

A visibilidade mediática de causas promovidas por organizações de pessoas com doença na imprensa online portuguesa (2021-2023)

Media visibility of causes promoted by organizations of people with illness in the Portuguese online press (2021–2023)

  **Maria João Sequeira**

CIES – ISCTE
ISCTE – University Institute of Lisbon
Lisbon, Portugal

 **Rita Espanha**

CIES – ISCTE
ISCTE – University Institute of Lisbon
Lisbon, Portugal

Resumo

Este artigo analisa a forma como a imprensa *online* portuguesa enquadra causas de saúde promovidas por organizações de pessoas com doença, destacando o papel da advocacia em saúde na promoção da justiça social. A investigação centra-se em três estudos de caso – o alargamento do luto parental, a lei do direito ao esquecimento e o acesso à nutrição entérica – e utiliza uma análise de conteúdo a 79 peças jornalísticas publicadas entre 2021 e 2023, em cinco meios digitais portugueses. Os resultados demonstram que a cobertura mediática amplifica sobretudo as causas com maior notoriedade pública e valor simbólico, como o alargamento do luto parental, que obteve maior saliência e profundidade editorial. Por outro lado, temas menos mediáticos, como o acesso à nutrição entérica, receberam menos atenção. Conclui-se que os meios de comunicação social funcionam como catalisadores da advocacia em saúde quando as causas se enquadram na agenda política e mobilizam a opinião pública. No entanto, a visibilidade mediática depende do reconhecimento social das causas, o que reforça a necessidade de as organizações investirem em estratégias proativas e fundamentadas de *media advocacy* para superar barreiras editoriais e garantir maior impacto.

Palavras-chave: advocacia em saúde, media advocacy, media online, causas de saúde, associações de doentes, comunicação em saúde

Abstract

This article analyzes how the Portuguese online press frames health causes promoted by patient organizations, highlighting the role of health advocacy in advancing social justice. The research focuses on three case studies – the extension of parental bereavement leave, the right to be forgotten law, and access to enteral nutrition – and employs a qualitative and quantitative content analysis of 79 journalistic pieces published between 2021 and 2023 across five Portuguese digital media outlets. The findings show that media coverage mostly amplifies the causes with greater public visibility and symbolic value, such as the extension of parental bereavement leave, which received the most prominence and editorial depth. Conversely, less mediatic topics, such as access to enteral nutrition, attracted less attention. The study concludes that the media act as catalysts for health advocacy when the causes align with the political agenda and mobilize public opinion. However, media visibility depends on the social recognition of these causes, which reinforces the need for organizations to invest in proactive, well-grounded media advocacy strategies to overcome editorial barriers and ensure greater impact.

Keywords: health advocacy, media advocacy, media online, health causes, patients' organizations, health communication

1. Introdução

O presente artigo, integrado numa investigação doutoral em curso, analisa a forma como três causas na área da saúde (o alargamento do luto parental, o direito ao esquecimento e o acesso à nutrição entérica), impulsionadas por organizações de pessoas com doença, foram retratadas na imprensa *online* portuguesa.

Partindo de um enquadramento teórico em torno dos conceitos de advocacia em saúde e *patients' advocacy*, o artigo descreve o percurso metodológico adotado e apresenta, posteriormente, os principais resultados da análise, centrada na saliência, no formato jornalístico e nos enquadramentos narrativos mobilizados pelos media. A partir desta análise, procura-se compreender de que modo os meios de comunicação social podem atuar como aliados estratégicos das organizações, conferindo visibilidade e legitimidade às suas reivindicações, ou, em contrapartida, relegando-as para uma posição de menor destaque na agenda pública.

2. Revisão da Literatura

2.1. Advocacia em Saúde: Contextualização

O conceito de advocacia em saúde começou a ganhar visibilidade a partir da primeira Conferência Internacional sobre Promoção da Saúde, realizada em Ottawa, no Canadá, em 1986, onde se enfatizou que, através da advocacia em saúde, promover a saúde significa, também, transformar vários fatores que possam ser desfavoráveis à saúde, em fatores que lhe sejam favoráveis. Estes fatores podem ser de ordem política, económica, social, cultural, ambiental, comportamental ou biológica (WHO, 1986).

Mais tarde, a Organização Mundial da Saúde (OMS) definiu a advocacia em saúde como uma combinação de ações deliberadas, individuais ou coletivas, destinadas a "alcançar compromisso e apoio político, aceitação social e apoio dos sistemas para um objetivo ou programa de saúde específico" (WHO, 1998, p. 5). Esta definição evidencia a natureza intrinsecamente política da advocacia em saúde, ao reconhecê-la como um mecanismo de influência sobre processos decisórios.

A OMS reconheceu, subsequentemente, a importância de envolver as comunidades peritas na experiência e na vivência dos cidadãos com doença para "projetar intervenções eficazes, inclusivas e equitativas que não deixem ninguém para trás." (WHO, 2021, p. 10). Esta orientação reforça a participação em saúde enquanto direito humano, associando-a à cidadania ativa e à governança democrática, reconhecendo o papel dos cidadãos como parceiros e agentes da mudança e não apenas como recetores passivos de políticas, programas ou intervenções (Halvorsen et al., 2020; Yamin, 2009).

Diferentes autores (Chapman, 2001; Reid, 2000; Servaes & Malikhao, 2010) definem a advocacia como um conjunto organizado de estratégias e ações que visam mobilizar a opinião pública e influenciar políticas públicas, mobilizando os recursos necessários para sustentar causas coletivas e mudanças sociais. Enquanto catalisador de grupos de interesse e de pressão política, a advocacia em saúde desempenha um papel estratégico na mediação entre as necessidades comunitárias e os decisores políticos, colocando o foco em questões que, frequentemente, permanecem esquecidas nos discursos dominantes.

Segundo Lewis & Lewis (2015), a advocacia assume um carácter formal dentro do ativismo em saúde, operando dentro do sistema, no interior de grupos e organizações que desempenham um papel de representação na defesa dos interesses legítimos das pessoas com doença, das suas famílias e cuidadores, constituindo-se como a “expressão organizada dos valores e dos interesses da sociedade” (Castells, 2008, p. 78).

A advocacia em saúde encontra as suas raízes nos movimentos de reforma social do século XIX, enquanto o conceito moderno de *patients’ advocacy*, distinto da advocacia em saúde tradicional, devido à participação direta das pessoas com doença nos processos de mobilização, reivindicação e produção de conhecimento, emergiu, com maior expressão, nas décadas de 80 e 90 do século XX, tendo, como principais marcos, o ativismo na área do VIH/SIDA e da deficiência durante os anos 80, bem como o movimento em torno do cancro da mama nos anos 90 (Sienkiewicz & Lingen, 2017). Estes movimentos vieram desafiar o panorama existente, caracterizado por grandes assimetrias de poder e por uma limitada participação das pessoas com doença nos processos de decisão em saúde.

