).

Fuente: elaboración propia.

Tabla 9. Autoría de los contenidos analizados por editoriales.

	Firma del periodista	Firma de la agencia	Contenido patrocinado	Sin firma
	%	%	%	%
Política	30.6-	9.4-	0.0	60.0+
Cultura	35.3-	30.3+	1.4	33.0+
Economía	39.5	23.3	0.0	37.2
Salud y ciencia	43.8	12.5	3.1+	40.6
Educación	47.8	17.4	0.0	34.8
Religión	62.5	29.2	0.0	8.3-
Deporte	68.5+	13.5-	0.0	18.0-
Justicia	67.3+	25.0	0.0	7.7-
Otro	53.6	24.6	0.4	21.4-

Nota: + valor estadísticamente más alto (análisis de residuos estandarizados corregidos); – valor estadísticamente inferior (análisis de residuos estandarizados corregidos).

Fuente: elaboración propia.

información, basado en comunicados de prensa o contenidos de agencias de noticias.

Cuando comparamos por ubicación encontramos evidencia estadística significativa [χ^2 (6; N = 952) = 355,674, $p < 0.001$; $v = .432$] (Tabla 8). En Vila Real, el 84,1 % del contenido está firmado por periodistas. El contenido que sin firma está infrarrepresentado (0,9 %). En Bragança, en comparación con Vila Real, existe una dependencia significativamente mayor de los contenidos producidos por agencias de noticias o de contenidos no originales, con un 29,2 % del total de la muestra.

Sin embargo, existe una disparidad especialmente notable en Viseu, ya que este distrito concentra la mayor parte de los contenidos sin firma (51,1 %). Estos datos, a su vez, pueden ayudar a explicar la discrepancia que hemos observado anteriormente en cuanto al número de publicaciones (véase la Tabla 1).

En casos específicos, también encontramos diferencias estadísticamente significativas cuando analizamos la autoría de los contenidos por medio de comunicación [χ^2 (60; N = 952) = 1327,934, $p < 0.001$; $v = .682$]. De hecho, en lo que respecta a los contenidos firmados por periodistas, los medios de comunicación de Bragança y Vila Real son mayoría. Destacamos *Jornal Nordeste*, *Universidade FM*, *Jornal de Chaves* y *Notícias de Vouzela* (100 % con residuos entre +4,3 y +6,5). También encontramos los periódicos *Mensageiro de Bragança* (98,7 %; +8,9) y *A Voz de Trás-os-Montes* (86,5 %; +8,1) con un alto porcentaje de contenido firmado.

Por otro lado, otros tienen una alta dependencia de los contenidos de las agencias u otras producciones no originales, como es el caso de estos medios de Bragança: *Komunica*, *Diário de Trás-os-Montes*, *Terras de Miranda*, con el 100 % de los contenidos. En Viseu, destacamos *Descla* (100 %), *Viseu Now* (87,9 %; +13,6) y *Diário de Viseu* (48,6 %; +5,7).

Estos resultados pueden entenderse en base a los argumentos ya enumerados, como la presión comercial, la falta de recursos, los bajos salarios. Aliado a estos argumentos, también es importante considerar que hay medios de comunicación en Portugal que no tienen periodistas (Miranda y Gama, 2019). Por otro lado, es evidente la dependencia de algunos órganos del contenido de las agencias, lo que refleja estas limitaciones de su propia producción, afectando la

diversidad de las noticias y la originalidad de la información, haciéndola homogénea (Johnston y Forde, 2011).

En términos de contenido patrocinado, los datos muestran que esta es una cifra independiente y no representa ninguna tendencia.

Otro patrón que puede plantear cuestiones críticas en términos de transparencia editorial son claramente las publicaciones sin firma, como es el caso de los siguientes medios de comunicación en Viseu: *Jornal do Centro* (73,5 %; +16,3), *Estação Diário* (100 %, +9,9), *Rádio Regional Centro* (95,2 %, +14,4).

En el análisis, también buscamos comprender cómo se relaciona la autoría con los editoriales de los medios, y se identificaron diferencias estadísticamente significativas [χ^2 (24; N = 952) = 127,339, $p < 0.001$; $v = .211$].

