

The Media and the polarized discussion by Regionalization: analysis of the journalistic coverage of the referendum campaign on the creation of administrative regions in 1998

Os Media e a discussão polarizada pela Regionalização: análise à cobertura jornalística da campanha do referendo à criação de regiões administrativas em 1998

*André Vieira de Almeida, **Fernando Zamith

*  Universidade de Porto (up202002904@up.pt)

**  Universidade do Porto (fzamith@letras.up.pt)

Abstract

Regionalization has been one of the hot topics in Portuguese politics since the 1976 Constitution of the Portuguese Republic approval. The country's division into administrative regions has generated a polarized discussion among those who claim to be the solution to Portugal's serious territorial cohesion issues and who believes that this reform will only bring more corruption into the public system. In the referendum held in 1998, the "No" to the regions prevailed, but with an abstention rate of over 50%, which represents a failure of the information. This result cannot be seen apart from the electoral campaign, as well as the journalistic coverage. This article analyzes that, focusing on the main Portuguese newspapers at the time. The agenda setting and framing that each media organization gave to the news they publish are described as essential for building the opinion of the masses. The article argues the importance of these concepts and reflects on the errors of journalism in following the '98 referendum and the politicization of regionalization, neglecting the administrative reform itself.

Keywords: Journalism, Regionalization, Referendum, Framing, Agenda Setting

Resumo

A regionalização é um dos temas quentes da política portuguesa desde que entrou em vigor a Constituição da República Portuguesa de 1976. A divisão do país em regiões administrativas tem gerado uma discussão polarizada entre quem diz ser a solução para os graves problemas de coesão territorial de Portugal e quem acredita que esta reforma irá trazer apenas mais corrupção para dentro do sistema público. No referendo realizado em 1998, o «Não» às regiões prevaleceu, mas com uma taxa de abstenção superior a 50%, que representa bem um fracasso da informação veiculada. Este resultado não se pode ver desligado daquilo que foi a campanha eleitoral, assim como a cobertura jornalística. Num tempo em que a regionalização voltou à agenda política, este artigo regressa ao passado e analisa a cobertura jornalística da campanha eleitoral do referendo de 1998, focando-se nos principais jornais portugueses à data. O *agenda setting* e o *framing* que cada órgão de comunicação conferiu às notícias que veiculou são descritos como essenciais para a construção da opinião das massas. Desta feita, o artigo argumenta a importância destes conceitos e reflete sobre os erros do jornalismo no

acompanhamento do referendo de '98 e a politização da regionalização, descurando-se a reforma administrativa em si mesma.

Palavras-Chave: Jornalismo, Regionalização, Referendo, Enquadramento, Configuração da Agenda

Introdução

"Serviço inestimável"¹ – é assim que Marcelo Rebelo de Sousa, atual Presidente da República Portuguesa e outrora uma das principais caras pela rejeição da regionalização, vê a reforma administrativa, caso seja bem executada e aceite pelos portugueses. Vinte e quatro anos depois de um referendo que culminou num "Não" do país à proposta de criação de regiões, o tema volta a marcar a discussão pública, numa altura em que Portugal é considerado o país mais centralizado da Europa².

Atualmente, grande parte dos autarcas pede que a regionalização avance, como se pôde ver no congresso da Associação Nacional de Municípios Portugueses de dezembro de 2021, em que foi aprovada uma resolução nesse sentido³, e até o atual primeiro-ministro português, António Costa, já apontou um novo referendo para 2024⁴, caso se encontre no poder. Inclusive, a proposta faz parte do programa do XXIII governo para a legislatura entre 2022-2026.

Recuando a 1998, dentro dos quatro partidos com assento parlamentar, dois eram favoráveis à regionalização e os outros dois contra. Nos dias de hoje o cenário político é bastante diferente, com uma Assembleia da República que conta com o dobro de partidos com assento parlamentar, no entanto, se considerarmos a posição quanto ao avanço da reforma administrativa, existe uma controvérsia semelhante àquela que marcou a discussão há vinte e quatro anos.

Entre os dois principais partidos portugueses não existe consenso. Luís Montenegro, líder dos socialistas-democratas, aproveitou o 40.º Congresso do PSD para esclarecer que não irá dar aval à regionalização em 2024⁵. Já nos restantes partidos com representação parlamentar, existe uma posição favorável à reforma entre a esquerda, assim como para a Iniciativa Liberal e o PAN⁶. Por sua vez, o Chega (atual terceira força política) não tem uma posição clara sobre a matéria⁷ e o CDS-PP, que já não se encontra na Assembleia da República, opõe-se ferverosamente à criação de regiões administrativas.

¹ Machado, Delfim (2021, 12 dezembro) Marcelo diz que regionalização será "serviço inestimável a Portugal". *Jornal de Notícias*. <https://www.jn.pt/nacional/marcelo-nao-trava-referendo-a-regionalizacao-em-2024-14401873.html>

² Cunha, Henrique (2018, 12 novembro) Estudo da UMinho. Portugal é "o país mais centralizado da Europa". *Renascença*. <https://rr.sapo.pt/noticia/130530/estudo-da-uminho-portugal-e-o-pais-mais-centralizado-da-europa>

³ LUSA (2021, 12 dezembro) Municípios querem regionalização e descentralização. *Jornal de Negócios*. <https://www.jornaldenegocios.pt/economia/detalhe/municipios-querem-regionalizacao-e-descentralizacao-de-competencias>

⁴ Soldado, Camilo (2021, 11 dezembro) Costa aponta referendo sobre regionalização para 2024. *Público*. <https://www.publico.pt/2021/12/11/politica/noticia/costa-aponta-referendo-descentralizacao-2024-1988268>

⁵ Espírito Santo, Mariana (2022, 3 julho) Montenegro contra referendo à regionalização em 2024. *ECO*. <https://eco.sapo.pt/2022/07/03/montenegro-contra-referendo-a-regionalizacao-em-2024/>

⁶ LUSA (2022, 15 janeiro) Partidos disponíveis para discutir a regionalização nos próximos anos. *Jornal de Negócios*. <https://www.jornaldenegocios.pt/economia/detalhe/partidos-disponiveis-para-discutir-a-regionalizacao-nos-proximos-anos>

⁷ Ferreira, Bruno Castro (2022, 21 janeiro) André Ventura quer uma regionalização sem mais políticos ou parlamentos regionais. *SIC Notícias*. <https://sicnoticias.pt/especiais/andre-ventura/2022-01-20-andre-ventura-quer-uma-regionalizacao-sem-mais-politicos-ou-parlamentos-regionais>

Desta feita, e com o aproximar de 2024, a regionalização começará a ser um tema cada vez mais recorrente nos meios noticiosos e, tendo em conta a importância destes para o funcionamento da democracia, é importante que a cobertura feita promova o debate da opinião pública, que desmistifique demagogias e que não seja apenas um canal para as amplificar, de modo que seja o mais elucidativa possível para que os portugueses possam exercer o seu direito de voto de forma informada.

Apenas desta forma será possível ter uma grande participação eleitoral – o que não aconteceu em 1998 – e chegar-se a uma decisão firme do povo português, para não se passarem mais 24 anos a discutir outro referendo. Por isso mesmo, é importante analisar a cobertura mediática da campanha que discutiu a regionalização no passado, de modo a perceber o que não correu bem e evitar erros no futuro.

Este estudo irá fazer exatamente isso, uma vez que não existe mais nenhuma investigação sobre a cobertura da imprensa sobre a campanha para o referendo acerca da regionalização. Surge assim a questão de partida desta pesquisa: o tratamento dado pelos órgãos de imprensa generalista à campanha para o referendo sobre a regionalização em 1998 favoreceu o voto no “Sim”, no “Não”, ou foi isento?

Enquadramento Teórico

Framing, o enquadramento da realidade

Foi com Bateson (1954) que o conceito “framing” (em português, “enquadramento”) teve o seu primeiro significado. O autor explicou-o como a delimitação espacial e temporal de um conjunto de mensagens que adquirem sentido num contexto partilhado pelos interlocutores. “Enquadrar” tem então uma fulcral importância no mundo do jornalismo, uma vez que define um quadro interpretativo pelo qual os leitores vão formar uma opinião.

A verdade é que os jornalistas não começam a redigir uma notícia como se fosse uma folha em branco, tal como Robert Entman advoga. Estes ancoram-se em quadros de pensamento que foram desenvolvendo através das suas vivências e que lhes permitiram construir significado para os conceitos abstratos do dia a dia. Isto terá impacto na forma como se retratará a realidade noticiosa, uma vez que vai auxiliar a decisão na atribuição dos papéis da história – vítima, herói ou vilão (Boesman et al., 2015).