Neste sentido, o *patients’ advocacy* adota uma abordagem inclusiva e *bottom-up*, assente no ativismo, na cidadania e na participação ativa de grupos ligados ao movimento associativo organizado e comunitário na área da saúde. Esta dinâmica reforça o papel das pessoas com doença enquanto agentes de transformação social e política, promovendo uma maior corresponsabilização e envolvimento na definição de políticas e práticas de saúde.

Neste quadro, importa ainda sublinhar o impacto do movimento pelo autocuidado e pelos cuidados alternativos, que contribuiu para uma mudança significativa na perceção dos profissionais de saúde relativamente à “capacidade dos leigos para lidarem ativamente com os seus problemas de saúde” (Brown *et al.*, 2004, p. 51).

2.2. Agentes de patients’ advocacy

Rabeharisoa *et al.* (2013) introduzem o conceito de “ativismo baseado na evidência” para caracterizar a atuação das organizações de pessoas com doença, vistas como agentes dinâmicos e interventivos na produção e na mobilização de conhecimento relevante para a tomada de decisões no campo da saúde. Longe de se limitarem à expressão de reivindicações simbólicas ou identitárias, estas organizações participam de forma estratégica na construção de evidência, articulando diferentes fontes de saber. Neste enquadramento, os autores retomam o conceito de “especialistas leigos”, proposto por Epstein (1995), entendendo-o como um conhecimento ancorado na experiência vivida da doença, mas progressivamente formalizado através da interação com saberes científicos, técnicos e institucionais. Este processo contribui para a legitimação da experiência enquanto forma de conhecimento legítimo, com impacto na “redistribuição de competências e prerrogativas entre as pessoas com doença e os especialistas acreditados” (Rabeharisoa *et al.*, 2013, p. 4).

Deste modo, as organizações de pessoas com doença revelam a capacidade de articular conhecimento científico e conhecimento experiencial, posicionando-se como atores legítimos nas redes de especialização que se constituem em torno das suas condições de saúde, procurando elaborar e consolidar evidência sobre os aspetos que consideram prioritários na formulação de políticas e práticas em saúde (Rabeharisoa *et al.*, 2013).

Estas organizações emanam da sociedade civil e funcionam como mediadoras entre os cidadãos com doença e os diferentes intervenientes que operam nesta área, nomeadamente, profissionais de saúde, instituições prestadoras de cuidados, decisores políticos, sociedades científicas, centros de investigação e empresas da indústria farmacêutica, entre outros (Filipe *et al.*, 2014; Nunes *et al.*, 2010).

A literatura académica tem, tradicionalmente, subvalorizado o impacto político destas organizações, atribuindo maior enfoque ao seu papel no apoio e desenvolvimento social. No entanto, investigações mais recentes começam a destacar o seu efeito positivo na transformação das políticas públicas e nos processos de governação (Banks *et al.*, 2015).

2.3. O papel da comunicação social na defesa de causas em saúde

Atualmente, conforme sublinhado por Espanha (2020), “existem evidências de que campanhas sobre saúde nos media, bem executadas, podem ter efeitos pequenos a moderados” (Espanha, 2020, p. 3), dado o potencial dos media para disseminarem informação a um vasto público. Neste sentido, McQuail & Deuze (2020) reiteram que “onde quer que os media exercem influência, também podem causar mudança” (McQuail & Deuze, 2020, p. 120).

Este facto aplica-se, igualmente, aos programas de advocacia em saúde que têm como público-alvo os formuladores de políticas. Para atingirem este objetivo, as organizações de pessoas com doença competem na esfera mediática, para conseguirem promover as suas agendas e interesses, procurando tornar-se visíveis e audíveis tanto na arena pública, como no contexto político.

Conforme apontam McQuail & Deuze (2020), os meios de comunicação social são frequentemente considerados como “instrumentos eficazes de poder, com a capacidade potencial de exercer influência em diferentes formas” (McQuail & Deuze, 2020, p. 114). De facto, para além do seu papel primordial na informação e educação do público, os media podem também contribuir, significativamente, para o reforço e disseminação de campanhas de advocacia em saúde (Choge *et al.*, 2023).

O recurso aos meios de comunicação social constitui uma estratégia transversal a todas as fases do processo de advocacia no contexto da construção política. Esta abordagem inclui, também, a criação de debate público nos media e nas redes sociais *online*, bem como a publicação de artigos de opinião que contribuam para a formação de um discurso público informado. Os media desempenham um papel crucial como fóruns públicos que sinalizam o alcance e o grau de apoio que uma determinada causa atinge junto das audiências. A atenção mediática é, assim, um fator determinante (Andrews & Care, 2010).

Desta forma, a cobertura mediática pode ser vista como um recurso político para conseguir a atenção dos decisores e para influenciar a tomada de decisão, pois a monitorização das notícias é uma prática comum no meio político e os políticos são, muitas vezes, por elas sugestionados (Andrews & Caren, 2010; Atkin & Rice, 2013; Barker-Plummer, 2002; Kim & McCluskey, 2015). Os políticos recorrem, frequentemente, às notícias como “procuradoras da opinião pública” (Gardner *et al.*, 2010, p. 294) e, segundo Gardner *et al.* (2010), mais facilmente reagem e agem sobre um determinado assunto, ou são mais recetivos aos apelos e às reivindicações de organizações ou grupos, quando existe atenção mediática.

A capacidade de captar a atenção dos media é assim, como refere De Bruycker (2019), “inestimável para grupos de advocacia que procuram impactar os resultados das políticas” (De Bruycker, 2019, p. 105), reforçando a importância de estratégias eficazes de comunicação para alcançar visibilidade e legitimidade.

McQuail & Deuze (2020) defendem que, o mais comum, é existir um tratamento preferencial para os grupos que estão melhor organizados e são socialmente mais centrais, o que lhes permite estabelecer uma maior proximidade com os jornalistas. Tal como argumentam os autores, a confiança e o respeito pela fonte de informação podem ser determinantes para influenciar a cobertura noticiosa, destacando-se as relações interpessoais como um mecanismo relevante de comunicação (McQuail & Deuze, 2020, p. 526).

No que se refere à determinação do que se constitui como conteúdo noticioso, os temas de advocacia apenas obtêm cobertura mediática na medida em que sejam considerados oportunos, relevantes e alinhados com o interesse público e/ou atenderem às rotinas jornalísticas, ao ciclo de atenção mediática e aos valores predominantes da produção de notícias. Deste modo, a eficácia comunicativa das organizações depende da sua capacidade de enquadramento do tema, através da criação de argumentos e de narrativas convincentes que consigam captar a atenção mediática (Townsen *et al.*, 2023).

2.4. Media advocacy

Para os esforços de advocacia em saúde, não podemos deixar de salientar o conceito de *media advocacy*, como uma ferramenta para promover e apoiar a organização comunitária e todos “aqueles que trabalham a montante em políticas de prevenção primária que transformam os ambientes” (Dorfman & Krasnow, 2014, p. 295).