En una lectura comprensiva, observamos que la autoría personalizada está fuertemente asociada a temas de atractivo popular o comunitario directo, como es el caso de «Deportes» y «Religión» (Tabla 9).

Analizando la Tabla 9, encontramos que el 68,5 % de los «Deportes» están firmados por periodistas. Debido a la cantidad de contenido publicado en esta sección (N = 200) y a que es la que más contenido firma por periodistas, los resultados parecen indicar un mayor esfuerzo de los medios locales en contenidos deportivos. Debido a la popularidad local que representa el deporte, parece asumirse como un eje estructurante de proximidad al público. Además, el deporte, es decir, el fútbol, involucra a una audiencia activa de fanáticos que buscan interactuar (Cleland, 2011) y que se identifican en una comunidad en particular. El fútbol comparte una «alta aceptación social» (Cardoso *et al.*, 2007) y está íntimamente implícito en la construcción de una identidad, de la que destacan las características regionales y locales.

En el caso de los contenidos relacionados con la religión, es importante considerar las palabras de Pascoal (1996, p. 3) que considera que «la Iglesia Católica es el mayor empresario de la prensa regional» por la forma en que busca informar localmente a través de publicaciones locales como periódicos o boletines diocesanos, pero también a través de periódicos regionales que se identifican como de inspiración cristiana.

Tabla 10. Autoría por género periodístico.

	Firma del periodista	Firma de la agencia	Contenido patrocinado	Sin firma
	%	%	%	%
Noticia	50.0	20.4-	0.6	29.0+
Informe	59.1	0.0-	0.0	40.9
Opinión	80.6+	19.4	0.0	0.0-
Entrevista	100.0	0.0	0.0	0.0
Multimedia	12.5-	83.3+	0.0	4.2-
Otro	28.6	28.6	0.0	42.9

Fuente: elaboración propia. Nota: + valor estadísticamente más alto (análisis de residuos estandarizados corregidos);
 - valor estadísticamente inferior (análisis de residuos estandarizados corregidos).

Los resultados también nos permiten comprender que los temas complejos, sensibles o políticamente sensibles a menudo se tratan de forma anónima (como «Política» y «Salud»), lo que puede comprometer la función de supervisión del periodismo. Sin embargo, el 67,3 % de los artículos en «Justicia» con firma de periodista, (con solo el 7,7 % sin firma) contradice la tendencia observada en «Política». Esto puede sugerir que el alto porcentaje de contenido de «Política» sin la firma de un periodista (60,0 %) puede estar relacionado con el hecho de que existe una fuerte dependencia del periodismo local para obtener información a través de las oficinas de comunicación y la oficina de prensa del gobierno local (Morais y Sousa, 2013).

En relación con los géneros periodísticos, se observa una tendencia similar, no solo por la subrepresentación de géneros de mayor profundidad periodística, como el reportaje (N = 22), sino también porque casi la mitad de los reportajes no tenían autoría atribuida a un periodista (Tabla 10). Incluso en el caso de las noticias (N = 866), el 29 % no tiene firma y el 20,4 % son de una agencia de noticias o no corresponden a contenidos originales. Estos datos refuerzan la hipótesis de una baja capacidad para la producción en profundidad.

Además, el único género con una fuerte presencia de autoría explícita por parte de los periodistas, lo que es de esperar, dado que es un contenido opinado, es el artículo de opinión, muchas veces firmado por columnistas o directores. Podemos verificar que ninguna de estas publicaciones es anónima. Además, en el caso de los contenidos multimedia (N = 24) el 83,3 % son de autoría de agencias de noticias o no se atribuyen a un periodista concreto. Estos datos apuntan a un déficit de recursos humanos y contradicen el potencial digital.

