

ANABELA DE SOUSA LOPES, CLÁUDIA
SILVESTRE & JOÃO MANUEL ROCHA

alopes@escs.ipl.pt; csilvestre@escs.ipl.pt; jrocha@escs.ipl.pt

ESCOLA SUPERIOR DE COMUNICAÇÃO SOCIAL | INSTITUTO
POLITÉCNICO DE LISBOA, PORTUGAL

AS ELEIÇÕES DE CABO VERDE (2016) NOS MÉDIA PORTUGUESES GENERALISTAS

RESUMO

Neste texto apresentam-se e discutem-se os resultados de uma investigação sobre a cobertura jornalística dos três atos eleitorais de Cabo Verde (2016) – eleições legislativas, eleições autárquicas e eleições presidenciais –, realizada pelos média portugueses generalistas. Concluímos que, se dependessem dos média portugueses analisados – RTP1, SIC, TVI, TSF, Antena1, Rádio Renascença, *Público*, *Correio da Manhã*, *Expresso* – para saberem o que esteve em causa nessas eleições, os portugueses e os cabo-verdianos residentes em Portugal teriam pouco mais do que a informação sobre os resultados das respetivas votações. Ou seja, a investigação dá conta de uma ausência de investimento na produção jornalística sobre três momentos relevantes para a vida de um país com uma forte relação histórica, linguística e cultural com Portugal. A estabilidade democrática do país afigura-se como um dos factores determinantes da fraca projeção mediática, comparativamente à situação de instabilidade política e social vivida por outros países africanos.

PALAVRAS-CHAVE

Cabo Verde; Portugal; eleições; média

INTRODUÇÃO

Esta investigação enquadra-se num trabalho mais vasto de compreensão da produção jornalística dos média portugueses sobre o espaço lusófono¹, tentando-se também perceber o que essa produção revela e ignora, que razões presidem às escolhas e omissões de informação, em

¹ Projeto de investigação apoiado pelo IPL - Instituto Politécnico de Lisboa no âmbito do concurso para financiamento de Projetos de Investigação, Desenvolvimento, Inovação e Criação Artística-IDI&CA - IPL/2016/RPLMP_ESCS.

momentos politicamente relevantes. Ao prestarmos atenção à “produção, distribuição e recepção de produtos mediáticos” nesse espaço estamos também a “interrogar e analisar criticamente a Lusofonia enquanto área cultural e enquanto construção simbólica num mundo cada vez mais globalizado”, como observaram Martins, Sousa e Cabecinhas (2007, p. 301).

Através da pesquisa que aqui apresentamos, procurou-se saber que cobertura jornalística das eleições foi efetuada pelos média portugueses. Mais especificamente, colocaram-se duas questões: (i) que opções editoriais nortearam a cobertura e o que revelam em termos de padrões e condicionantes de uma cobertura eleitoral num país africano de língua portuguesa?; (ii) que representações são criadas pelo jornalismo – ao nível das suas narrativas verbais e não-verbais: do país, dos candidatos, do sistema político, das relações externas com Portugal, da sociedade cabo-verdiana em geral?

DEFINIÇÃO DO CORPUS

Foi nosso objetivo dar conta da visibilidade mediática das eleições nos média noticiosos generalistas, o que excluía, desde logo, publicações ou canais temáticos orientados para a atualidade africana, como a RTP África ou a RDP África.

O estudo abrangeu três períodos, um para cada um dos momentos eleitorais. O primeiro, referente às eleições legislativas, que decorreram a 20 de março de 2016, esteve compreendido entre os dias três e 31 de março. Este período corresponde a quatro semanas, sendo que o primeiro dia coincide com o início oficial da campanha eleitoral. A escolha do último dia deste período de estudo foi determinada pela possibilidade de, depois de conhecidos os resultados eleitorais, e na incerteza sobre estes, as eleições poderem continuar a suscitar a atenção dos média noticiosos portugueses. Tendo por base os mesmos critérios, determinaram-se os outros dois períodos de estudo: 14 de agosto a 11 de setembro para as eleições autárquicas, realizadas a 4 de setembro, e 12 de setembro a 8 de outubro para as Presidenciais, que ocorreram a 2 de outubro.