O conceito de *media advocacy* tem sido amplamente discutido por autores como Chapman (2004), Dorfman & Krasnow (2014) e Wallack & Dorfman (1996), estes últimos associados ao *Berkeley Media Studies Group*. Estes autores definem *media advocacy* como o uso estratégico dos meios de comunicação social para avançar com uma iniciativa de política pública. A sua finalidade é influenciar a construção de narrativas mediáticas de forma a assegurar o apoio a políticas públicas que possam promover mudanças significativas, persuadindo os que estão no poder a aprovar ou manter leis, implementar políticas e alocar recursos que podem mudar a vida dos cidadãos (Chapman, 2004, p. 361).

De acordo com Wallack & Dorfman (1996), *media advocacy* procura abordar mais a “lacuna de poder” do que a “lacuna de informação” (Wallack & Dorfman, 1996, p. 293) e o seu alvo são as políticas públicas e não o comportamento individual no que respeita à saúde. Intenta, assim, alterar o discurso público, deslocando o eixo da responsabilização do comportamento individual para as decisões dos formuladores de políticas, que estruturam os contextos no qual os cidadãos vivem e atuam (Wallack & Dorfman, 1996). Nesse sentido, visa pressionar os decisores políticos a agir, responsabilizando-os pelas suas ações ou pela ausência destas (Choge *et al.*, 2023).

Similarmente, Linsky (1988), citado por Gen & Wright (2020), argumenta que a cobertura mediática de determinados temas, não só aumenta a predisposição dos decisores políticos para agir, como também pode acelerar o processo de tomada de decisão. Este fenómeno ocorre porque a exposição mediática intensifica a pressão pública e a perceção de urgência sobre o assunto em questão (Gen & Wright, 2020).

Não obstante, não está comprovado que as organizações de advocacia têm maior ou menor probabilidade de alcançar os seus objetivos políticos em função do seu destaque mediático. Contudo, apesar das dificuldades em descrever os efeitos dos meios de comunicação na criação ou na mudança de políticas (principalmente, porque as políticas podem demorar anos até serem aprovadas), existem evidências que sugerem, especialmente na área da saúde pública, de que as estratégias de *media advocacy* podem ter um impacto significativo na promoção de mudanças políticas (Gardner *et al.*, 2010, p. 295). Por exemplo, nos Estados Unidos da América, no que respeita à legislação sobre o consumo de álcool e de tabaco (Gardner *et al.*, 2010).

A saúde é um tema com valor noticioso e os meios de comunicação social podem fornecer às organizações de pessoas com doença uma voz independente e amplificada para “emprestar visibilidade, legitimidade e credibilidade” (Wallack & Dorfman, 1996, p. 314) às suas causas, permitindo-lhes influenciar o debate público e pressionar para mudanças nos contextos que moldam os determinantes sociais da saúde.

3. Metodologia

3.1. Estudos de caso selecionados

Para este estudo, foram selecionadas três causas impulsionadas pela ação de organizações de pessoas com doença, num período considerado. A primeira corresponde ao alargamento do Luto Parental de 5 para 20 dias, iniciativa proposta pela Associação de Pais e Amigos de Crianças com Cancro (ACREDITAR).

A segunda causa refere-se ao Direito ao Esquecimento, inicialmente trazido para a agenda pública pela ACREDITAR e, posteriormente, também reivindicada pelo Grupo de Ativistas em Tratamento (GAT), entre outras associações.

Por fim, a terceira causa diz respeito ao Acesso à Nutrição Entérica, que envolveu a mobilização de 19 associações de doentes em torno da necessidade da comparticipação integral deste tipo de nutrição clínica.

3.2. Alargamento do luto parental

O mote “O luto de uma vida não cabe em 5 dias” deu origem à campanha promovida pela ACREDITAR para o alargamento do período de faltas justificadas de 5 para 20 dias, em caso de falecimento de descendente. Esta iniciativa teve início em 2021, com o lançamento de uma petição para alterar o Código do Trabalho, que recolheu um total de 83.508 assinaturas. O consenso político foi igualmente unânime, com todos os partidos a apresentarem propostas no sentido de acompanhar a petição. A alteração para os 20 dias foi aprovada pela Assembleia da República e convertida em lei em menos de quatro meses, entrando em vigor a 3 de janeiro de 2022.

Conforme se pode ler no Relatório de Atividades de 2021 da ACREDITAR, a campanha contou com o apoio de uma agência especializada em publicidade, o que contribuiu para um impacto significativo e uma ampla visibilidade mediática. Esta exposição traduziu-se em dezenas de referências nos meios de comunicação social, em grande medida impulsionadas por uma estratégia de comunicação proativa por parte da associação, que

incluiu o envio sistemático de comunicados de imprensa e o estabelecimento de contactos diretos com jornalistas. Este esforço contribuiu para despertar o interesse de jornalistas e comentadores que, gradualmente, começaram a produzir conteúdos noticiosos e de opinião sobre a iniciativa.

Ainda de acordo com o Relatório de Atividades de 2021, a iniciativa envolveu o estudo dos regimes jurídicos europeus, a criação de um *website* com informação científica sobre o luto e testemunhos de pais que partilharam as suas vivências.

A ACREDITAR reuniu-se com decisores políticos, mobilizou figuras públicas, contactou órgãos de comunicação social e conseguiu trazer para o espaço público “um assunto sentido por tantos pais como tabu” (ACREDITAR, p. 12).

3.3. Direito ao esquecimento

A consagração da Lei do Direito ao Esquecimento (Lei 75/2021 de 18 de novembro), em vigor desde 1 de janeiro de 2022, representa um avanço significativo no combate à discriminação enfrentada por pessoas que superaram ou mitigaram situações de risco agravado de saúde ou de deficiência, no acesso ao crédito e a contratos de seguro. A Lei 75/2021 de 18 de novembro, veio assegurar que nenhuma informação de saúde relativa à condição médica que originou o risco agravado de saúde ou a deficiência, possa ser recolhida ou tratada por instituições de crédito ou seguradoras em contexto pré-contratual.

Inicialmente concebida para sobreviventes de cancro pediátrico, a legislação foi posteriormente reformulada para abranger pessoas com doenças crónicas controladas, como o VIH, a hepatite C e a diabetes.

Apesar deste avanço legislativo, a regulamentação da Lei do Direito ao Esquecimento (Lei 75/2021 de 18 de novembro) permanece pendente, permitindo que algumas instituições financeiras continuem a adotar práticas discriminatórias.

3.4. Acesso à nutrição entérica

Um total de 19 organizações de pessoas com doença subscreveram a proposta para melhorar a acessibilidade à Nutrição Entérica. No dia 17 de maio de 2023, foi lançada a petição intitulada “Pelo Acesso à Nutrição Entérica Comparticipada a 100% pelo Estado”, que, até ao momento, reuniu cerca de 9.000 assinaturas.