Entman caracteriza *framing* como “selecionar” e “salientar”. Na redação de uma notícia, os aspetos da realidade são então, segundo ele, percecionados e enfatizados tendo em conta os juízos morais conscientes e inconscientes feitos pelos jornalistas (Entman, 1993). Deste modo, a ideologia dos responsáveis pelo texto jornalístico e a própria cultura da empresa média têm impacto na forma como um certo acontecimento é divulgado ao público, podendo favorecer uma leitura positiva ou negativa sobre este (Traquina, 2002).

Do ponto de vista de Entman, *framing* confunde-se quase com o conceito de “agenda setting”, sendo que considera a «seleção». No entanto, existe atualmente muita literatura científica que recusa essa ideia e trata os dois conceitos de forma separada. Para McCombs & Ghanem (2001) o frame deve ser entendido como um atributo de um objeto, ou seja, resulta de um processo posterior à seleção daquilo que é notícia.

Nesta perspetiva, enquadra-se o estudo dos Princeton Survey Research Associates (2009) que considera o frame como a abordagem usada pelos jornalistas na redação das histórias. O que se salienta no enredo da

notícia evidencia a opinião do autor de forma subtil, que impacta na construção de significado pela opinião pública. Na investigação levada a cabo pela Universidade de Princeton são identificados treze *framings* que, tal como um filtro fotográfico, impactam na forma como é exibida a realidade – neste caso os factos.

As hipóteses levantadas vão desde as “straight news account”, onde não existe um quadro narrativo dominante, até às corridas de cavalos (“Horse Races”), que enfatizam quem está a perder e quem está a ganhar, passando também pelas histórias construídas à volta de um conflito (“Conflict Story”), a exposição de injustiças (“Wrongdoing Exposed”), a exploração de políticas (“Policy Explored”), a procura pela verdade (“Reality Check”), a história da reação dos principais atores (“Reaction Story”), entre outras que evidenciam o *framing* da notícia.

Agenda Setting: o primeiro nível

Os conceitos de *agenda setting* e de *framing* surgem pela mão de Walter Lippman, em “Public Opinion”. Este explora até que ponto os detalhes das notícias que nos são dadas pelos média influenciam o nosso pensamento (McCombs & Ghanem, 2001), quase como se tratassem de estratégias de persuasão das massas. Todavia, os dois termos não são sinónimos, sendo que para alguns nem complementares podem ser considerados. Segundo Scheufele (1999), *agenda setting* trata da seleção e destaque daquilo que é notícia, enquanto *framing* serve como extensão, uma vez que salienta alguns aspetos do objeto definido anteriormente, conforme a ideologia do jornalista.

Assim sendo, *agenda setting* funciona como um primeiro nível em que os média dão visibilidade a um certo assunto, o ênfase, e dizem-nos aquilo que a opinião pública deve discutir (Scheufele & Tewksbury, 2007). Ou seja, é o que responde à questão “sobre o que noticiar?”. Já *framing* surge como um segundo nível que responde à questão “como devemos noticiar?”.

Scheufele advoga que um dado assunto quando é iniciado e enquadrado pelos órgãos de comunicação social torna-se visível para o público importante, o que influencia a forma como este constrói significado sobre o tema. Aceder à agenda pública é ser alvo de discussão pelas massas, daí ser de máxima importância o processo que define o que será veiculado na imprensa (Zain, 2014).

Os critérios daquilo que é notícia, da determinação do valor-notícia dos acontecimentos dentro das redações, são da responsabilidade dos *gatekeepers* – jornalistas e editores que analisam segundo as suas crenças o que se passa à sua volta e definem a agenda noticiosa do órgão de comunicação (White, 1950). Este conceito surge pelas mãos de David Manning White, configurando-se quase como uma estação embrionária da *agenda setting* de um meio.

Opinião Pública como produto dos média

Agenda Setting e framing são determinantes para compreender a forma como os média influenciam a opinião pública. Na obra “Public Opinion” de Lippmann atribui-se aos meios de comunicação social o estatuto de órgãos de democracia direta. O autor considera estes o “Tribunal da Opinião Pública”, que está aberto todo o dia e cuja observação da realidade está sujeita aos preconceitos dos agentes jornalísticos (Lippmann,

1921). Assim sendo, o jornalismo pode ser considerado como o “Quarto Poder”, que define como será transmitida às massas a mensagem proveniente da comunicação do poder político (Traquina, 2002).

A “opinião pública” aparece na literatura científica através dos filósofos liberais do século XVII, mas ganha especial importância no século XIX com as teorias democráticas. São os média que dão voz à opinião pública e servem como ligação entre o público e os governantes (Traquina, 2002). Numa democracia podemos então afirmar que são os responsáveis pela construção dos resultados eleitorais, na medida em que definem de que forma os acontecimentos serão noticiados para as massas, moldando a opinião das massas.

Perfil editorial dos jornais

Os jornais em circulação em Portugal não têm todos o mesmo perfil e, por essa razão, a forma como tratam os temas é diferente, sendo isso visível nos processos de agenda setting e framing. Para uma completa análise de um tema quente da política em 1998 deve-se então dar atenção a todos os títulos que tratam informação política. No campo dos diários, selecionou-se para este estudo o jornal “Público” e o “Diário de Notícias”, publicações ditas “de referência”, assim como o “Correio da Manhã”, “24 Horas”⁸ e “Jornal de Notícias”, publicações mais “sensacionalistas” e “populares” (Araújo & Lopes, 2014). O estatuto editorial deste último não é consensual, sendo que a inclusão de “fait-divers”, soft-news, nasce de uma evolução para um registo mais “popular” (Lima, 2017). Ainda em relação à imprensa diária, foi incluído o “Diário Económico”, que, apesar de ser um título especializado em economia, possui também informação sobre política.

Há que referir que, apesar de a maior parte destes jornais possuir delegações espalhadas pelo país, com jornalistas naturais de diversas regiões e com um background mais sensível a questões de centralismo e descentralização, apenas o “Jornal de Notícias” e o “Público” estão mais distantes da capital. Ambos nasceram a norte, no distrito do Porto, sendo os únicos cuja sede fica fora de Lisboa. O primeiro é bastante conhecido pelo seu cariz nortenho e o segundo possuía, à data, inclusive cadernos próprios no Porto, Coimbra (Centro) e Braga (Minho).

No campo dos semanários, foram selecionados o “Expresso”, um jornal considerado “de referência”, e “O Independente”, adjetivado como “irreverente” e associado à direita política portuguesa⁹, que teve um papel importante na oposição aos governos de Cavaco Silva, durante as décadas de 80 e 90. A revista “Visão” também fará parte do estudo, como representante das revistas semanárias que tratam de assuntos políticos.

Figura 1: Capa do semanário “O Independente” [À esquerda]
Capa do diário “Jornal de Notícias” [À direita]

⁸ Machado, Ana (2010, 25 junho) Fim anunciado do jornal 24 Horas, mas a direcção e a redacção ainda não foram oficialmente informadas. *Público*. <https://www.publico.pt/2010/06/25/jornal/fim-anunciado-do-jornal-24-horas-mas-a-direccao-e-a-redacao-ainda-nao-foram-oficialmente-informadas-19694070>

⁹ Observador (2015, 5 novembro) Políticos, tremei. O Independente voltou (em livro). *Observador*. <https://observador.pt/especiais/o-independente/>



Fonte: Biblioteca Pública Municipal do Porto

Ao contrário do semanário "O Independente", que se posicionou favoravelmente junto do "Não" ao referendo, nenhum outro jornal assumiu uma posição relativamente à regionalização. A imprensa portuguesa caracteriza-se, segundo Hallin & Mancini (2004), por seguir um modelo pluralista polarizado, não havendo tradição do jornalismo partidário. A própria natureza comercial da imprensa em Portugal, cuja dimensão do público não se revela propícia à sua segmentação política, faz com que os principais meios de comunicação procurem adotar estratégias catch-all, de modo a cobrir um mercado mais vasto (Pereira, 2015). Contudo, segundo o estudo de Popescu et al. (2012), apesar da aparente neutralidade dos jornais, estes tendem a concordar mais com certos partidos políticos do que outros em certas matérias. O "Correio da Manhã" é caracterizado por uma aproximação ao centro-direita para mais de metade dos inquiridos. O "Expresso" apresenta também uma tendência para refletir as posições de centro-direita para cerca de 60% do universo que respondeu ao inquérito. Já o "Público", apesar do maior equilíbrio entre centro-direita e centro-esquerda, tende também a favorecer mais o primeiro, para cerca de 40% dos inquiridos. No sentido oposto aparece o "Jornal de Notícias", cujos quase 40% dos inquiridos dizem aproximar-se mais do centro-esquerda.