Neste estudo foram analisadas as notícias de três órgãos de comunicação social de cada meio e as respetivas edições online. Na imprensa, foram escolhidos três títulos de expansão nacional – os jornais diários *Correio da Manhã* e *Público* e o semanário *Expresso*. Na rádio, foram selecionadas a Antena 1, principal estação pública, a Rádio Renascença, principal estação privada e propriedade da Igreja Católica, e a TSF, estação privada de

vocação noticiosa – noticiários das 9h. Em televisão, foram considerados os principais blocos informativos dos três principais canais de acesso não condicionado: RTP1, SIC e TVI – noticiários das 20h.

Relativamente aos jornais, a escolha do *Correio da Manhã* justifica-se pelo facto de ser o diário mais vendido em Portugal. É um jornal popular, que em 2015 teve uma circulação impressa paga de 105.521 exemplares diários. O *Público* era o terceiro mais vendido dos diários generalistas, com 20.470 exemplares diários, atrás do *Jornal de Notícias*, com 53.877, mas optou-se pela sua inclusão por ser o líder entre os jornais do segmento de referência. Nos semanários, a liderança coube ao *Expresso*, igualmente uma publicação de referência, com uma circulação paga de 77.812. Os três jornais escolhidos foram também os que registaram em 2015 maiores crescimentos na sua circulação digital paga.

Ainda que devamos olhar de modo crítico para as tradicionais designações “jornais de referência”, ou “qualities”, por oposição a “tablóides”, ou “jornais populares” – porque não é invulgar encontrarmos nuns traços associados a outros – esta caracterização é geralmente aceite como operatória e mantém pertinência no caso em estudo, o que não impede que deva “ser posta em causa, não para negar a diversidade dos projetos de imprensa – evidência verificável todos os dias – mas para testar a solidez das denominações, desmontar os pressupostos culturais, deslocá-los da História para a modernidade e confrontá-los com as práticas jornalísticas” (Dumont, 2000, p. 17).

Os jornais populares, em que incluímos o *Correio da Manhã*, tendem a “dar mais espaço ao desporto do que à política, a salientar mais a categoria de interesse humano do que a vida económica, a concentrarem-se mais nos indivíduos do que nas instituições, [e mais] no local e no imediato do que no internacional e de longo prazo” (Sparks, 2000, p. 38). Nessas publicações, “as questões imediatas da vida quotidiana têm prioridade sobre as preocupações tradicionalmente atribuídas à ‘esfera pública’” (Sparks, 2000, p. 39). As temáticas populares, a linguagem direta e acessível, os títulos e grafismo apelativos são algumas das marcas características deste tipo de jornalismo.

Já as publicações que se reclamam de referência, como o *Público* e o *Expresso*, “dão um lugar preponderante à actualidade internacional e à cultura com um ‘C’ grande, adoptam um tom sério e uma escrita sofisticada, exercem uma influência sobre os líderes de opinião e servem de exemplos aos jornalistas profissionais” (Merril, 2000, p. 11). A sua cobertura

põe um claro acento sobre certos sectores: a política, os negócios estrangeiros, a economia e as finanças, as ciências, as artes e a literatura. Por outro lado, a paginação desses jornais (tipografia, ilustrações, grafismo, etc.) visa valorizar a seriedade e o rigor dos conteúdos. (Merril, 2000, p. 11)

Os jornais de referência visariam preferencialmente “a ‘opinião pública dirigente’ (aquela que está associada à tomada de decisões a nível político, económico e cultural)”, enquanto os jornais populares teriam por alvo “a ‘opinião pública generalizada’” (Mesquita & Rebelo, 1994, p. 15).

A escolha dos jornais televisivos das 20h decorre do facto de serem eles os principais momentos noticiosos dos diferentes canais. O jornal televisivo da noite, que começou na televisão portuguesa em 1959 (Brandão, 2002, p. 94), tem sido, num país com baixos índices de leitura de jornais, “uma das vias privilegiadas de seguimento da actualidade para um elevadíssimo número de cidadãos” (Pinto, 1999, p. 12). Tanto na RTP, que cunhou a marca *Telejornal*, como nos canais privados, onde os blocos noticiosos equivalentes receberam as designações de *Jornal da Noite*, na SIC, e *Jornal Nacional*, na TVI, estação líder de audiências – 22,5% de *share* contra 18,7% da SIC, 14,8% da RTP1, 2% da RTP2 e 31,1% do conjunto dos canais por cabo².