Em situações de doença em que a alimentação oral se torna inviável ou insuficiente para satisfazer as necessidades nutricionais, resultando em malnutrição, torna-se imprescindível recorrer à nutrição clínica, nomeadamente à chamada Nutrição Entérica, que é administrada através de suplementos nutricionais orais ou por sonda.

Com esta petição, as associações signatárias apelam à comparticipação total dos produtos de nutrição entérica, destacando que os custos atuais representam uma despesa de “várias centenas de euros por mês”. Além disso, assinala-se que estes produtos têm uma disponibilidade limitada no mercado e, em muitos casos, são essenciais para a sobrevivência de quem deles necessita. Assim, a petição propõe que “quando prescritas nas Instituições do Serviço Nacional de Saúde, as fórmulas nutricionais (...) destinadas à Nutrição Entérica, sejam comparticipadas na sua totalidade pelo Estado e dispensadas numa farmácia comunitária”.

3.5. Percurso metodológico

Considerando as questões subjacentes à problemática em análise, o presente estudo orientou-se em torno da seguinte questão: qual é a representação das causas em saúde, promovidas por organizações de pessoas com doença, na imprensa *online* portuguesa? Esta questão de investigação foi estruturada com o intuito de compreender como estas causas são tratadas e veiculadas no contexto digital, bem como de avaliar o impacto das mesmas na agenda mediática.

Para responder a esta questão, optou-se pela utilização da análise documental como técnica de recolha de dados e pela análise de conteúdo como técnica de análise dos mesmos. O objetivo primordial consistiu em identificar o processo de cobertura mediática, observando como foram retratadas, na imprensa *online* portuguesa, as três causas selecionadas para o estudo: o alargamento do Luto Parental, a lei do Direito ao Esquecimento e o acesso à Nutrição Entérica.

O corpo de análise foi constituído por 79 conteúdos noticiosos, publicados entre janeiro de 2021 e dezembro de 2023. A recolha das notícias foi realizada com base em palavras-chave específicas associadas a cada uma das causas, designadamente: “luto parental”, “direito ao esquecimento” e “nutrição entérica”. Os conteúdos foram extraídos das edições *online* de cinco jornais generalistas portugueses – Correio da Manhã (14 notícias), Expresso (14 notícias), Jornal de Notícias (15 notícias), Observador (17 notícias) e Público (19 notícias).

Após a recolha dos dados, a análise dos mesmos foi orientada pelas questões propostas pelos autores do *Berkeley Media Studies Group* (Wallack & Dorfman, 1996) para avaliar a eficácia de uma intervenção baseada nos pressupostos de *media advocacy*. A análise centrou-se, assim, nas seguintes dimensões: (1) se o tema em questão foi efetivamente introduzido na agenda mediática; (2) se o enquadramento da cobertura privilegiou uma perspetiva política; e (3) se a cobertura mediática contribuiu para o desenvolvimento e aprofundamento do debate público em torno do tema.

Para atingir este objetivo, foi realizada uma análise de conteúdo centrada nas estratégias discursivas empregues nos textos jornalísticos recolhidos. Esta análise considerou a frequência das notícias, os géneros jornalísticos selecionados para abordar o tema e o enquadramento narrativo, nomeadamente no que se refere à perspetiva da mudança política.

Em suma, o presente estudo procurou não apenas quantificar a presença mediática das causas analisadas, mas também desvelar a forma como estas foram representadas na imprensa *online* portuguesa, contribuindo, assim, para uma melhor compreensão da relação entre as organizações e a imprensa *online* no contexto da advocacia em saúde.

4. Resultados

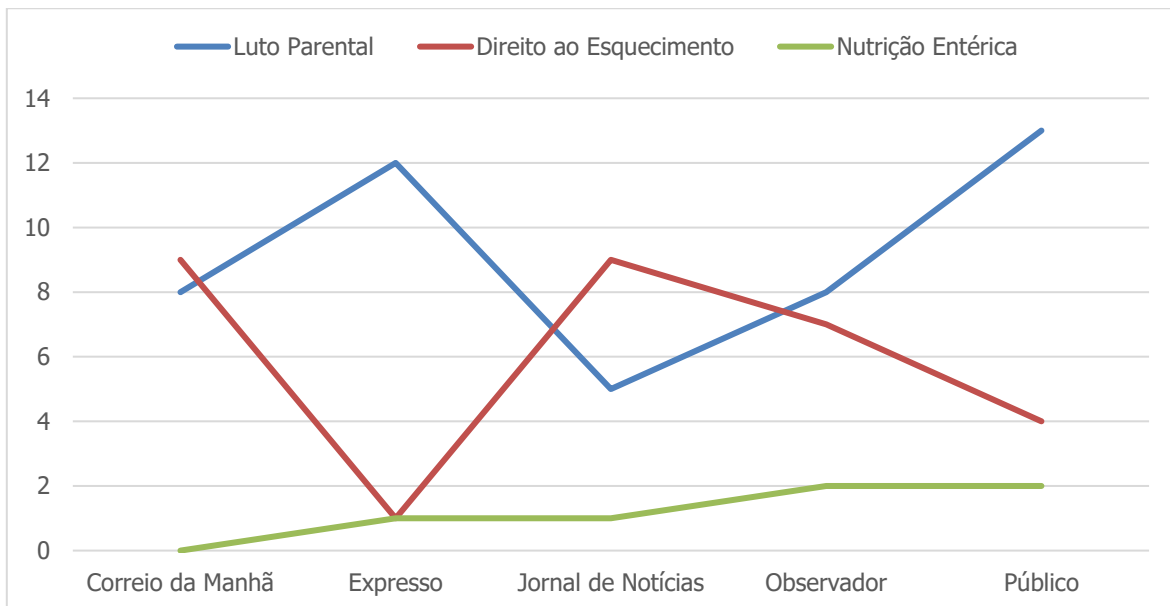
Apresentam-se de seguida os principais dados resultantes da análise da cobertura da imprensa *online* portuguesa relativa às três causas em estudo. Os resultados são organizados em torno de três dimensões analíticas centrais - saliência, formato e narrativa mediática - que permitem compreender de que modo estas causas foram tornadas visíveis, enquadradas e hierarquizadas pelos meios de comunicação social.

4.1. Saliência

De acordo com Silva (2009), a saliência dos temas na cobertura mediática é “o conceito mais elementar no estudo do processo de agenda-setting, que se consubstancia, essencialmente, em função da frequência com que esses temas são abordados” (Silva, 2009, p. 138). Assim, a frequência com que as notícias são disseminadas pelos meios de comunicação social desempenha um papel determinante na forma como os leitores percecionam a importância de determinada informação.