Los resultados respondieron a todas las preguntas de investigación. En relación con la pregunta 1, encontramos una desigualdad en la frecuencia de publicación. Observamos que pocos medios de comunicación son muy activos, mientras que muchos tienen una actividad esporádica. En general, el estudio identificó una frecuencia irregular en la producción periodística. A pesar de la alta concentración de publicaciones existentes en estos tres distritos, lo cierto es que estos territorios corresponden a desiertos informativos mitigados, ya que el número de medios no se traduce en una oferta constante. Esto se observa especialmente en el entorno digital. Además, a nivel europeo, los medios locales parecen estar perdiendo su función institucional, lo que puede

poner en peligro los intereses democráticos y sociales locales (Barclay *et al.*, 2024; Kermer *et al.*, 2024).

Por otro lado, en respuesta a la pregunta 2, los resultados confirman la existencia de un periodismo superficial, con escasa investigación y reportaje, lo que, en cierto modo, se traduce también en una menor crítica política (Gulyas y Hess, 2024; Rivas-de-Roca, 2021). Asimismo, observamos un uso insuficiente de los recursos digitales. En la actualidad, los medios locales siguen utilizando de forma residual vídeos e infografías, así como hipervínculos y otras herramientas interactivas (pregunta 3). Esta tendencia no solo se observa en los medios locales portugueses, sino también en medios de otros países, como España (Palau-Sampio y Sánchez-García, 2020) o el Reino Unido (Thäsler-Kordonouri y Barling, 2025). La respuesta a la pregunta 4 parece indicar que los medios locales analizados no cumplen con la misión del periodismo local, especialmente debido a la escasa interactividad que presentan. Además, estos resultados refuerzan la idea de una «erosión de la proximidad» en Portugal, identificada por Mota (2023), justificada principalmente por la falta de interactividad y el reducido uso de recursos digitales, lo que acaba debilitando la función social del periodismo local.

5. Conclusión

Este estudio permite concluir, sobre todo, que la actividad en línea de los medios locales y regionales es simple, débil y desaprovechada, siendo ligeramente más fuerte cuando en el panorama mediático existen medios de comunicación de periodicidad diaria, como es el caso del distrito de Viseu. Queda claro que no existe una estrategia establecida para el medio digital. En una época en la que se debate la automatización del periodismo y los nuevos modelos de negocio para responder a la crisis actual del sector, el periodismo local sigue infravalorando el potencial del ciberespacio, preocupándose únicamente por existir en línea. Esta investigación pone de manifiesto que los artículos periodísticos no están en absoluto adaptados al universo digital; el uso de contenidos multimedia es poco significativo, prevaleciendo los medios estáticos tradicionales, como el texto y la fotografía.

También se observa que los medios locales portugueses, procedentes de territorios desfavorecidos en términos informativos, tienen una escasa interacción con los internautas, ya sea por el reducido uso de hipervínculos en los contenidos periodísticos o por la falta de consideración a la hora de crear un espacio público de debate con sus comunidades. Estos

medios, que suelen caracterizarse por dar prioridad al periodismo de proximidad, no promueven productos que generen un sentido de pertenencia. Observamos que apuestan principalmente por la noticia como género periodístico para presentar la información, resutando importancia a los reportajes que implican un contacto directo con la población y un mayor número de fuentes de información. Creemos que el reportaje, por ejemplo, puede implicar más recursos humanos, financieros y de tiempo de los que estos medios más pequeños no tienen o tienen cada vez menos.

Por otro lado, también es evidente la práctica de un periodismo «sedentario», muy ligado a la redacción, dependiente de los contenidos de las agencias de noticias y de los comunicados de prensa, con poca producción propia y de firma. De este modo, nuestra investigación pone de manifiesto una deficiencia en el ámbito de la dimensión participativa del periodismo local, concretamente en un territorio que había sido identificado como un desierto informativo.

Por lo tanto, en un ecosistema mediático cada vez más regido por la «era de la atención», en el que los algoritmos siguen teniendo más autoridad en la distribución y mediación de contenidos, el reducido uso de la multimedia, junto con la escasa interacción con el público y la ausencia de nuevos diseños o formatos digitales, siguen siendo una realidad para el periodismo local.