Relativamente à tiragem dos jornais selecionados, segundo dados da Associação Portuguesa para o Controlo de Tiragem e Circulação (APCT) para o quarto trimestre de 1998, aquele que contou com mais leitores, entre os diários, foi o "Jornal de Notícias" (96.459), que além do seu bom desempenho a norte do país, também crescia no centro e sul, tendo seguido uma estratégia de redução do preço de capa à semana para

100\$00 – algo que, posteriormente, foi também seguido por alguns dos seus concorrentes (Pinto et al., 2000). O “Correio da Manhã” tem a segunda maior tiragem (66.320), sendo seguido pelo “Diário de Notícias” (49.306) e “Público” (48.743). O “24 Horas” tinha à data uma tiragem de 17.057 exemplares e o “Diário Económico” 11.893. Já em relação aos semanários, o “Expresso” liderava com 133.046 exemplares em circulação, seguido pela revista “Visão” (71.925) e pelo “O Independente” (32.085).

Referendo sobre a Regionalização (1998) - Contexto

Na Constituição da República Portuguesa, artigo 255.º, prevê-se a criação de regiões administrativas. Essa lei, ao longo dos anos, foi sempre deixada na gaveta. Só na década de 90, com a aprovação de uma Lei-quadro que ia nesse sentido e a apresentação de dois mapas, é que se começou a dar mais destaque a esta reforma.

“As regiões administrativas são criadas simultaneamente, por lei, a qual define os respectivos poderes, a composição, a competência e o funcionamento dos seus órgãos, podendo estabelecer diferenciações quanto ao regime aplicável a cada uma.” – Constituição da República Portuguesa, Artigo 255º do Capítulo IV do Título VIII da Parte III

A proposta do partido do Governo em 1998 acabou por ter uma maioria no parlamento e foi referendada nesse mesmo ano para que os portugueses aceitassem ou não a regionalização, assim como a delimitação territorial da região em que estavam recenseados. O PS e o PCP, um liderado por António Guterres e o outro por Carlos Carvalhas, apelaram ao voto no “Sim” às duas questões colocadas. O PSD e o CDS-PP, um liderado por Marcelo Rebelo de Sousa e o outro por Paulo Portas, fizeram campanha a favor do “Não”. As oito regiões apresentadas no referendo foram: Alentejo, Algarve, Beira Interior, Beira Litoral, Entre Douro e Minho, Estremadura e Ribatejo, Trás-os-Montes e Alto Douro e Região de Lisboa e Setúbal. As fronteiras destas foram uma razão pela qual várias autarquias, principalmente as fronteiriças, contestaram a efetivação da reforma administrativa.

Além disso, a discussão pública que antecedeu o referendo ficou marcada pela grande polarização, não fosse uma questão que envolve apenas duas visões opostas, mas também pelo grande desconhecimento da população sobre a reforma em causa e a excessiva “politização” do ato democrático. O resultado foi uma vitória expressiva do “Não” nas duas questões, com cerca de 61% dos votos.

À exceção do Alentejo, todas as regiões deram a vitória ao “Não”, destacando-se a Beira Litoral, Beira Interior e Estremadura e Ribatejo como os principais baluartes da nega à regionalização, com mais de 70% dos votos contra a reforma administrativa. Os alentejanos, por sua vez, deram o triunfo ao “Sim” com 53,9%. A norte, apesar da derrota da proposta, alguns concelhos também se manifestaram a favor desta, como é o caso do Porto, Matosinhos e Gondomar.

A abstenção foi de quase 52%, o que fez do referendo não vinculativo, uma vez que à luz da lei teria de ter registado uma participação superior a metade dos eleitores.

Metodologia

Para desenvolver este estudo de caso e chegar a conclusões assentes em bases científicas, é necessário, primeiramente, entrar numa fase de rutura, tal como esclarece Quivy & Van Campenhoudt (1995), no livro

“Manual de Investigação em Ciências Sociais”. Assim sendo, a questão de partida será: o tratamento dado pelos órgãos de imprensa generalista à campanha para o referendo sobre a regionalização em 1998 favoreceu o voto no “Sim”, no “Não”, ou foi isenta? Esta pergunta respeita todos os critérios apontados por Quivy & Van Campenhoudt (1995) para se ter uma boa questão inicial, sendo pertinente, tal como vimos anteriormente, clara, uma vez que possui uma grande concisão, objetividade e direccionalidade, e é exequível, pois é possível ter acesso à imprensa portuguesa de 1998.

A segunda etapa é a exploração, onde se procedeu a uma leitura exaustiva de artigos de investigação que se debruçam sobre a cobertura jornalística de eventos políticos. Daí foi possível avançar para o estágio da problemática, que faz uma charneira entre a fase de rutura e de construção. Aqui definiram-se os instrumentos a utilizar para explicarmos aquilo que pretendemos, assim como a relação perspectivada entre eles.

Desta feita, chegamos à quarta etapa, o modelo de análise, onde é necessário determinar os conceitos escolhidos anteriormente. Neste caso, procurou-se definir agenda setting e framing, tendo em conta a revisão bibliográfica feita. Estes dois termos serão vistos à luz dos autores que lhes atribuem significações distintas, mas ambos avaliados numa dimensão deontológica. O primeiro terá como indicadores o protagonista do artigo, uma vez que a visibilidade dada atribui importância a determinadas posições, e o respeito ao princípio do contraditório. Já o segundo preocupar-se-á também com o equilíbrio entre as partes, além de analisar parâmetros como a precisão da informação e a presença de juízos morais no texto.

Foi nesta etapa ainda que ficaram definidas as hipóteses: H1 – Os órgãos de imprensa nacionais generalistas sediados fora de Lisboa deram mais ênfase à campanha a favor do “Sim” no referendo sobre a

Data	Código da Notícia	Autor	Título da Notícia	Género jornalístico	Editoria	Protagonista (1 pt)	Framing (2pt)	Posição (Total)	Expressões e Palavras-Chave	Observações
02/11/1998	02DE01	António Antunes Carvalho	Direita e Esquerda andam às avessas em Portugal	Promo	Capa	Misto (0 pts)	Negativo (-2 pts)	Favorável ao «Não»	«Há regiões que são definidas a régua e esquadro segundo conveniências eleitorais” / “Acho que o desenvolvimento regional só é eficaz tendo protagonistas regionais”	Apesar do conteúdo do artigo ser neutro, dando a mesma atenção a ambos os lados, as duas frases destacadas pelo jornalista passam uma mensagem favorável ao “não”.

regionalização, enquanto aqueles cuja redação principal é na capital favoreceram o “Não”; H2 – O agenda setting do ‘Jornal de Notícias’ e do ‘Público’ promoveu mais o referendo sobre a regionalização do que quaisquer outros diários; H3 – “O Independente”, por ser um jornal ligado à direita portuguesa, que se posicionou contra a regionalização, favoreceu a campanha do “Não”.

Figura 2: Exemplo da Análise de Conteúdo efetuada para o “Diário Económico”

Fonte: elaboração própria

Na quinta etapa estabeleceu-se o que se iria observar, assim como a forma como fazê-lo. Para delimitar a investigação temporalmente, usou-se o critério da proximidade que define o valor-notícia. Por essa razão, a análise irá contemplar a última semana de campanha para o referendo, que vai desde o dia 1 de novembro

de 1998 (domingo) até ao dia 6 de novembro desse mesmo ano (sexta-feira). Já os jornais nos quais o estudo se irá debruçar serão aqueles que possuem informação generalista, que possuíam maior tiragem em Portugal à data, bem como relevância no espaço público. A nível de diários referimo-nos ao 'Diário de Notícias', 'Público', 'Jornal de Notícias', '24 Horas', 'Correio da Manhã' e 'Diário Económico', sendo que este último apenas foi analisado em cinco dias, por não ter edição ao domingo. Os semanários serão: 'Expresso', 'O Independente' e a revista 'Visão'.

irão então ser observados todos artigos publicados nesses jornais durante o período mencionado que tratem do tema do referendo. A metodologia usada para examinar o material recolhido será uma análise de conteúdo, a melhor opção para avaliar os conceitos de agenda setting e framing, que são comumente criticados por serem difíceis de medir (Freeland, 2012). Contudo estes não terão ambos a mesma importância. Por essa razão, foi criada uma grelha de análise, em que o protagonista do texto fosse avaliado com 1 ponto (caso fosse favorável ao "Sim"), 0 pontos (caso fosse misto ou neutro, por exemplo, referindo-se à logística do ato eleitoral) e -1 ponto (caso fosse a favor do "Não").