O critério de escolha do “horário nobre” – picos de audiência dos meios audiovisuais, dependentes “dos hábitos de cada sociedade”, que no caso da televisão é situado normalmente entre as 19h e as 23h e no da rádio entre as 7h e as 10h – foi também seguido para a escolha do *corpus* radiofónico, constituído pelos serviços noticiosos das 9h.

RESULTADOS DA PESQUISA

Das peças jornalísticas analisadas, registaram-se 58 notícias que faziam referência às eleições. As legislativas foram as que tiveram uma maior cobertura por parte dos média portugueses, com 38 peças, seguidas das presidenciais, com 19, enquanto se observou apenas uma referente às autárquicas (Tabela 1).

Analisando a distribuição por meio de comunicação (Gráfico 1), observa-se que o online foi o mais utilizado para a divulgação de informação sobre as eleições, com 46 peças (79%). De salientar que em relação às

² “Audiências 2015: quem ganhou e quem perdeu”, 2 de janeiro de 2016, retirado de <http://www.dn.pt/media/interior/audiencias-2015-quem-ganhou-e-quem-perdeu-4961462.html>

eleições autárquicas apenas houve uma peça jornalística, e que foi emitida através da rádio, contrariando esta regra. O segundo meio mais usado foi a imprensa, com oito peças (14%), seguido da rádio, com três peças, o que corresponde a menos de 1%. E em último lugar a televisão, que embora continue a ser o meio mais popular na sociedade portuguesa, apenas apresentou uma peça jornalística, e esta foi referente às eleições legislativas. Comparando os três momentos eleitorais, foram as eleições legislativas que tiveram maior cobertura por parte dos média noticiosos portugueses.

MÉIO	NÚMERO DE PEÇAS JORNALÍSTICAS / DATA DE PUBLICAÇÃO					
	Legislativas 20 março		Autárquicas 4 setembro		Presidenciais 2 outubro	
Imprensa	5	19 a 22 março			3	2 a 4 outubro
Online	31	7 a 21 março			15	29 setembro a 3 outubro
Rádio	1	21 de março	1	4 de setembro	1	2 outubro
Televisão	1	20 março				
Total	38		1		19	

Tabela 1: Distribuição das peças jornalísticas por meio de comunicação e respetiva data de publicação



Gráfico 1: Distribuição das peças jornalísticas por meio de comunicação

O maior volume de peças jornalísticas, 44 (76%), registou-se no dia em que se realizou o ato eleitoral, e no dia seguinte. No Gráfico 2, pode observar-se que a produção jornalística se limitou praticamente a estes dois

dias. Durante este período de análise, também se observa que a notícia e a notícia breve, 28 e 25 notícias respetivamente (que correspondem a 91% das notícias), dominaram o panorama dos géneros jornalísticos. A notícia desenvolvida foi uma exceção, registando-se apenas uma ocorrência, nas eleições legislativas (Gráfico 3)³.