Ante este panorama, defendemos que la sostenibilidad de los medios locales y del propio periodismo de proximidad pasa por una mayor inversión en estrategias de innovación narrativa, en las que se privilegien los formatos multimodales y participativos. De este modo, sobre todo en territorios con una cobertura informativa deficitaria, los medios de comunicación podrían generar una mayor implicación comunitaria y visibilidad digital. Por lo tanto, sería pertinente que los estudios futuros profundizaran en la relación, a nivel local, entre el periodismo y la sostenibilidad, la innovación tecnológica y la ciudadanía informada.

6. Contribución de autores

Conceptualización	Ideas; formulación o evolución de los objetivos y metas generales de la investigación.	Autores 1, 2, 3 y 4
Curación de datos	Actividades de gestión para anotar (producir metadatos), depurar datos y mantener los datos de la investigación (incluido el código de software, cuando sea necesario para interpretar los propios datos) para su uso inicial y su posterior reutilización.	Autores 1, 2, 3
Análisis formal	Aplicación de técnicas estadísticas, matemáticas, computacionales u otras técnicas formales para analizar o sintetizar datos de estudio.	Autor 2
Administración del proyecto	Adquisición del apoyo financiero para el proyecto que conduce a esta publicación	Autores 1, 2, 3 y 4.
Investigación	Realización de una investigación y proceso de investigación, realizando específicamente los experimentos, o la recolección de datos/evidencia.	Autores 1, 2, 3 y 4
Metodología	Desarrollo o diseño de la metodología; creación de modelos.	Autores 1, 2, 3
Administración del proyecto	Responsabilidad de gestión y coordinación de la planificación y ejecución de la actividad de investigación	Autores 1, 2, 3 y 4.
Recursos	Suministro de materiales de estudio, reactivos, materiales, pacientes, muestras de laboratorio, animales, instrumentación, recursos informáticos u otras herramientas de análisis.	Autores 1, 2, 3
Software	Programación, desarrollo de <i>software</i> ; diseño de programas informáticos; implementación del código informático y de los algoritmos de apoyo; prueba de los componentes de código existentes	Autores 1, 2, 3 y 4.
Supervisión	Responsabilidad de supervisión y liderazgo en la planificación y ejecución de actividades de investigación, incluyendo la tutoría externa al equipo central.	Autores 1 y 2
Validación	Verificación, ya sea como parte de la actividad o por separado, de la replicabilidad/reproducción general de los resultados/experimentos y otros productos de la investigación.	Autores 1, 2, 3 y 4
Visualización	Preparación, creación y/o presentación del trabajo publicado, específicamente la visualización/presentación de datos.	Autores 1, 2, 3 y 4
Redacción / Borrador original	Preparación, creación y/o presentación del trabajo publicado, específicamente la redacción del borrador inicial (incluyendo la traducción sustantiva).	Autores 1, 2, 3 y 4
Redacción / Revisión y edición	Preparación, creación y/o presentación del trabajo publicado por los miembros del grupo de investigación original, específicamente revisión crítica, comentario o revisión, incluidas las etapas previas o posteriores a la publicación.	Autores 1, 2, 3 y 4

8. Declaración sobre uso de inteligencia artificial en la elaboración de este artículo

No se ha utilizado.

9. Referencias bibliográficas

Abernathy, P. M. (2018). *The expanding news desert*. School of Media and Journalism, University of North Carolina at Chapel Hill.

Alves, P. B. y Oliveira, L. (2023). As literacias mediática e digital e a participação cívica como tecnologias para dinamizar os territórios do interior de Portugal. *RISTI-Revista Ibérica de Sistemas e Tecnologias de Informação*, (52), 113-125.