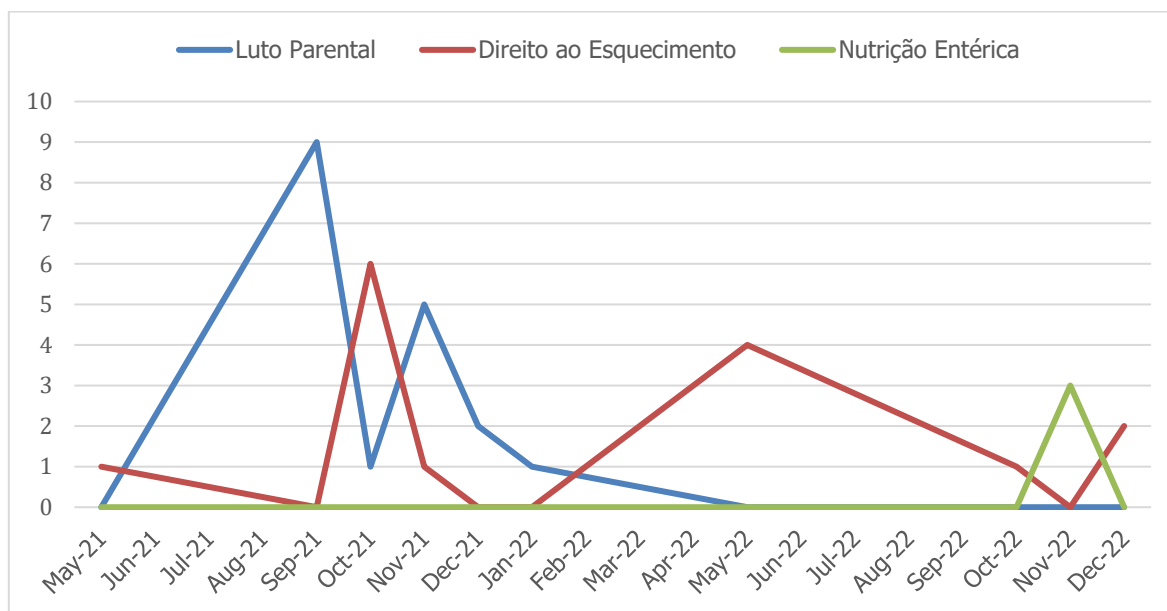
A observação detalhada deste indicador permite avaliar se a cobertura mediática contribuiu para fortalecer ou enfraquecer a relevância social e política dos temas abordados, identificando padrões que revelam tanto a atenção atribuída pelos meios de comunicação como o impacto potencial sobre as audiências (Gráficos 1 e 2).

Gráfico 1. Frequência da cobertura mediática por causa - número de notícias publicadas



Fonte: Elaboração própria

Gráfico 2. Frequência da cobertura mediática por causa ao longo do tempo



Fonte: Elaboração própria

Em termos de saliência, o Luto Parental foi a causa mais noticiada (46 notícias, com maior destaque no Expresso e no Público), seguido do Direito ao Esquecimento (27 peças) e da Nutrição Entérica (apenas 6).

O período em que foi publicada a maioria das notícias sobre o Luto Parental corresponde a setembro de 2021, coincidindo com o Mês Internacional de Sensibilização para o Cancro Pediátrico, momento em que a ACREDITAR escolheu lançar a respetiva petição. Posteriormente, destaca-se dezembro de 2021, altura em que o Presidente da República promulgou o diploma que consagrou o aumento da licença até 20 dias por falecimento de descendente.

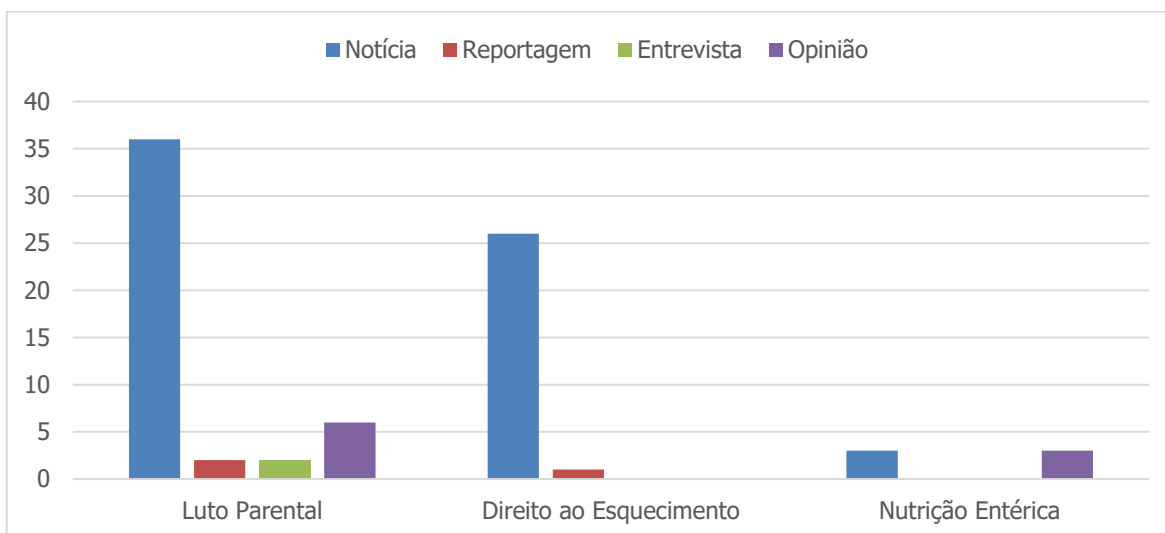
A aprovação do diploma do Direito ao Esquecimento (Lei 75/2021 de 18 de novembro) na especialidade, na Assembleia da República, em outubro de 2021, foi o momento com maior cobertura mediática desta causa. Posteriormente, em maio de 2022, quando as organizações de pessoas com doença começaram a denunciar o incumprimento da lei e a urgência da sua regulamentação, verificou-se o segundo pico noticioso.

Em contraste, o tema da Nutrição Entérica apresentou uma presença bastante limitada na imprensa *online*, com apenas 6 notícias, o que sugere um menor grau de interesse por parte de jornalistas e editores.

4.2. Formato jornalístico

A categorização dos textos noticiosos segundo o seu formato, nomeadamente em notícias, reportagens, entrevistas e artigos de opinião, constitui um passo relevante para compreender a abordagem diferenciada às causas analisadas e a relevância que lhe é atribuída pela edição (Gráfico 3).

Gráfico 3. Formato jornalístico por causa



Fonte: Elaboração própria

O maior volume de material informativo encontrado refere-se ao formato de notícia, representando 82% do total, seguido pelos artigos de opinião, com 12%, a reportagem com 4% e, por fim, a entrevista, que corresponde apenas a 2%.

No âmbito das causas analisadas, verificou-se que apenas duas foram abordadas sob a forma de reportagem: o alargamento do Luto Parental, no Expresso; e a Lei do Direito ao Esquecimento (Lei 75/2021 de 18 de novembro), no Jornal de Notícias. Entre as causas analisadas, apenas o alargamento do Luto Parental beneficiou da publicação de duas entrevistas. Estas destacam-se pelo protagonismo conferido a representantes da ACREDITAR. O Expresso entrevistou o presidente da associação, enquanto o Público ouviu a diretora-geral, evidenciando o posicionamento da ACREDITAR como uma voz de referência e uma entidade legitimada para falar sobre esta questão.