A esse valor será somada a avaliação feita do framing, que contempla uma abordagem positiva (a favor do "Sim") com 2 pontos, uma abordagem neutra com 0 pontos e uma abordagem negativa (a favor do "Não") com -2 pontos. O resultado final dará a posição do artigo em relação ao referendo. Se este for número positivo, significa que está inclinado para o "Sim", se for negativo, estará inclinado para o "Não", e se for zero será neutro/misto (isento/equilibrado). Dentro do espaço do "Sim" e do "Não" podemos ainda dividir os "Ligeiramente favoráveis ao Sim/Não", caso os resultados sejam 1 ou -1.

A classificação do framing assenta sobre critérios como o respeito pelo princípio do contraditório, a linguagem usada pelos jornalistas (ou comentadores, cronistas, etc.) e a contextualização dada às notícias. Deve ser dada atenção também à abordagem feita ao longo do texto, de modo a perceber a existência de inferências positivas/negativas em relação à regionalização.

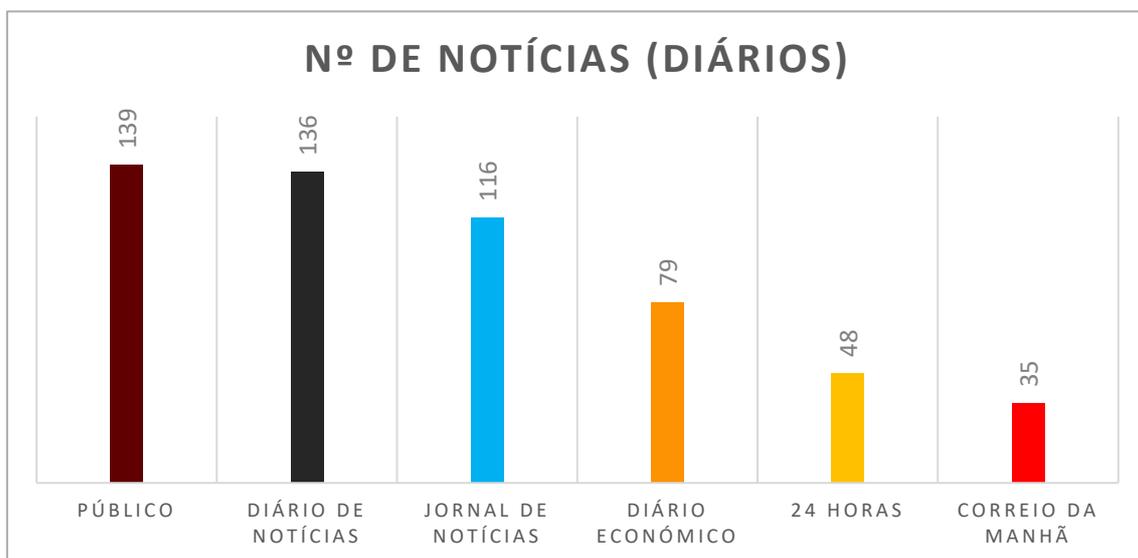
Com esta avaliação feita, passaremos a uma análise mais quantitativa, onde depois será possível passar para a comparação entre os jornais. Num primeiro momento os diários e os semanários estarão divididos, depois será feita uma observação geral, tendo em vista responder à questão inicial e verificar se as hipóteses serão corroboradas pelos dados.

Resultados

Ao longo da análise de conteúdo foram consideradas 626 notícias publicadas durante a janela temporal da investigação. Dessas, 210 pendem a favor do "Sim", 259 a favor do "Não" e 157 podem ser consideradas isentas ou equilibradas.

Focando a análise nos diários, o primeiro jornal a ser analisado foi o 'Diário Económico'. O jornal especializado em economia, mas que contava também com notícias de política, apesar de ter menos uma edição, foi um dos jornais que mais vezes levou a regionalização à capa. Ao longo da semana o número de artigos sobre este tema oscilou, normalmente, entre os 10 e os 14, sendo que no dia 3/11/1998 foi publicado um suplemento com mais 14 notícias, que fez essa edição ser aquela que mais destaque deu ao referendo, somando-se nesse dia 30 textos dedicados a este.

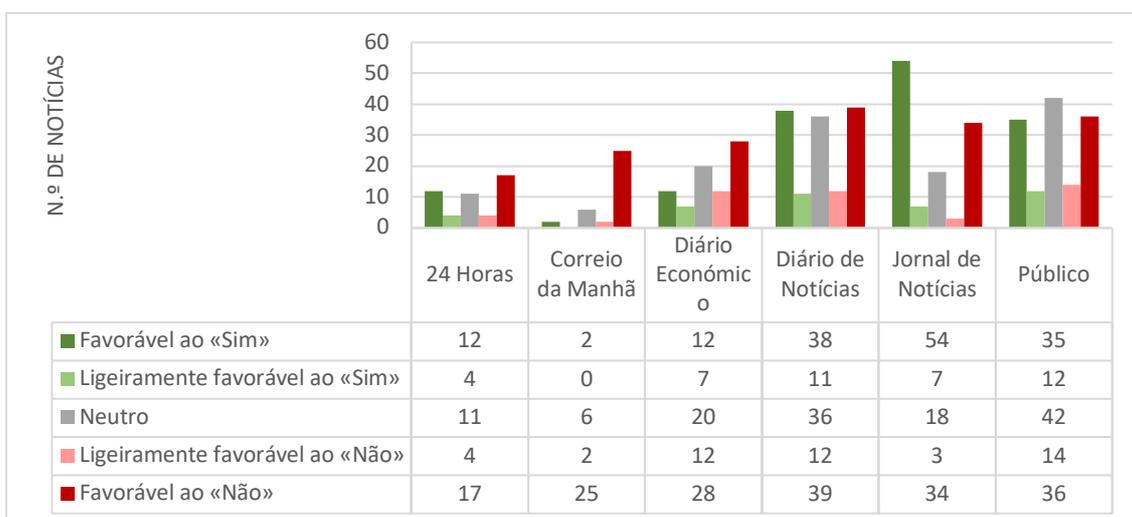
Figura 3: Número de notícias sobre a regionalização nas publicações diárias



Fonte: elaboração própria

O diário com menos artigos dedicados à regionalização foi o 'Correio da Manhã', com apenas 35 textos durante a última semana da campanha. Durante três dias apenas 4 notícias sobre o referendo figuravam no jornal, incluindo a editoria de opinião também. Só na quinta e na sexta-feira houve um aumento desse número, algo que se explica pela aproximação ao dia decisivo da eleição. Há que referir que este jornal, à exceção do primeiro dia, não fez cobertura das ações de campanha do "Sim", o que explica a grande quantidade de vezes que o protagonista é o "Não" (13 vezes contra duas) e a clara tendência de favorecimento a esta resposta no dia de ir às urnas (25 textos "Favoráveis ao Não").

Figura 4: Posicionamento das notícias sobre a regionalização nas publicações diárias