Baptista, J. P., Jerónimo, P., Piñeiro-Naval, V. y Gradim, A. (2022). Elections and fact-checking in Portugal: the case of the 2019 and 2022

- legislative elections. *El Profesional de la información*, 31(6), 1-14.
- Barclay, S., Barnett, S., Moore, M. y Townsend, J. (2024). Local news as political institution and the repercussions of 'news deserts'. *Journalism* 26(9). <https://doi.org/10.1177/14648849241272255>
- Bastos, H. (2012). A diluição do jornalismo no ciberjornalismo. *Estudos em Jornalismo e Mídia*, 9(2), 284-298. <https://doi.org/10.5007/1984-6924.2012v9n2p284>
- Bastos, H. (2023). *História do Ciberjornalismo em Portugal: Os primeiros vinte e cinco anos*. Editora LabCom.
- Bonixe, L. (2015). A territorialização da informação: uma análise do jornalismo nas rádios locais portuguesas. *Novos Olhares*, 4(1), 67-80.
- Cabrera, A. y Lima, H. (Eds.). (2022). *Imprensa em Portugal: uma história*. ICNOVA – Instituto de Comunicação da Nova. <https://doi.org/10.34619/gi8d-c84k>
- Camponéz, C. (2002). *Jornalismo de proximidade: rituais de comunicação na imprensa regional*. Edições Minerva Coimbra.
- Camponéz, C. (2011). Jornalismo regional: Proximidade e distâncias. Linhas de reflexão sobre uma ética da proximidade no jornalismo. En J. Correia (Ed.), *Ágora. Jornalismo de proximidade: Limites, desafios e oportunidades* (pp. 35-47). LabCom.
- Canavilhas, J. (2014). A reportagem paralaxe como marca de diferenciação da Web. En P. Requeijo Rey y C. Gaona Pisonero (Eds.), *Contenidos innovadores en la universidad actual* (pp. 119–129). McGraw-Hill Education.
- Canavilhas, J. (2023). *Manual de jornalismo na web*. Labcom.
- Cardoso, G., Xavier, D. y Cardoso, T. (2007). Futebol, identidade e media na sociedade em rede. *Observatorio (OBS*)*, 1(1), 119-143.
- Cardoso, C. (2020). Jornalismo local, cultura e património: o caso de Arouca. En Pedro Jerónimo y João Correia (Eds.), *O pulsar da proximidade nos media e no jornalismo*. LabCom-Comunicação e Artes.
- Cardoso, G., Magno, C., Crespo, M. y Soares, T. M. (2016). *Modelos de Negócio e Comunicação Social*. Edições Almedina.
- CCDR-N (2020). Aprovados Incentivos do Estado à Comunicação Social Regional e Local. <https://www.ccdr-n.pt/noticia/servicos/aprovados-incentivos-do-estado-a-comunicacao-social-regional-e-local-1640>
- CCDR-N (2023, 1 de marzo). Abertas as candidaturas aos Incentivos do Estado para a Comunicação Social. CCDR-N. <https://www.ccdr-n.pt/noticia/destaque/abertas-candidaturas-aos-incentivos-do-estado-para-comunicacao-social>
- Cleland, J. (2011). The media and football supporters: A changing relationship. *Media, Culture & Society*, 33(2), 299-315.
- Correia, J. C., Jerónimo, P. y Gradim, A. (2021). Jornalistas da mídia local e o desafio digital. *Redes. Revista do Desenvolvimento Regional*, 26. <https://doi.org/10.17058/redes.v26i0.16507>
- Davies, N (2008). *Churnalism*. Flat Earth News, Chatto & Windus.