Por outro lado, a publicação de artigos de opinião pode desempenhar um papel distinto na promoção da notoriedade de uma causa. O comentário fundamentado de figuras reconhecidas ou de peritos na matéria pode estimular o debate público e reforçar o posicionamento da causa na agenda mediática.

Foram publicados seis artigos de opinião sobre o alargamento do Luto Parental, assinados por diferentes autores, entre os quais se encontram editores, cronistas regulares, políticos e representantes associativos. A diversidade de vozes que contribuíram para este debate no espaço de opinião revela o interesse gerado por esta problemática, assumindo, assim, uma relevância particular enquanto objeto de reflexão e comentário.

No que respeita à Nutrição Entérica, é de destacar que obteve três artigos de opinião, distribuídos pelo Observador e Público. Dois desses artigos foram redigidos pela dirigente da Associação Crohn Colite Portugal, que, deste modo, procurou dar visibilidade à causa. O terceiro artigo teve como autor um profissional de saúde, cuja intervenção veio conferir um enquadramento técnico e especializado ao tema.

4.3. Narrativa mediática

A análise da narrativa mediática associada às causas em estudo, teve como objetivo compreender de que modo estas foram representadas nos discursos veiculados pelos meios, procurando-se identificar se, e em que medida, lograram transitar da esfera da opinião pública para o domínio da agenda política.

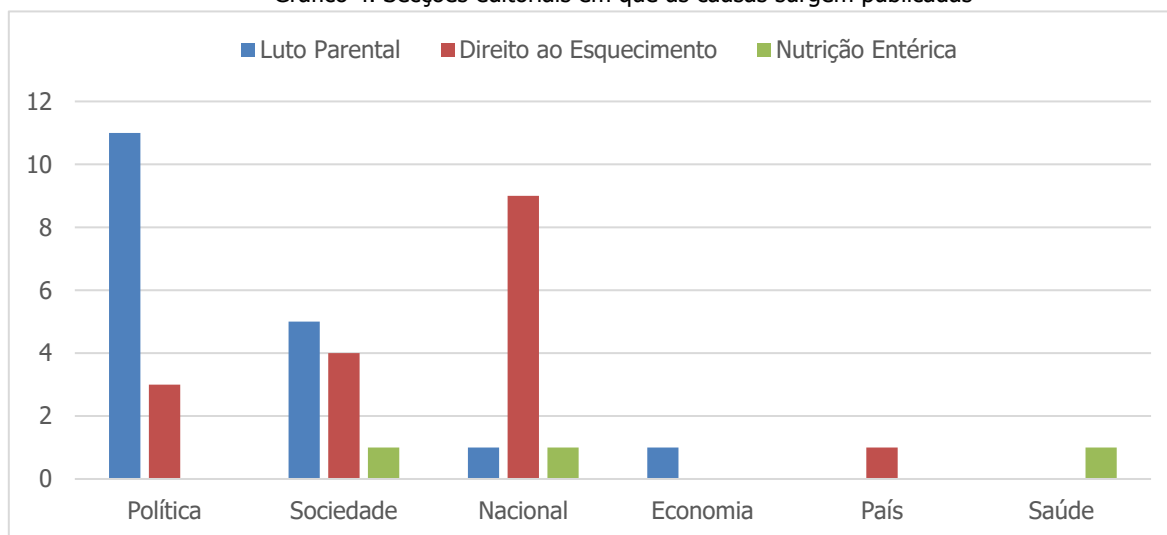
Na imprensa, elementos como a organização do conteúdo - nomeadamente, a seção onde o artigo é publicado - e a composição textual, com maior ênfase nos títulos, contribuem para definir a atenção que os leitores lhe dedicam (Althaus & Tewksbury, 2002).

Para a presente análise da narrativa de cada jornal, procurou-se observar de que modo as matérias foram organizadas nas seções identificáveis (Gráfico 4), bem como os títulos selecionados para enquadrar as notícias (Quadros 1, 2 e 3).

Por uma questão metodológica, decidiu-se excluir desta análise as notícias provenientes de *takes* da agência de notícias Lusa. Esta opção foi fundamentada pelo objetivo de centrar a investigação nas produções jornalísticas que melhor refletem as decisões editoriais autónomas dos meios em estudo. Além disso considera-se que os conteúdos originados por agências tendem a seguir uma linha mais padronizada, o que poderia limitar a exploração de variações significativas entre os jornais.

Adicionalmente, tendo em conta a natureza intrinsecamente subjetiva dos artigos de opinião, optou-se também por excluí-los da análise. Esta decisão foi orientada pelo propósito de concentrar a avaliação na produção noticiosa que segue critérios jornalísticos de objetividade.

Gráfico 4. Secções editoriais em que as causas surgem publicadas



Fonte: Elaboração própria

Quadro 1. Luto Parental - Títulos das notícias

Jornal	Título
Correio da Manhã	<i>Luto parental vai subir para 20 dias, aprova o Parlamento.</i>
	<i>Presidente da República promulga aumento até 20 dias de licença por morte de filho.</i>
	<i>Entra em vigor lei que alarga período de luto parental.</i>
Expresso	<i>"Os filhos nunca devem morrer antes dos pais." O luto parental é apenas de cinco dias e há uma petição que quer mudar isso.</i>
	<i>"A morte de um filho é uma amputação." A lei diz que são só cinco dias de luto.</i>
	<i>"Há dias que marcam a alma": 12/01/2005 e 24/07/2016 (duas histórias de luto parental).</i>
	<i>PCP vai apresentar proposta para alargar faltas justificadas por perda de filho.</i>
Jornal de Notícias	<i>PSD também quer dar 20 dias de luto pela perda de um filho.</i>
Observador	<i>Parlamento deverá aprovar alargamento da licença de luto pela perda de um filho de cinco para 20 dias.</i>
	<i>Alargamento do luto parental de 5 para 20 dias aprovado no Parlamento.</i>
Público	<i>Luto Parental chega ao Parlamento: Petição e PAN forçam debate.</i>
	<i>Luto parental na Europa vai das 26 semanas na Dinamarca a apenas um dia em Malta.</i>
	<i>Petição sobre luto parental já tem maioria no Parlamento.</i>
	<i>Luto parental: "Sem esta adesão impressiva dos cidadãos, a resposta dos partidos seria menos pronta".</i>
	<i>PS quer aumentar faltas justificadas de pais que perdem um filho, de cinco para 20 dias.</i>
	<i>Todos os partidos de acordo no aumento do tempo de luto parental para 20 dias, mas não se entendem sobre quem paga.</i>
	<i>Luto parental de 20 dias será pago pelo patrão, mas não está incluída perda gestacional.</i>
	<i>Marcelo promulgou aumento do luto parental de cinco para 20 dias.</i>

Fonte: Elaboração própria

No caso do Luto Parental, com base na narrativa mediática e na forma como foi abordado na imprensa *online*, apresentamos as seguintes considerações, destacando a perspetiva política subjacente:

- A análise das seções e dos títulos revela que esta causa foi abordada sob uma perspetiva política, com destaque para as iniciativas legislativas e o envolvimento de diferentes partidos na discussão e aprovação das medidas. A frequência de artigos publicados na seção de "Política" e a menção constante a atores políticos, indicam que a cobertura mediática enfatizou o processo político e as dinâmicas de negociação em torno do alargamento do luto parental.
- A cobertura mediática destaca o papel da Associação ACREDITAR que, através da petição pública, mobilizou apoio popular e incentivou os partidos a agirem.