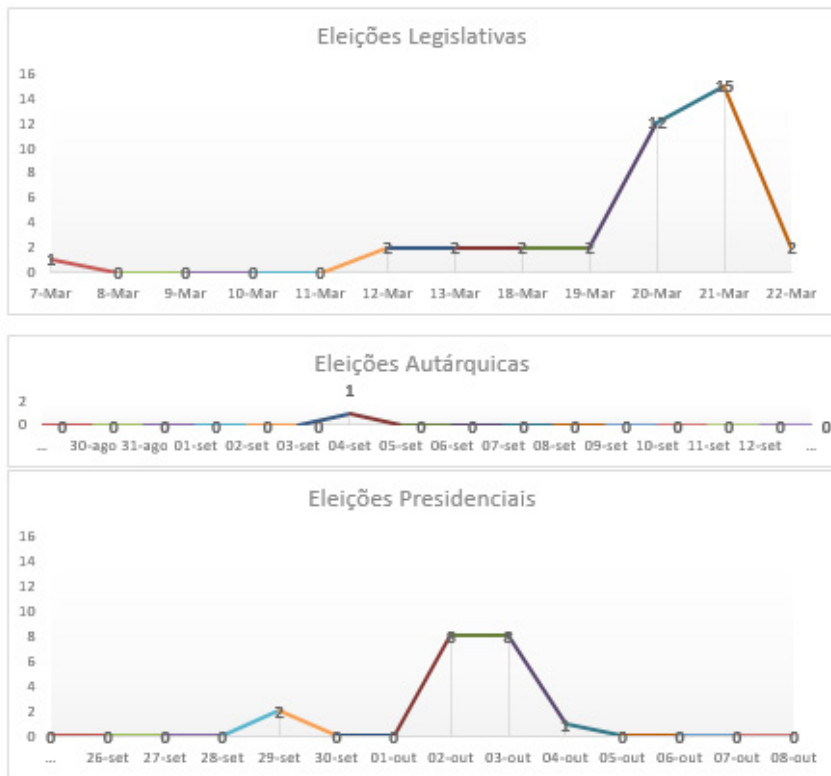


Gráfico 2: Registo do número de peças jornalísticas

³ Foi considerado que uma notícia breve resume-se à informação de um *lead* simples; uma notícia acrescenta informação ao *lead*; e uma notícia desenvolvida enquadra e contextualiza o assunto, desenvolve-o através de informações provenientes de diferentes fontes.

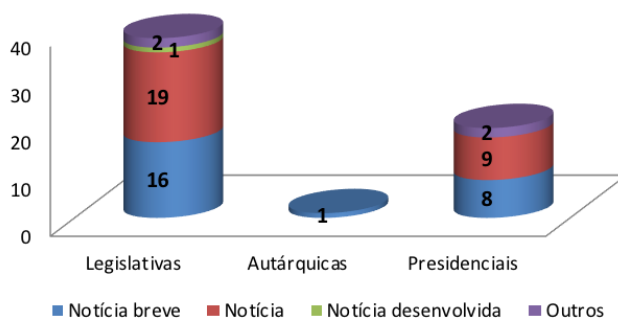


Gráfico 3: Distribuição das peças de acordo com o género jornalístico

Com o objetivo de avaliar o investimento feito por cada um dos órgãos, analisou-se a autoria das peças e as fontes a que recorreram. A Agência Lusa detém a autoria da maioria das peças (30 = 52%). Nas eleições legislativas, das 38 notícias analisadas, 21 foram exclusivamente da Agência Lusa, oito notícias tiveram autoria de jornalista presente na redação e mais duas foram assinadas por jornalista na redação com a Agência Lusa. Nas 19 peças referentes às eleições presidenciais, nove foram exclusivamente da Agência Lusa, duas foram artigos de opinião e nas restantes não foi possível identificar a fonte. Observou-se, também, que grande parte das peças, 40 (69%), recorreram a fontes oficiais e apenas sete usaram diversas fontes para produzir a notícia. Estas sete peças abordaram as eleições legislativas, e pelo facto de recorrerem a mais do que uma fonte podemos concluir que houve uma análise mais aprofundada deste momento eleitoral.

A presença de imagens, fixas e móveis, nas peças jornalísticas também contribui para avaliar a importância que é atribuída a um determinado assunto, neste caso às eleições em Cabo Verde. Excluindo as notícias da rádio (três), existem 55 notícias que poderiam ter imagens. Mas observou-se que menos de metade das notícias, 26 (47%), apresentou imagens; 15 eram imagens atuais, as restantes eram de arquivo ou não foi possível determinar se eram atuais ou de arquivo. Também é de salientar que apenas houve uma peça com imagens vídeo. Essa peça que, curiosamente, não é a notícia desenvolvida, foi publicada online no dia seguinte às eleições legislativas. No Gráfico 4, também se pode observar que nas eleições legislativas o uso de imagens atuais foi predominante e nas presidenciais recorreu-se mais a imagens de arquivo.

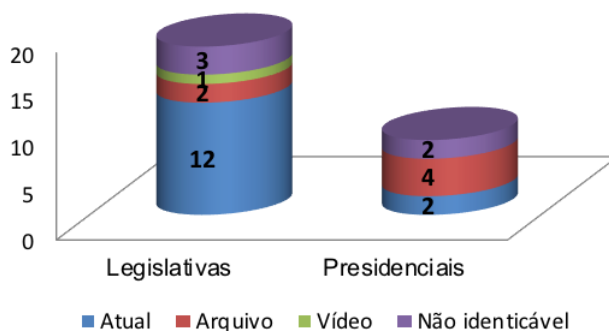


Gráfico 4: Registo do número e tipo de imagens usadas nas peças jornalísticas no total de 18 peças referente às eleições legislativas e 8 às presidenciais

