1. a) Medias sociais são medias, normalmente redes sociais, onde essencialmente qualquer um pode escrever o que quiser, quando quiser e onde quiser. Já os media tradicionais são medias dedicados a uma entidade profissional onde este têm um conteúdo próprio, numa regularidade especifica e por um conjunto de meios predefinidos.

b) os media tradicionais são complementares ao media sociais porque existem os 2 lados da característica de abertura a todos. Ao ser de escrita fechada(medias tradicionais) a veracidade da informação tende a ser credível já que este passa por mais etapas de verificação e correção antes de ser publicado. Os de escrita aberta permite que todas as pessoas possam trocar informações entre todos os intervenientes.

1. media tradicional: jornal O Público
2. o website do jornal O Público têm em destaque as principais notícias que mais impactaram grande parte dos leitores, tem ainda um serviço pago que transforma as notícias em artigos de rápida leitura e acesso a uma “newsletter” que o leitor pode verificar todos os dias para ver as mais recentes notícias.
3. o mesmo sistema de destaque tem o poder de influenciar o aparecimento de alguma notícia resultando assim no controle de regular e controlar a opinião pública
4. No menu principal existe uma aba com o título “Siga-nos” onde estão presentes um grande número de redes sociais na quais as a empresa operam e divulgam as suas notícias.
5. 1. as redes sociais ao serem de livre acesso acentua a liberdade de expressão uma maior variedade de opiniões e um debate entre pessoas que se desconhecem. Garantem ainda uma maior difusão das medias tradicionais através de repostagens e organizadas através da ordem de emissão. Uma boa experiência de utilização é por exemplo no X (antigo Twitter), a funcionalidade “notas da comunidade” que através de notícias de fontes verificadas evitam notícias falsas ou mal compreendidas, ou opiniões infundadas.

Estas atração do público às redes sociais permite que políticos possam falar publicamente sem um microfone ou por via oficial. Isto permite ainda a empresas fazerem perguntas ao seu público sobre a sua atividade de forma a criar campanhas mais cativantes e úteis aumentando os clientes e a recompensa para a empresa e para os clientes.