- A escolha de títulos que enfatizam a necessidade de uma resposta mais justa e proporcional ao sofrimento dos pais que perdem um filho, sugere uma abordagem que procura sensibilizar a opinião pública e, conseqüentemente, influenciar os decisores. Este enquadramento evidencia a humanização e o valor simbólico do tema, assim como a apresentação da medida legislativa como uma questão de justiça e reconhecimento dos direitos dos cidadãos.

Em suma, os dados analisados indicam que a cobertura mediática conferiu uma clara dimensão política à causa do alargamento do Luto Parental, evidenciando o seu percurso desde o lançamento da petição pública, à consciencialização social, até ao debate parlamentar e à formalização legislativa.

Quadro 2. Direito ao Esquecimento (Lei 75/2021 de 18 de novembro) - Títulos das notícias

Jornal	Título
Correio da Manhã	<i>Diploma sobre "Direito ao esquecimento" aprovado na especialidade.</i>
Expresso	<i>Em vigor desde janeiro, lei do esquecimento continua na gaveta.</i>
Jornal de Notícias	<i>AR aprova diploma do PS pelo "direito ao esquecimento".</i>
	<i>"Direito ao esquecimento": votação adiada na especialidade a pedido do PSD.</i>
	<i>Quando ter uma doença trava o acesso a uma casa.</i>
	<i>"Direito ao esquecimento" aprovado na especialidade.</i>
	<i>Promulgado diploma que proíbe discriminação em seguros de vida.</i>
	<i>Diabéticos e sobreviventes de cancro sem acesso a seguros de vida e a créditos.</i>
	<i>PS alerta para falhas na lei do direito ao esquecimento.</i>
	<i>Diabéticos pedem regulamentação do Direito ao Esquecimento.</i>
	<i>Portugueses que vencem doenças castigados nos seguros e créditos.</i>
Observador	<i>Direito ao esquecimento. AR vai aprovar lei que abre porta dos seguros e créditos a quem tem diabetes, VIH e hepatite C controladas.</i>
	<i>Sobreviventes de cancro e diabéticos ainda são discriminados no acesso a seguros de vida e créditos, seis meses após lei entrar em vigor.</i>
Público	<i>Direito ao esquecimento para quem teve cancro chega a Portugal.</i>
	<i>Direito ao esquecimento para quem superou cancro alargado a diabetes, VIH e hepatite C.</i>
	<i>Lei do direito ao esquecimento entrou em vigor, mas não está a ser cumprida.</i>
	<i>Um ano depois, lei do direito ao esquecimento continua por aplicar.</i>

Fonte: Elaboração própria

Relativamente à cobertura mediática da Lei do Direito ao Esquecimento (Lei 75/2021 de 18 de novembro), através da análise efetuada, é possível perceber que esta causa foi, também, abordada com uma clara perspetiva política:

- A análise revela que a maioria das notícias publicadas pelo Público inserem-se na seção de "Política", sublinhando o carácter político do tema. As menções frequentes ao Parlamento, à aprovação de diplomas e à intervenção de partidos indicam que a questão do Direito ao Esquecimento (Lei 75/2021

de 18 de novembro) foi tratada como um processo de mudança legislativa, envolvendo debate e decisão política.

- Muitos dos títulos fazem referência direta ao Parlamento e ao papel dos partidos políticos na aprovação do diploma. Esse foco reflete uma abordagem que visa esclarecer o percurso legislativo do diploma e os desafios enfrentados no processo.
- Diversos artigos enfatizam que a aplicação prática da lei tem sido problemática, destacando a ausência da sua regulamentação e a continuidade da discriminação de cidadãos com doença superada ou mitigada que a lei visa proteger, indicando uma perspectiva crítica que procura responsabilizar as entidades envolvidas.
- A cobertura jornalística também reflete a pressão exercida por organizações da sociedade civil por uma regulamentação adequada. A denúncia de falhas na aplicação da lei mostra como a mobilização social pode impulsionar a discussão política e manter o tema presente no debate público.
- Inicialmente centrada na discriminação de sobreviventes de cancro, a discussão sobre a Lei do Direito ao Esquecimento (Lei 75/2021 de 18 de novembro) foi ampliada para abranger outras condições de saúde, como a diabetes, VIH e hepatite C. Este alargamento do debate foi evidenciado na cobertura mediática.

Em resumo, a cobertura mediática indica que a causa do Direito ao Esquecimento foi tratada como uma questão de política pública, com implicações para os direitos dos cidadãos e para a regulação de práticas discriminatórias de pessoas com doença no setor financeiro.

Quadro 3. Acesso à Nutrição Entérica - títulos das notícias

Jornal	Título
Expresso	<i>Há 114 mil cidadãos alimentados por sonda com dificuldades e sem ajuda do Estado.</i>
Jornal de Notícias	<i>Estado deixa sem ajuda mais de 100 mil doentes alimentados por sonda.</i>
Público	<i>Mais de 100 mil doentes com dificuldade em suportar custos de alimentação por sonda.</i>

Fonte: Elaboração própria

Por último, a análise da cobertura mediática relativa à causa do acesso à Nutrição Entérica permite-nos elaborar algumas considerações quanto à abordagem política do tema:

- Embora o tema envolva claramente uma questão de política pública - comparticipação de produtos para nutrição entérica - a escolha das seções indica que os jornais não priorizaram esse enquadramento. A categorização sugere que a causa foi abordada, principalmente, como uma questão de saúde pública e bem-estar social.
- Os títulos destacam as dificuldades financeiras enfrentadas por mais de 100 mil pessoas que dependem de alimentação por sonda e a ausência de comparticipação pelo Serviço Nacional de Saúde. No entanto, o foco é colocado mais nas implicações para os cidadãos do que em propostas legislativas específicas.

Sucintamente, o enquadramento jornalístico dado à Nutrição Entérica, embora reconheça a responsabilidade do Estado e a necessidade de políticas públicas, foi feito mais como uma questão de saúde pública com implicações sociais, do que como um tema político em debate ativo.

5. Discussão

A análise da cobertura mediática, aliada à avaliação da profundidade com que os temas foram abordados, permite identificar de que forma são representadas as causas defendidas por organizações de pessoas com doença nos meios de comunicação, assim como compreender o papel destes na estruturação e aprofundamento de debate público, consoante o grau de saliência, o enquadramento narrativo e a proximidade à agenda política.