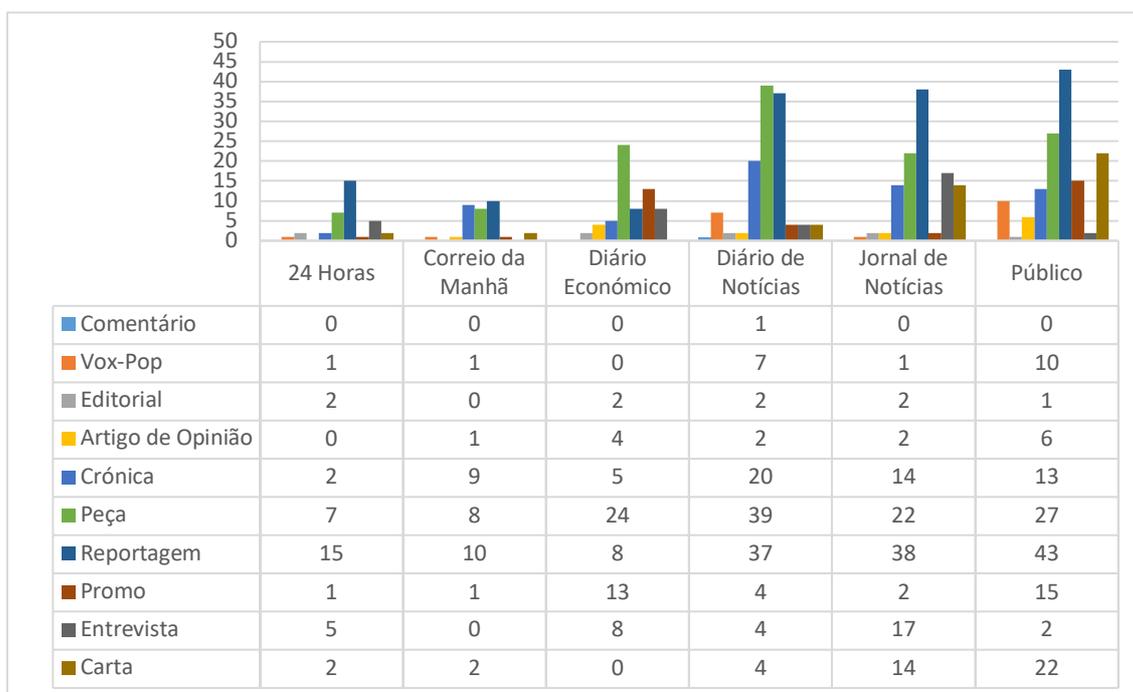
Fonte: elaboração própria

Segue-se o 24 Horas, que também tinha uma índole mais sensacionalista. Este possui um maior número de notícias dedicadas ao referendo (48), sendo que 15 deles são reportagens, que exigiram idas ao local. O último dia da campanha foi aquele que mais conteúdo sobre a regionalização teve. O protagonista predileto foi o “Sim” (18), no entanto o framing foi tendencialmente negativo (19).

O ‘Jornal de Notícias’ é o único diário de índole próxima do sensacionalismo sediado fora de Lisboa, no Porto, sendo por isso aquele que mais poderia beneficiar com o processo de regionalização, por ficar com a sua redação principal mais próxima do poder. Isso, aliado à popularidade do tema junto dos leitores nortenhos, motivou uma das hipóteses lançadas, que afirma que este foi o jornal que mais teve o “Sim” como protagonista dos seus textos. A análise comprova um maior número de artigos para o JN (116), em relação aos outros jornais mais sensacionalistas, assim como um número avultado de artigos favoráveis ao “Sim” (54), quase metade do total de notícias.

No entanto, os dois diários ditos de referência, o ‘Público’ e o ‘Diário de Notícias’, noticiaram mais vezes a regionalização, com 139 e 136 artigos, respetivamente. Todos eles apresentaram o seu valor máximo de artigos no último dia da campanha, com o ‘Público’, o outro jornal sediado fora de Lisboa, a ser aquele que marcou o maior número (46). Isso explica-se pelo grande número de cartas dos leitores que este apresentou nesse dia, sendo que no total da semana foram 22. Esta é uma prática comum, principalmente neste órgão de comunicação e no ‘Jornal de Notícias’ (14).

Figura 5: Géneros jornalísticos das notícias consideradas nas publicações diárias



Fonte: elaboração própria

As reportagens predominaram em quase todos os diários, à exceção do ‘Diário Económico’ e do ‘Diário de Notícias’ que recorreram mais a peças – notícias que não exigem uma ida ao local. As primeiras são

normalmente dos comícios organizados pelos partidos. Algumas exceções à regra são os artigos de Torcato Sepúlveda para o 'Público', ou os de Filipe Luís para a revista 'Visão'.

Em relação às capas dos jornais que estão todos os dias nas bancas dos quiosques, aquele que mais vezes traz a regionalização para destaque é o 'Público' (15), no entanto, o 'Diário Económico', que apenas teve cinco dias analisados, está logo atrás com 13 vezes. O último dia da campanha foi quase uma unanimidade sobre trazer o tema à primeira página. Isso apenas não se verificou no 'Correio da Manhã'.

Já quanto às entrevistas, o 'Jornal de Notícias' foi quem mais se destacou ao ouvir 17 personalidades. O 'Diário Económico' e o '24 Horas' seguiram-se com 8 e 5, respetivamente. Neste género os jornais de referência não apostaram tanto, sendo que o DN entrevistou 4 pessoas e o 'Público' apenas duas. O 'Correio da Manhã' não realizou nenhuma.

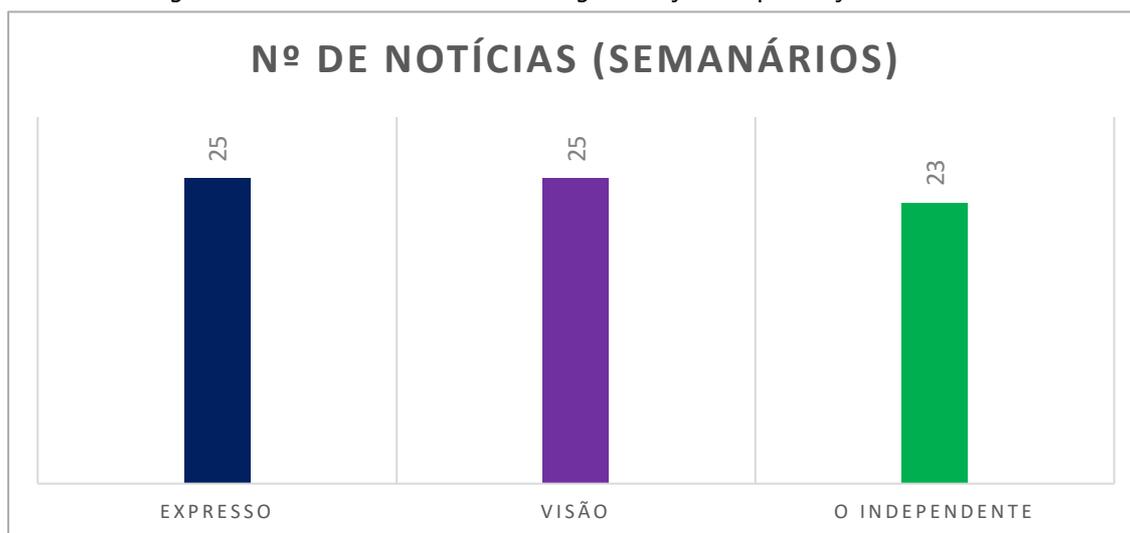
Passando à postura que os diários assumiram em relação ao referendo sobre a regionalização, praticamente todos possuíam mais artigos favoráveis ao "Não" do que ao "Sim". A única exceção foi o 'Jornal de Notícias', que teve 54 textos a favor da criação de regiões, 7 ligeiramente favoráveis a esse cenário, 18 neutros, 34 em benefício do "Não" e apenas três ligeiramente inclinados para a rejeição.

No conjunto destes seis jornais diários, 153 artigos foram favoráveis ao "Sim", sendo que esse resultado adveio da soma dos 54 do JN, 38 do DN, 35 do 'Público', 12 do 'Diário Económico', assim como outros 12 do '24 Horas' e dois do 'Correio da Manhã'. Já "Ligeiramente favoráveis ao 'Sim'" estiveram 41, sendo 12 do 'Público', 11 do DN, 7 do JN, outros 7 do DE e 4 do '24 Horas'.

Favoráveis ao "Não" estão 179 artigos (39 vindos do DN, 36 do 'Público', 34 do JN, 28 do DE, 25 do CM e 17 do '24 Horas') e apenas ligeiramente favoráveis à rejeição da regionalização estão 47 texto (14 do 'Público', 12 do DN, assim como outros 12 do DE, 4 do '24 Horas', 3 do JN e 2 do CM).

Por fim, isentos estão 133 artigos, sendo 42 do 'Público', 36 do DN, 20 do DE, 18 do JN, 11 do '24 Horas' e 6 do CM. Ora isto mostra que a imprensa diária publicou mais artigos que beneficiavam o "Não" no referendo.