- ERC. (2010). *A Imprensa Local e Regional em Portugal. Lisboa: Entidade Reguladora para a Comunicação Social*. <https://www.erc.pt/documentos/ERCImprensaLocaleRegionalfinal.pdf>
- Estatuto da Imprensa Regional (1988). Decreto-Lei n.º 76/88 (Diário da República, 1.ª série – N.º 60). <https://files.diariodarepublica.pt/1s/1988/03/07600/13201321.pdf>
- Etikan, I., Musa, S. A. y Alkassim, R. S. (2016). Comparison of convenience sampling and purposive sampling. *American Journal of Theoretical and Applied Statistics*, 5(1), 1-4. <https://doi.org/10.11648/j.ajtas.2016050111>
- Ferrador, S., Zamith, F. y Jerónimo, P. (2019). Precariedade no ciberjornalismo: o caso dos jornais transmontanos. En Reis, I., Jerónimo, P., Zamith, F. y Bastos, H. *Ameaças ao Ciberjornalismo: Atas do VI Congresso Internacional de Ciberjornalismo* (pp. 328-341). Universidade do Porto.
- Ferrador, S., Zamith, F. y Jerónimo, P. (2024). Ciberjornalismo de proximidade: o exercício da cidadania nas ferramentas de interação de notícias do jornal A Voz de Trás-os-Montes. En Zamith, F., Bastos, H. Reis, A. I. y Jerónimo, P (Coord). *Ciberjornalismo: cidadania, novas formas de participação e novos desafios*. CITCEM. <https://doi.org/10.21747/978-989-8970-77-0/cib>
- Franklin, B. (2006). *Local journalism and local media: making the local news*. Routledge. <https://doi.org/10.4324/9780203969205>
- Galletero Campos, B. y Jerónimo, P. (2019). La transición digital de la prensa de proximidad: Estudio comparado de los diarios de España y Portugal. *Estudos em comunicação*, 1(28).
- Gonçalves, A. y Morais, R. (2024). Can automated news help local journalism? An exploratory study in Portugal. En Jerónimo (Ed.). *Local Journalism, Global Challenges: News Deserts, Infodemic and the Vastness in Between* (pp. 33-56). LabCom Books.
- Gulyas, A. y Hess, K. (2024). The three “Cs” of digital local journalism: community, Commitment and continuity. *Digital Journalism*, 12(1), 6-12.
- Hendy, D. (2000). *La radio nell'era globale*. Editori Reuniti.
- Jenkins, J. y Jerónimo, P. (2021). Changing the Beat? Local Online Newsmaking in Finland, France, Germany, Portugal, and the U.K, *Journalism Practice*, 15(9), 1222-1239. <https://doi.org/10.1080/17512786.2021.1913626>
- Jenkins, J. y Nielsen, R. K. (2018). The digital transition of local news. Reuters Institute for the Study of Journalism. <https://ora.ox.ac.uk/objects/uuid:f1f8876e-a100-4c20-9f87-3f380630fe92>
- Jenkins, J. y Nielsen, R. K. (2019). Proximity, public service, and popularity: A comparative study of how local journalists view quality news. *Journalism Studies*, 1(2), 236-253. <https://doi.org/10.1080/01461670X.2019.1636704>
- Jenkins, J. y Nielsen, R. K. (2020). Preservation and evolution: Local newspapers as ambidextrous organizations. *Journalism*, 21(4), 472-488. <https://doi.org/10.1177/1464884919886421>
- Jerónimo, P. (2015a). *Ciberjornalismo de Proximidade. Redações, jornalistas e notícias online*. Labcom.