Os média noticiosos portugueses deram mais atenção ao ato eleitoral em si mesmo, com 49 (84%) peças, do que à campanha eleitoral, sobre a qual se produziram apenas nove. O foco da notícia (ver Tabela 2) foram os líderes partidários e os partidos nas eleições legislativas, e a disputa nas presidenciais. As peças produzidas procuraram dar a conhecer os resultados das eleições e as reações, nomeadamente, dos dirigentes partidários portugueses e essas reações foram meramente protocolares. Daí só ter sido possível identificar a personagem principal em 25 (43%) peças, em que se destacam os líderes partidários, no caso das eleições legislativas, e o candidato incumbente nas presidenciais (ver Tabela 3).

Foco da notícia	LEGISLATIVAS	PRESIDENCIAIS	AUTÁRQUICAS
Líderes partidários	13		
Partidos	11		
Disputa	4	11	
Outros	10	8	1
Total	38	19	1

Tabela 2: Identificação do foco da notícia

Personagem principal	LEGISLATIVAS	PRESIDENCIAIS
Líderes partidários	4	
Campanha do PAICV	1	
Partidos	1	
Votantes	1	
Candidato incumbente		13
Adversário do incumbente		2
Candidato vencedor		2
Outras organizações		1
Total	7	18

Tabela 3: Identificação do tipo de personagem principal

REFLEXÕES SOBRE OS RESULTADOS DA PESQUISA

A limitada representação das eleições cabo-verdianas nos média noticiosos generalistas vai ao encontro da conclusão de Sousa (2015, p. 484) de que a “interpenetração identitária” que poderia presumir-se ser resultado da lusofonia se resume, também no fluxo do noticiário, “a meros fogachos, não passando de uma miragem, já que ela se apresenta pouco operacional, uma vez que as partes intervenientes do processo, na sua grande maioria, persistem em cultivar os equívocos da lusofonia, ao invés de os desmontar”.

A escassez de notícias sobre as eleições cabo-verdianas confirma a necessidade de relativizar a influência de valores-notícia como a proximidade decorrente de laços coloniais – históricos, linguísticos e culturais – embora não autorize qualquer conclusão de que essa influência não exista: ainda muito limitada, houve cobertura das eleições de 2016, ao contrário do que acontece com atos eleitorais de outros países africanos não-lusófonos. Como referimos anteriormente, no conjunto dos três atos eleitorais, as eleições legislativas mereceram maior produção de peças jornalísticas. O critério de noticiabilidade que sustenta este registo decorrerá do facto de estar em causa o Executivo, de se perspetivar uma alternância de poder e de, pela primeira vez, se estar perante um cenário de não ocorrência de maioria absoluta: afinal, as eleições de 20 de março de 2016, as sextas legislativas do país, marcaram o regresso ao poder com maioria absoluta do MpD (Movimento para a Democracia) – força política que governou na primeira década de regime multipartidário, entre 1991 e 2001 – e o afastamento do

PAICV (Partido Africano da Independência de Cabo Verde) – antigo partido único, que regressou ao governo em 2001, com a primeira de três maiorias absolutas que lhe permitiram liderar o país durante 15 anos, até 2016. Ainda assim, tendo em conta esta mudança partidária, a cobertura jornalística não foi além da referência ao facto, com breves apontamentos sobre as razões da escolha do povo cabo-verdiano.

Na esteira de Galtung e Ruge (1965), ao longo das últimas décadas diversas investigações sinalizaram os “laços coloniais” como “valor notícia”. Num trabalho de meta-análise de 55 estudos sobre o fluxo de notícias, Wu (1998, p. 499) deu conta de uma fileira de trabalhos que apontavam num mesmo sentido: “países do mesmo grupo colonial são mais propensos a cobrirem-se jornalisticamente uns aos outros”.

Será mesmo assim? Um estudo sobre o fluxo de notícias em que foram testadas variáveis mencionadas na literatura anterior como influenciando o noticiário internacional, o mesmo autor concluiu que algumas delas, entre as quais “liberdade de imprensa, tamanho [do país], língua e o passado colonial não são tão influentes no fluxo de notícias como a literatura indicava” (Wu, 2003, p. 19). As transacções comerciais foram identificadas como o factor dominante.