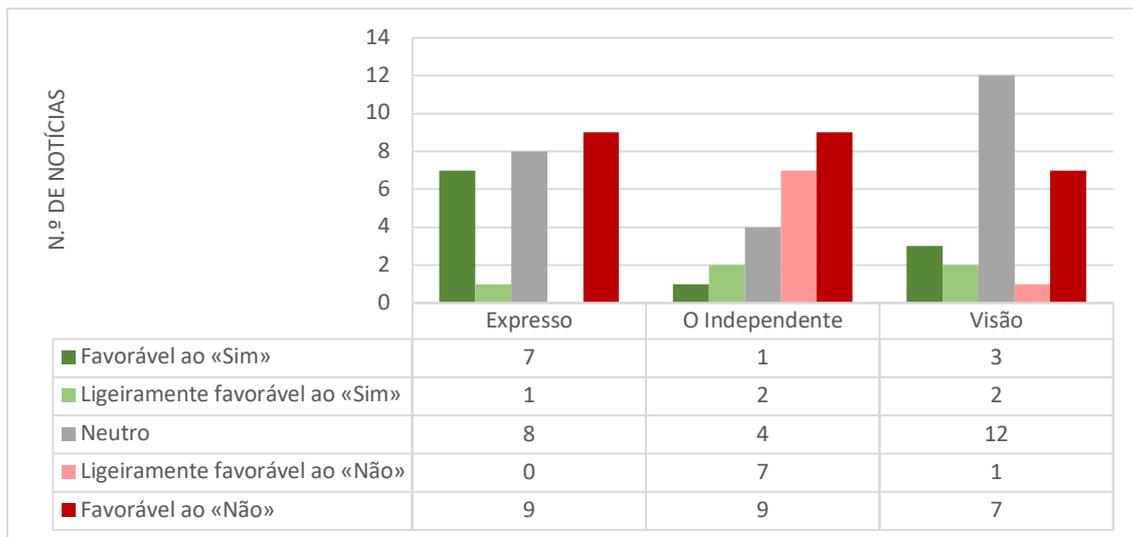
Figura 6: Número de notícias sobre a regionalização nas publicações semanais



Fonte: elaboração própria

Concentrando agora a atenção nos semanários, podemos perceber que tanto o 'Expresso' como 'O Independente' e a 'Visão' tiveram aproximadamente o mesmo número de textos publicados relacionados com a regionalização. O primeiro e o terceiro tiveram 25 artigos, enquanto o segundo 23. O jornal do grupo Impresa destacou-se pelo elevado número de peças (11) que apresentou na edição da última semana da campanha para o referendo. Veja-se também que, na grande maioria, os protagonistas dos artigos deste semanário são neutros ou mistos, sendo que juntos fazem 66% dos 25 textos.

Figura 7: Posicionamento das notícias sobre a regionalização nas publicações semanais



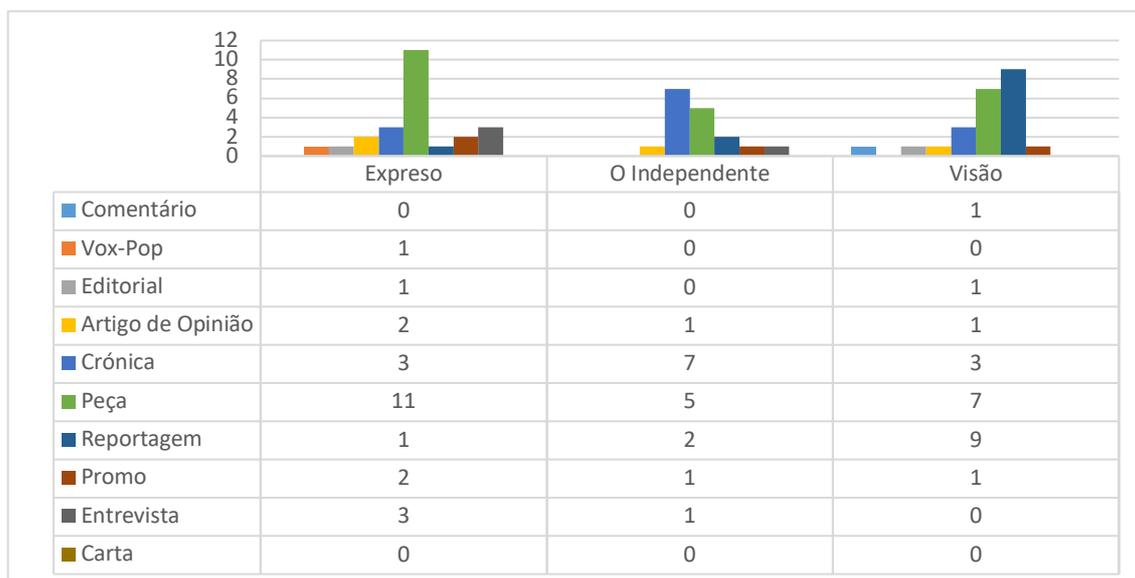
Fonte: elaboração própria

O framing também é em grande parte neutro (9), no entanto, apresenta-se ex aequo com o enquadramento negativo, o que significa que apenas 7 são positivos. Mas se há um semanário que se destacou pela neutralidade foi a revista 'Visão'. Dos seus 24 artigos publicados sobre a regionalização, 14 tiveram um framing neutro, 8 tiveram negativo e 3 positivo.

Os protagonistas desses textos foram por 16 vezes neutros e 6 vezes misto, restando apenas 3 que foram estrelados pelos apoiantes do "Sim". O "Não" não protagonizou qualquer artigo da 'Visão', um órgão de comunicação que apostou bastante nas reportagens (9) e nas peças (7).

'O Independente', por sua vez, foi o semanário que menos se debruçou sobre a regionalização. Veja-se que o género jornalístico a que mais recorreu para esse tema foi a crónica (7), o mesmo número de vezes que as peças (5) e a reportagens (2) juntas. O "Não" foi o lado predileto nos textos deste jornal, uma vez que protagonizou 9 deles, enquanto o "Sim" apenas o foi por 4 vezes, o mesmo número em que nenhuma das respostas ao referendo foi superior à outra. Em 6 ocasiões surgiram ambos em destaque. Já o framing desses 23 textos foi por 12 vezes negativo, 9 neutro e apenas duas positivo.

Figura 8: Géneros jornalísticos das notícias consideradas nas publicações semanais



Fonte: elaboração própria

Contas feitas, o semanário que mais vezes favoreceu o “Sim” foi o ‘Expresso’ (7), contra três artigos da ‘Visão’ e um do jornal detido pela SOCI. Se esse favorecimento for ligeiro, a história é outra e ‘O Independente’ e a revista presente no estudo têm dois textos com este posicionamento e o ‘Expresso’ apenas um.

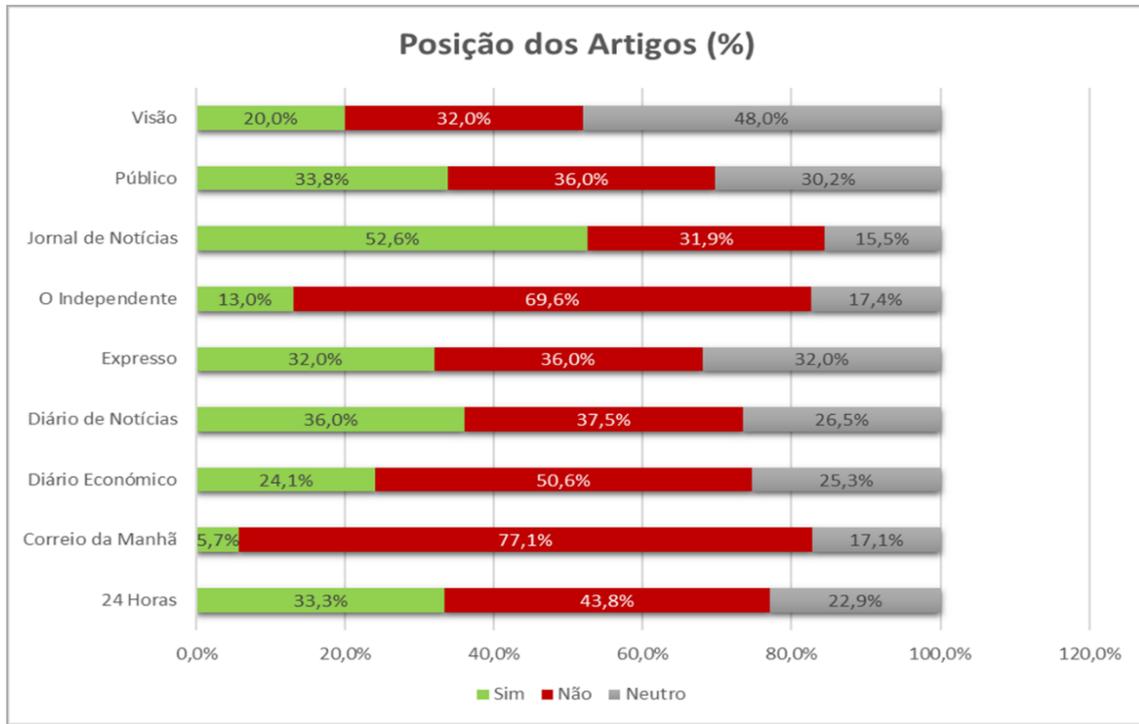
Os semanários contribuíram então com dez artigos a favor do “Sim” durante a campanha para o referendo e cinco ligeiramente nessa posição. Já os textos neutros publicados por estes foram 24, sendo que 12 deles pertencem à ‘Visão’, 8 ao ‘Expresso’ e 4 ao ‘O Independente’. A revista possui maioritariamente notícias isentas.