- Jerónimo, P. (2015b). Touch my paper: A imprensa regional na era dos dispositivos móveis. En J. Canavilhas y I. Satuf (Eds.), *Jornalismo para dispositivos móveis: Produção, distribuição e consumo* (pp. 305–320). LabCom – Comunicação e Artes.
- Jerónimo, P. y Bastos, H. (2012). Jornalismo de proximidade em transição para a Internet. *Estudos de Jornalismo*, 1, 40–52.
- Jerónimo, P., Ramos, G. y Torre, L. (2022). *Desertos de Notícias Europa 2022: Relatório de Portugal*. Labcom.
- Johnston, J. y Forde, S. (2009). 'Not wrong for long': the role and penetration of news wire agencies in the 24/7 news landscape. *Global Media Journal*, 3(2), 1–16.
- Kalsing, J. (2010) *Jornalismo cívico: Uma prática ainda distante das principais redações dos jornais portugueses*. Dissertação de mestrado. Faculdade de Ciências Sociais e Humanas da Universidade Nova de Lisboa.
- Kermer, J., Reviglio, U. y Blagojev, T. (2024). "News Desertification" in Europe: Highlighting Correlations for Future Research. *Journalism and Media*, 5(2), 718–738. <https://doi.org/10.3390/journalmedia5020047>
- Lehman-Wilzig, S. N. y Seletzky, M. (2010). Hard news, soft news, 'general' news: The necessity and utility of an intermediate classification. *Journalism*, 11(1), 37–56.
- Leupold, A., Klinger, U. y Jarren, O. (2016). Imagining the City: How local journalism depicts social cohesion. *Journalism Studies*, 19(7), 960–982. Routledge. <https://doi.org/10.1080/1461670X.2016.1245111>
- Mathews, N. (2022). Life in a news desert: The perceived impact of a newspaper closure on community members. *Journalism*, 23(6), 1250–1265.
- Midões, M., Reis, A.I., Pereira, F., Guerra, R. (2025). Jornalismo de proximidade: a cobertura noticiosa do Jornal do Centro aos incêndios de outubro de 2017 na região de Viseu (Portugal). *Ámbitos – Revista Internacional de Comunicação*, (67), 222–242. <https://doi.org/10.12795/Ambitos.2025.i67.12>
- Miranda, J. y Gama, R. (2019). Os jornalistas portugueses sob o efeito das transformações dos media. Traços de uma profissão estratificada. *Análise Social*, 54(230), 154–177.
- Morais, R. y Sousa, J. C. (2013). As práticas jornalísticas na imprensa regional: a selecção das fontes e a promoção de desigualdades sociais. *Observatorio*, 7(1), 187–204.
- Morais, R., Jerónimo, P. y Correia, J. C. (2020). *Jornalismo na região Centro: Trabalho, tecnologia e negócio*. Labcom.
- Mota, D. (2023). A erosão da proximidade: questões e desafios do jornalismo local na sociedade contemporânea. *Comunicação e sociedade* (44), 1–19.
- Muntsant, A. M. (2024). Prensa local ante la digitalización: innovación y viabilidad del periodismo de proximidad. *Ámbitos. Revista Internacional de Comunicación*, (64), 104.
- Negreira-Rey, M. C., López-García, X. Y Rodríguez-Vázquez, A.I. (2024). El periodismo local reinventa estrategias. Decálogo para los desafíos en tiempos de inteligencia artificial. *Infonomy*, 2(1).
- Néveu, E. (2001). *Sociologia do Jornalismo*. Porto Editora.
- Nielsen, R. K. (Ed.). (2015). *Local journalism: The decline of newspapers and the rise of digital media*. I.B. Tauris.
- OberCom (2018). *TextitJornais regionais. A análise de perfis de utilização. Actividade, desafios e políticas públicas para o sector*. Observatório da Comunicação. <https://goo.gl/RW13u8>
- Palacios, M. y Cunha, R. (2012). A taticidade em dispositivos móveis: primeiras reflexões e ensaio de tipologias, *Contemporanea | Comunicação e Cultura*, 10(03), pp. 668–685.
- Palau-Sampio, D. y Sánchez-García, P. (2020). Digital resources in the current journalistic narrative: Uses and limitations of hypertext, multimedia and interactivity. *Communication & Society*, 33(2), 1–16. <https://doi.org/10.15581/003.33.2.1-16>
- Pascoal, I. (1996). *Os jornalistas da imprensa regional e os condicionalismos ao exercício da profissão* [Ponencia presentada en congreso]. III Congresso Português de Sociologia—Práticas e Processos de Mudança Social. https://aps.pt/wp-content/uploads/2017/08/DPR4926a435d94a4_1.pdf
- Pimenta, J. (2022). *Ciberjornalismo de proximidade: Análise dos sites Jornal do Fundão, Médio Tejo, Região de Leiria e Sul Informação* [Master's thesis, Universidade do Porto (Portugal)].
- Pordata. (2025). *Índice de envelhecimento e outros indicadores de envelhecimento*. <https://www.pordata.pt/pt/estatisticas/populacao/populacao-residente/indice-de-envelhecimento-e-outros-indicadores-de>
- Ramos, G. R. (2023). *Jornalismo de proximidade em rede: Proposta para criação de modelos de negócios* [Tesis doctoral, Universidade da Beira Interior]. <http://hdl.handle.net/10400.6/13827>
- Rivas-de-Roca, R. (2021). Oportunidades de la robotización en el periodismo local: el caso de 'Mittmedia'. *Index.comunicación*, 11(2), 165–185.
- Salaverria, R. (2005). *Redacción Periodística en Internet*. Eunsa.
- Santos-Silva, D., Baptista, C., bonixe, L., Martins, L., Caneira, P. (2024). Portugal. En S. Verza, T. Blagojev, D. Borges, J. Kermer, M. Trevisan, U. Reviglio (Eds.). *Uncovering news deserts in Europe Risks and opportunities for local and community media in the EU*. European University Institute.
- Singer, J. B., Hermida, A., Domingo, D., Quandt, T., Heinonen, A., Paulussen, S., ... y Vujnovic, M. (2011). *Participatory journalism in online newspapers: Guarding the Internet's open gates*. Routledge.
- Tattersall, A. y Carroll, C. (2023). The missing link: the quality of UK local and national online media coverage of research. *Insights the UKSG journal*, 36(1).
- Teixeira, L. M. (2020). Informação descentralizada: podcast como recurso do jornal mapa. In: Pedro Jerónimo & João Correia (Eds.) *O pulsar da proximidade nos media e no jornalismo*. Covilhã: LabCom-Comunicação e Artes.