Movido pelo ambicioso propósito de retratar a cobertura noticiosa de mais de 200 países “convidados” em 44 países “anfitriões”, o estudo atesta a importância dada nas notícias de todo o mundo a “países com enorme influência económico-política”, com destaque para os EUA. O modo alternativo de chegar às notícias seria a ocorrência de “incidentes disruptivos, de longo alcance”, como acontecia com a Bósnia em guerra, na altura de recolha de dados para o estudo, em 1995 (Wu, 2003, p. 19).

Noutro artigo apoiado em resultados do estudo que o levaram àquelas conclusões, e referindo-se a Portugal, Wu nota que alguns países lusófonos, Brasil, Angola e Moçambique, conseguiam uma apreciável cobertura jornalística, embora não tivessem primazia no noticiário internacional português (Wu, 2004, p. 103). Atendendo a que as economias daqueles três países são as maiores do espaço de língua portuguesa, pode encontrar-se aí uma pista explicativa para uma menor noticiabilidade de estados com menor peso político-económico, como é o caso de Cabo Verde.

A aparentemente maior atenção dada às recentes eleições angolanas parece dar forma a uma tal hipótese. Um trabalho sobre a imagem que a imprensa portuguesa construiu de Angola entre 2008 e 2015 vai na mesma linha, ao concluir que essa imagem surgiu “fortemente associada à economia, ao negócio, ao investimento e à balança comercial” (Hayes,

2016, p. 33). Mas a noticiabilidade não se resume a um único factor, como atesta abundante literatura. E no caso angolano não podem, entre outros, ser ignorados como dados explicativos de um maior interesse noticioso a contestação ao Governo e, após quatro décadas de poder, a anunciada mudança de Presidente.

Para além das singularidades “lusófonas”, deve também ter-se presente na análise da “invisibilidade” cabo-verdiana o quadro da pouca atenção dada ao continente africano pelos grandes média internacionais – um alheamento que faz sobressair notícias negativas. Como notou Franks, “as notícias dos países pobres não fazem muitas vezes as manchetes e quando o fazem quase sempre são más notícias” (2005, p. 132).

Nothias alerta, porém, que reduzir a análise sobre a cobertura de África ao foco nas notícias negativas encerra “várias armadilhas” (2016, p. 1142): i) a de se considerar que o fenómeno das *bad news* nos média ocidentais é específico de África – o que não acontece porque, como refere, segundo De Beer (2010), o tom dos relatos sobre a América Central é ainda mais negativo; ii) a de que as provas dessa negatividade podem não ser tão fortes quanto é sugerido na literatura e assentarem em discutíveis interpretações de dados; e iii) que a “‘negatividade’ é um critério bastante subjectivo. Nothias adverte ainda que “um foco exclusivo na ‘negatividade’ cria o risco de fazer desviar [a atenção] das principais críticas às representações de África, designadamente a linguagem, as imagens, a retórica e as narrativas”, as quais contribuem para “criar uma imagem peculiar fundada num reportório colonial” (Nothias, 2016, p. 1143).

É nosso entendimento que o passado comum e as questões identitárias para que remete não podem estar ausentes de um quadro de análise dos fluxos de informação produzida pelos média noticiosos portugueses sobre países lusófonos, e que isso não equivale a lusotropicalismos de qualquer natureza. Mas a especificidade do objeto de estudo e a escassa dimensão do *corpus* não permitem, nem isso se pretendia, colocar hipóteses sobre a natureza da cobertura africana dos média portugueses no seu todo, nem sobre o conjunto dos países onde se fala Português, e menos ainda sobre outras opções jornalísticas concretas que não fossem as de cobertura das eleições de 2016. Contudo, parece ficar claro que a proximidade histórica está longe de ser, por si só, motivo suficiente de noticiabilidade.

A menor noticiabilidade poderá decorrer da assunção de que Cabo Verde é um caso exemplar no continente africano, numa lógica de maior visibilidade de situações negativas na produção jornalística internacional

– guerras, catástrofes naturais, ou outras. A ser assim, se a sua ausência decorrer da valorização da normalidade democrática de Cabo Verde, em contraste com a instabilidade de outros países africanos, a invisibilidade poderá traduzir uma imagem positiva do país, o que não impede que seja penalizado, pois a pouca relevância conferida pelos média generalistas portugueses às eleições de 2016 impede que outros temas tenham projeção mediática, como seria expectável numa cobertura jornalística mais empenhada em alargar o espetro de análise política, mas também económica, social e cultural.