Por sua vez, resultado de ser a principal posição dos artigos do ‘Expresso’ e do ‘O Independente’, o número de textos favoráveis ao “Não” publicados pelos semanários é 25 – 9 de cada jornal e 7 da revista. O jornal por onde passou uma das principais caras antirregionalistas, Paulo Portas, teve ainda 7 notícias ligeiramente favoráveis ao “Não”, enquanto a ‘Visão’ teve uma e o periódico da Impresa não teve nenhuma.

Se agora analisarmos os resultados de todos os jornais, em percentagem do total dos seus artigos publicados, podemos fazer uma comparação fiável entre todos eles. Para facilitar a análise, vai-se ainda considerar apenas três posições possíveis quanto ao referendo: favorável ao “Sim”, ao “Não” ou neutra. As duas primeiras vão compilar todos os resultados que sejam diferentes de zero, com os negativos a ficarem do lado da rejeição às regiões e os positivos do lado da aceitação.

O jornal que mais favoreceu o “Sim” foi o ‘Jornal de Notícias’, com 52,6% dos artigos sobre a regionalização a tenderem para a aceitação da reforma. Aliás, é o único periódico em que esta é a posição mais difundida. Apenas 31,9% dos textos favorecem o “Não” e 15,5% são neutros (foi o jornal menos isento). Isto deveu-se principalmente à visibilidade que o diário deu à campanha pelo “Sim”, que foi mais vezes protagonista das reportagens feitas do que a do “Não”. Inclusive, no dia 1 de novembro só houve uma reportagem (subdividida em dois artigos) sobre a campanha pela rejeição da regionalização.

Figura 9: Avaliação da posição dos textos publicados sobre a regionalização na imprensa



Fonte: elaboração própria

Em relação à neutralidade, o órgão de comunicação que mais artigos isentos teve foi a revista 'Visão', com 48%, deixando 32 pontos percentuais para o "Não" e 20 para o "Sim". O 'Expresso', outro semanário, segue-se na lista da isenção com 32%, no entanto foi mais favorável ao "Não" (36%) do que neutro. Estes valores obtidos pelas publicações semanais podem relacionar-se com a sua periodicidade, uma vez que acabam por não se debruçar tanto na espuma dos dias. Veja-se que enquanto os diários difundem todos os dias artigos dedicados às ações de campanha, os semanários fazem um apanhado geral em que o protagonista é misto, ou escrevem conteúdos mais pedagógicos, com uma maior intemporalidade, ou então mais focados na opinião da sociedade, como na 'Visão'.

O favorecimento do "Não", no entanto, foi praticamente a regra em todos os jornais. Além do 'Expresso', 'Correio da Manhã' (77,1%), '24 Horas' (43,8%), 'Diário Económico' (50,6%), 'Diário de Notícias' (37,5%), 'Público' (36%) e 'O Independente' (69,6%) publicaram artigos tendencialmente de rejeição à regionalização. Os diários considerados de referência foram os que mais se aproximaram de um equilíbrio. O DN teve 36% de textos mais inclinados para o "Sim" e 26,5% isentos. O 'Publico', por sua vez, teve 33,8% de artigos a penderem para o "Sim" e 30,2% neutros. O maior desequilíbrio ocorre principalmente em textos de opinião, vox pops, crónicas e cartas de leitores.

Os jornais que mais favorecem o "Não" são o CM e 'O Independente', com percentagens esmagadoras sobre o "Sim" – que obteve 5,7% e 13%, respetivamente. O diário sensacionalista dá pouco destaque à regionalização e quando o faz é para noticiar principalmente ações de campanha do "Não", sem que o

contraditório seja apresentado nunca (um problema generalizado a todos os órgãos de comunicação). Além disso, tem um cronista antirregionalista que assina um texto todos os dias, Fernando Moura com "Portugal, minha re(li)gião".

"O Independente" destaca-se pela sua ironia nos artigos que criticam e ridicularizam todo o espectro político. No entanto, há um claro favorecimento ao "Não", que se pode ver logo pela capa. Os textos opinativos mostram também bastante as visões de quem rejeita a regionalização, de uma forma claramente desproporcional com o número daqueles que defendem o "Sim".

Entre os semanários, é "O Independente" que possui um maior rácio entre textos de opinião (Comentário, Vox-Pop, Editorial, Artigo de Opinião, Crónica e Carta) e o total de publicações (33%). Entre sete crónicas e um artigo de opinião, a tendência é claramente favorável ao "Não". No "Expresso" e na "Visão" esse rácio é de 28% e 24%, respetivamente. Na revista, ao contrário dos dois jornais de periodicidade semanal aqui considerados, os textos de opinião foram mais favoráveis ao "Sim". No semanário líder em leitores, apesar de existirem alguns textos opinativos neutros, os que são favoráveis à rejeição das regiões estão em maioria. Se nos debruçarmos sobre os diários, percebemos que os textos de opinião são superiores a um terço das notícias totais sobre a regionalização em dois jornais: o "Correio da Manhã" (37,1%) e o "Público" (37,4%). O primeiro apenas deu voz a autores tendencialmente desfavoráveis à criação das regiões administrativas, sendo que o segundo apresenta um grande volume de cartas dos leitores com a sua opinião acerca do referendo (22) – 10 favoráveis ao "Sim", 6 favoráveis ao "Não" e as restantes neutras. No "Público" é nos cronistas, assim como os autores dos artigos de opinião, que se vê uma tendência mais favorável à negação do referendo.

"Diário Económico" e "24 Horas" foram os que tiveram menor rácio de textos de opinião entre as suas publicações, com 14% e 15%, respetivamente. O jornal especializado em economia recorreu bastante a peças com análises de possíveis impactos da criação das regiões no tecido económico das mesmas e em diversos setores de atividade, não recorrendo tanto à opinião dos seus cronistas. Contudo, apenas uma crónica e um artigo de opinião é que tendem para o "Sim". Já o "24 Horas", teve um grande equilíbrio nas suas publicações de textos de opinião, que na sua maioria se caracterizam como neutros. Apenas o vox-pop realizado possui uma maioria de opiniões negativas em relação ao referendo, daí ser caracterizado como "Favorável ao «Não»".

Por fim, "Jornal de Notícias" e "Diário de Notícias" revelam números muito idênticos de textos de opinião entre o total de conteúdo publicado sobre o referendo à regionalização. O periódico nortenho apresenta um rácio de 28%, enquanto o lisboeta um de 26%. O JN contou com várias cartas dos leitores, assim como textos de cronistas que eram, na sua maioria, favoráveis ao "Sim". O DN, por sua vez, teve um grande número de crónicas, que representaram ambas as posições de forma equilibrada, não se verificando grandes discrepâncias no número de autores afetos ao "Sim" e ao "Não". A tendência para a rejeição das regiões está, à semelhança do "Público", mais assente nas várias notícias cujos protagonistas eram os apoiantes do "Não".

No que concerne à avaliação dos diversos textos jornalísticos, é inclusive o agenda setting, os protagonistas das notícias, que são mais preponderantes no resultado final do posicionamento das mesmas. Isto mostra que o problema não está tanto no texto jornalístico, mas sim a perceção geral gerada por uma cobertura muito centrada na agenda da campanha dos políticos – um problema mais premente nos diários, que estão

mais reféns da espuma dos dias e dos soundbites gerados pela comunicação dos partidos. Outro tema muito levantado pelos jornais são as sondagens, que retratam a vitória da abstenção e do “Não” como inevitáveis.

Figura 10: A reportagem “O Dia R”, de Filipe Luís, na “Visão”, percorreu as várias regiões para saber a opinião da população. Apesar do protagonista ser neutro em todos os textos, a pouca pluralidade nas opiniões tornou os textos sobre o Alentejo, Beira Interior, Beira Litoral e Trás-os-Montes e Alto Douro “Favoráveis ao «Não»”. Todos os outros foram classificados como “Neutro”.



Fonte: jornal

Figura 11: Promo sobre a regionalização na capa do "Expresso". Classificada como "Favorável ao «Não»" por enfatizar os resultados das sondagens, desfavoráveis ao "Sim".