- Teixeira, R. S. (2021). *Jornalismo e Cultura de Proximidade nos Media Nacionais: Os Casos do DN, Público e Observador* [Tesis doctoral, Universidade NOVA de Lisboa].
- Thäsler-Kordonouri, S. y Barling, K. (2025). Automated journalism in UK local newsrooms: Attitudes, integration, impact. *Journalism Practice*, 19(1), 58-75. <https://doi.org/10.1080/17512786.2023.2184413>

Filipe Ribeiro. Periodista con título profesional desde 2009. Licenciado en Ciencias de la Comunicación y Máster en Ciencias de la Comunicación – Periodismo, ambos por la UTAD. En el curso 2021/2022, ingresó al programa de Doctorado en Ciencias de la Cultura, también en la UTAD. ORCID: <https://orcid.org/0000-0001-8839-8508>

João Pedro Baptista fue periodista y es profesor ayudante de la Universidad de Trás-os-Montes y Alto Douro (UTAD). Forma parte de la Unidad de Investigación CICANT de la Universidad Lusófona y es el investigador principal del proyecto «Checking The Fact-checkers: Practices and Effectiveness in Southern Europe» (2023.12581.PEX). Fue nombrado mejor investigador joven de 2022 por la revista internacional Social Sciences. ORCID: <https://orcid.org/0000-0002-3684-1923>

Miguel Midões es profesor ayudante en la Escuela de Educación del Instituto Politécnico de Viseu, habiendo impartido docencia también en la Facultad de Artes de la Universidad de Coímbra, el Instituto Politécnico de Guarda y el Instituto Superior Jean Piaget. Investiga en las áreas de medios comunitarios y de proximidad, alfabetización mediática, radio y periodismo. Investiga en el CECS (Centro de Estudios de Comunicación y Sociedad) de la Universidad de Minho y colabora en el CIDEI (Centro de Estudios de Educación e Innovación). Actualmente, coordina el Grupo de Trabajo de Medios Regionales y Comunitarios de la SOPCOM (Asociación Portuguesa de Comunicación). Es doctor en Ciencias de la Comunicación por la Universidad de Coímbra, con una tesis sobre radio. En 2021, fue autor del primer mapeo y caracterización de las radios comunitarias portuguesas (radiodifusión del tercer sector). ORCID: <https://orcid.org/0000-0001-9492-9918>

Ricardo Domínguez-García. Profesor Ayudante del Departamento de Periodismo II de la Universidad de Sevilla. Periodista, doctor en Comunicación, máster en Comunicación Institucional y Política y licenciado en Periodismo por la US y máster en Protocolo por la UNED. Miembro del grupo de investigación I-PerComPol de la US. Sus principales líneas de investigación tratan la comunicación política, la historia de la comunicación y el protocolo. ORCID: <https://orcid.org/0000-0001-7325-1861>