REFERÊNCIAS

- De Beer, A. S. (2010). News from and in the “dark continent”: Afro-pessimism, news flows, global journalism and media regimes. *Journalism Studies*, 11(4), 596-609. DOI: 10.1080/14616701003638509
- Brandão, N. G. (2002). *O espectáculo das notícias – a televisão generalista e a abertura dos telejornais*. Lisboa: Editorial Notícias.
- Dumont, J. F. (2000). Pratiques populaires, journalisme de qualité: l’impossible clivage. In *Dossier La Presse de qualité* (pp. 16-19). Louvain-la-neuve.
- Franks, S. (2005). Reporting Africa: problems and perspectives. *Westminster papers in communication and culture*, 2, 129-134. Retirado de <http://www.westminsterpapers.org/articles/abstract/10.16997/wpcc.46/>
- Galtung J. & Ruge M. H. (1965). The structure of foreign news. The presentation of the Congo, Cuba and Cyprus crises in four Norwegian newspapers. *Journal of Peace Research*, 2(1), 64-91. DOI: 10.1177/002234336500200104
- Hayes, L. O. (2016). *Angola e os angolanos na imprensa portuguesa (2008-2015)*. Dissertação de Mestrado em Desenvolvimento e Cooperação Internacional, Instituto Superior de Economia e Gestão, Universidade de Lisboa, Lisboa, Portugal. Retirado de <http://www.repository.utl.pt/handle/10400.5/12506>
- Martins, M. L., Sousa, H. & Cabecinhas, R. (2007). Estudo das políticas de comunicação e discursos no espaço lusófono. In M. Ledo Andion (Ed.), *Comunicación local no espazo lusófono* (pp. 301-310). Santiago de Compostela: Asociación Galega de Investigadores/as en Comunicación. Retirado de <https://repositorium.sdum.uminho.pt/bitstream/1822/24127/1/lusocom.pdf>
- Merril, J. C. (2000). Les quotidiens de référence dans le monde. *Les Cahiers du Journalisme*, 7, 10-14. Retirado de http://www.cahiersdujournalisme.net/pdf/07/01_Merril.pdf

- Mesquita, M. & Rebelo, J. (1994). *O 25 de Abril nos media internacionais*. Porto: Edições Afrontamento.
- Nothias, T. (2016). How western journalists actually write about Africa: re-assessing the myth of representations of Africa. *Journalism Studies*, 19(8), 1138-1159. DOI: 10.1080/1461670X.2016.1262748
- Pinto, M. (1999). Prefácio. In F. Lopes, *O Telejornal e o serviço público* (pp. 11-14). Coimbra: Minerva.
- Sousa, V. M. F. O. (2015). *Da 'portugalidade' à lusofonia*. Tese de doutoramento em Ciências da Comunicação, Universidade do Minho, Braga, Portugal. Retirado de <https://tinyurl.com/y8h7s3p9>
- Sparks, C. (2000). The panic over tabloid news. In C. Sparks & J. Tulloch (Eds.), *Tabloid tales: global debates over media standards* (pp. 1-40). Boston: Rowman et Littlefield Publishers.
- Wu, H. D. (1998). Investigating the determinants of international news flow: a meta-analysis. *Gazette*, 60(6), 493-512. <https://doi.org/10.1177/0016549298060006003>
- Wu, D. (2003). Homogeneity around the world? Comparing the systematic determinants of international news flow between developed and developing countries. *Gazette*, 65(1), 9-24. DOI: 10.1177/0016549203065001134
- Wu, D. (2004). The world's window to the world: an overview of 44 nation's international news coverage. In C. Paterson & A. Sreberny (Eds.), *International news in the twenty-first century* (pp. 95-108). Eastleigh: John Libbey Publishing.

Citação:

Lopes, A. S., Silvestre, C. & Rocha, J. M. (2019). As eleições de Cabo Verde (2016) nos média portugueses generalistas. In M. L. Martins & I. Macedo (Eds.), *Livro de atas do III Congresso Internacional sobre Culturas: Interfaces da Lusofonia* (pp. 305-317). Braga: CECS.