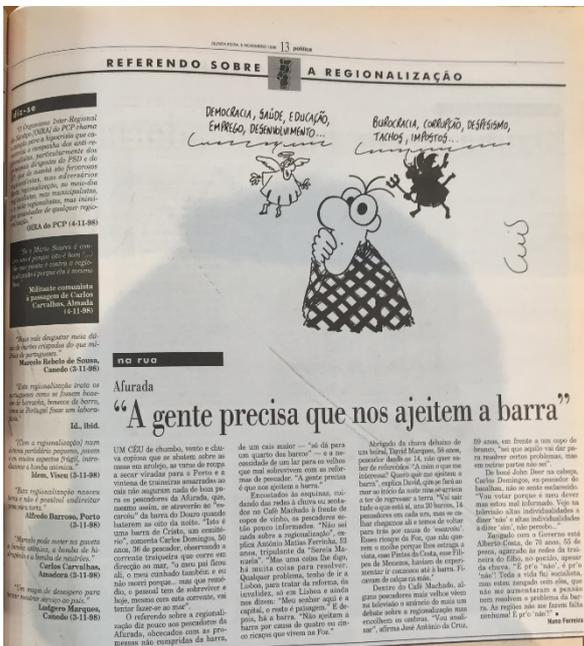


Fonte: jornal

Figura 12: [À esquerda] Peça do "Diário Económico" classificada como neutra. Apesar de no texto introdutório da peça haver um framing negativo, depois são apresentadas 5 personalidades do "sim" contra 3 personalidades do "não", o que justificou a escolha por um framing neutro. [À direita] Fernando Moura, cronista antirregionalista do "Correio da Manhã", publicou todos os dias um texto opinativo denominado "Portugal, minha re(li)gião". Todas as crônicas foram classificadas com favoráveis à rejeição do referendo.



Figura 13: [À esquerda] Exemplo de reportagem do “Público” classificada como neutra. Protagonista “Misto” e framing “Neutro”. “Toda a vida fui socialista, mas estou zangado com eles, que não me aumentaram a pensão nem resolvem o problema da barra. As regiões não me fazem falta nenhuma!” pode ler-se. [À direita] Peça de “24 Horas” classificada como “Favorável ao «Não»” devido ao framing que enfatiza a vitória do “Não” nas sondagens.



Fonte: jornal

há que referir que foi o 'Público' aquele que mais vezes noticiou a regionalização, fazendo, em parte, jus à hipótese colocada.

A terceira, e última, hipótese concerne ao semanário 'O Independente'. Através da metodologia usada foi possível confirmá-la, uma vez que 69,6% dos artigos deste jornal sobre a regionalização foram tendencialmente a favor do "Não". No entanto, há que referir que não foi aquele que mais rejeição mostrou à reforma administrativa, sendo esse o 'Correio da Manhã'. O diário sensacionalista fez assentar a sua cobertura em notícias sobre os eventos na agenda dos políticos e em textos de opinião, sendo que estes últimos estiveram entregues apenas a autores que se manifestavam de forma negativa em relação à reforma administrativa. Isto faz com que 77,1% das publicações do CM sobre a regionalização sejam favoráveis à rejeição das regiões.

Tendo como base os resultados deste estudo de caso, não é descabido dizer que seria importante uma futura investigação que se debruçasse sobre as razões pelas quais a imprensa portuguesa esteve maioritariamente contra a efetivação da regionalização em 1998. Com esta pesquisa podemos inferir alguns motivos para que tenha existido uma rejeição à reforma administrativa por parte dos órgãos de comunicação, no entanto estes podem ter intenções desconhecidas e intrínsecas à subjetividade do trabalho jornalístico, que apenas com entrevistas poderão ser conhecidos.

Agora que se parece aproximar uma nova discussão pública sobre a regionalização em Portugal, seria importante a imprensa retirar desta investigação algumas informações para não cometer erros no futuro. Ao cobrir uma campanha sobre uma matéria tão delicada os jornalistas devem ser proativos e procurar informar o público da melhor forma e evitar ser carteiros dos interesses partidários. A concentração na espuma dos dias, nas reportagens fáceis sem contraditório, apenas com o foco em ações de campanha, é terreno fértil para a disseminação de demagogia e agendas políticas. Torna-se relevante por parte dos editores considerar a perceção geral que resulta das diversas publicações do seu órgão de comunicação.

Na discussão sobre se o país deve avançar com a regionalização ou não, escrever a partir do centro político para as restantes regiões será certamente diferente de escrever a partir dos pontos mais periféricos, uma vez que, tal como vimos, um jornalista não é uma folha em branco e o *framing* que confere às histórias parte das suas vivências e construções de significado. Desta feita, é importante que os órgãos de comunicação social procurem descentralizar as suas fontes e informem objetivamente o público, sem politizar e sem entrar em exercícios conspiratórios e de futurologia.

"Pelo "sim" e pelo "não", esta é a campanha da desinformação", escreveu Filipe Santos Costa na revista 'Visão' e esclarece o problema que o referendo trouxe à comunicação social. Em temas tão importantes para o futuro dos portugueses é necessário menos politização, mais pedagogia e mais trabalho jornalístico em busca dos factos. É fulcral colocar o jornalismo no centro do debate e não a opinião de comentadores ou "porta-vozes da verdade". Precisamos dos jornalistas no seu melhor para mediar esta discussão tão polarizada e não deixar essa tarefa para quem não tem um compromisso com o público.

Referências bibliográficas

Araújo, R., & Lopes, F. (2014). A Saúde na imprensa portuguesa: que perfil editorial? *Darecom*, 1(17), 107–109.

- Bateson, G. (1954). *A theory of play and fantasy*. 67–71.
- Boesman, J., Berbers, A., D'Haenens, L., & Van Gorp, B. (2015). The news is in the frame: A journalist-centered approach to the frame-building process of the Belgian Syria fighters. *Journalism*, 18(3), 298–316. <https://doi.org/10.1177/1464884915610988>
- Entman, R. M. (1993). Framing : Toward Clarification of a Fractured Paradigm SUPER RELEVANT TIL. *Journal of Communication*, 43(4), 51–58.
- Freeland, A. (2012). *An Overview of Agenda Setting Theory in Mass Communications*.
- Hallin, D. C., & Mancini, P. (2004). *Comparing Media Systems: Three Models of Media and Politics*. Cambridge University Press.
- Lima, H. (2017). A evolução editorial do Jornal de Notícias e a inclusão de elementos de jornalismo popular. *Revista Portuguesa de História Da Comunicação*, 1. <https://repositorio-aberto.up.pt/bitstream/10216/110514/2/233089.pdf>
- Lippmann, W. (1921). *Public Opinion*. Lulu Press.
- McCombs, M., & Ghanem, S. I. (2001). *The convergence of agenda setting and framing* (pp. 1–4).
- Pereira, J. S. (2015). Variety of Media Systems in Third-Wave Democracies University. *Oxford Scholarship Online*, 10–25. <https://doi.org/10.1093/acprof>
- Pinto, M., Sousa, H., Fidalgo, J., Lopes, F., Pires, H., & Marinho, S. (2000). *A Comunicação e os Media em Portugal*. Instituto de Ciências Sociais da Universidade do Minho.
- Popescu, M., Toka, G., Gosselin, T., & Pereira, J. S. (2012). European media systems survey 2010: Results and documentation. In *Essex: European Media Systems Survey*. Accessed March.
- Princeton Survey Research Associates. (2009). Framing the News: The Triggers, Frames, and Messages in Newspaper Coverage Project. *Project for Excellence in Journalism*, 1–21. <https://www.pewresearch.org/journalism/1998/07/13/framing-the-news/>
- Quivy, R., & Van Campenhoudt, L. (1995). *Manual de Investigação em Ciências Sociais* (2nd ed.). Gradiva.
- Scheufele, D. A. (1999). Framing as a theory of media effects. *Journal of Communication*, 49(1), 103–122. <https://doi.org/10.1111/j.1460-2466.1999.tb02784.x>
- Scheufele, D. A., & Tewksbury, D. (2007). Framing, Agenda Setting, and Priming: The Evolution of Three Media Effects Models. *Journal of Communication*, 56(4), 9–20. <https://doi.org/10.1111/j.1460-2466.2006.00326.x>
- Traquina, N. (2002). *O que é Jornalismo*. Quimera.
- White, D. M. (1950). *The "gate keeper": A case study in the selection of news*. <https://doi.org/10.1177/107769905002700403>
- Zain, N. (2014). *Agenda setting theory*. 19027, 1–6.