Os dados evidenciam diferenças significativas na forma como as causas foram tratadas mediaticamente, refletindo prioridades e sensibilidades distintas.

A prevalência do tema do alargamento do Luto Parental nos meios de comunicação social *online* indica que esta é uma questão que ressoa profundamente na sociedade, sublinhando uma necessidade coletiva de apoio e compreensão em momentos de perda. A intensidade e diversidade da cobertura mediática favoreceram a construção de um debate público que ultrapassou a lógica episódica da notícia e permitiu revelar, não apenas a relevância social e emocional do luto, mas também a importância de promover discussões informadas e abertas sobre o assunto. Em linha com o defendido por McKeever (2012), a *agenda setting*, que postula que os media influenciam o que as pessoas pensam, assim como o enquadramento humano dado ao tema, poderão em parte explicar como a atenção mediática ajudou a empurrar a causa para a agenda política.

A cobertura mediática do alargamento do Luto Parental e da Lei do Direito ao Esquecimento (Lei 75/2021 de 18 de novembro) permitiu acompanhar os percursos legislativos de ambas as causas, destacando a sua evolução ao longo do tempo e o papel central que os meios de comunicação podem desempenhar na mobilização de apoio público e na pressão sobre os decisores políticos.

No entanto, a análise também evidencia limitações. A efetividade da Lei do Direito ao Esquecimento (Lei 75/2021 de 18 de novembro), embora tenha sido criada para melhorar a vida das pessoas que superaram ou mitigaram uma doença, enfrenta obstáculos significativos devido à resistência encontrada junto de entidades bancárias e seguradoras. A cobertura mediática, neste caso, serviu para expor as dificuldades de regulamentação da lei e para manter o tema na agenda pública, funcionando como espaço de *accountability*.

Em contraste, a causa do acesso à Nutrição Entérica recebeu uma cobertura mediática significativamente menor. Esta escassez de visibilidade poderá derivar de vários fatores, incluindo a complexidade técnica envolvida e uma falta de compreensão quanto ao impacto real desta problemática na vida das pessoas que necessitam de nutrição clínica.

Os três estudos de caso revelam níveis distintos de profissionalização e intencionalidade estratégica no recurso à *media advocacy*, destacando-se a ação da ACREDITAR pela articulação consistente entre produção de conhecimento, mobilização e estratégia comunicacional. Estes resultados confirmam que a visibilidade mediática

é condição necessária, ainda que não suficiente, para o desenvolvimento de um debate público informado e politicamente consequente.

Para que as organizações de pessoas com doença consigam melhorar a sua visibilidade mediática e, consequentemente, reforçar a eficácia das suas estratégias de *advocacy*, torna-se essencial adotar práticas alinhadas com as expectativas e dinâmicas atuais do jornalismo.

De acordo com o relatório “Estado dos Media 2025” da empresa CISION, os jornalistas privilegiam propostas de notícias que apresentem ideias relevantes, sustentadas por dados e investigação robusta. A relevância surge, aliás, como um conceito central para a maioria dos profissionais inquiridos neste estudo. A proposta mediática deve ainda oferecer uma narrativa exclusiva e alinhada com o interesse público, sob pena de se diluir no ruído comunicacional que caracteriza o espaço mediático contemporâneo.

Para além do conteúdo, o modo como as organizações comunicam com os órgãos de comunicação social exige um cuidado estratégico. A esmagadora maioria dos jornalistas europeus (98%) prefere o contacto por email, valorizando o envio de comunicados de imprensa claros, transparentes e com uma extensão adequada. Paralelamente, a construção de relações com os jornalistas deve basear-se num trabalho prévio de identificação dos seus interesses, bem como do perfil dos públicos a que se dirigem. Como sublinham Choge *et al.* (2023), importa estabelecer alianças com jornalistas e editores, não apenas enquanto canais de difusão, mas sobretudo como parceiros estratégicos.

Segundo os mesmos autores, a independência assume um papel central na preservação da credibilidade e da sustentabilidade das mensagens de *advocacy*. Por essa razão, Choge *et al.* (2023) defendem a liberdade editorial e a valorização do *earned media* (a cobertura noticiosa conquistada), assente em conteúdos de interesse público, em detrimento das abordagens pagas, como estratégia de longo prazo.

Adicionalmente, o envio de comunicações genéricas ou descontextualizadas revela-se contraproducente e pode comprometer oportunidades futuras de colaboração. Acresce que o respeito pelos prazos editoriais e a capacidade de resposta célere aos pedidos da comunicação social são aspetos que podem fazer a diferença entre assegurar ou perder espaço mediático (CISION, 2025).

Estas recomendações, contudo, não devem ser encaradas como soluções universais. Cabe às organizações fazer uma leitura crítica das suas próprias prioridades, dos recursos de que dispõem e dos contextos em que intervêm, evitando uma adaptação acrítica a lógicas mediáticas que, em última instância, poderão não servir os seus objetivos de *advocacy*.

Os resultados sugerem que os meios de comunicação social podem ser instrumentos poderosos para a promoção da justiça social e para o reforço da advocacia em saúde. Por um lado, confirmam a necessidade de narrativas humanas, sustentadas pela voz de quem vive a experiência, para criar empatia pública; por outro, evidenciam que o trabalho jornalístico tende a priorizar agendas já politicamente ativas e socialmente legitimadas. A forma como um tema se torna visível e relevante, combinada com o nível de apoio público que uma organização consegue mobilizar, é fundamental para explicar a visibilidade que alcança nos meios de comunicação social (Willems, 2022).

Por fim, a análise da cobertura mediática fornece uma perspetiva abrangente sobre o papel dos meios de comunicação social na amplificação ou no silenciamento de determinadas questões promovidas por organizações de pessoas com doença, conferindo maior poder simbólico a determinadas causas e contribuindo, assim, para uma melhor compreensão destas por parte da opinião pública. Neste sentido, para que as organizações de pessoas com doença possam maximizar o impacto das suas ações de *advocacy*, importa que reconheçam o valor estratégico de mobilizar as vantagens comparativas dos órgãos de comunicação social, quer em termos de alcance, quer da eficácia e da clareza da mensagem junto do público em geral e dos decisores políticos.

6. Conclusão

Este trabalho evidencia que a eficácia das causas de saúde na sua projeção pública e política depende, em larga medida, da forma como são tornadas visíveis, hierarquizadas e enquadradas pelos meios de comunicação social. Ao analisar empiricamente o contexto português, procura-se contribuir para colmatar uma lacuna nos estudos de comunicação em saúde, demonstrando que o uso estratégico da comunicação e dos media não é um elemento acessório, mas antes uma condição estruturante para a advocacia em saúde e para a capacidade de as organizações influenciarem agendas.

Ao centrar-se na imprensa *online* portuguesa e nas organizações de pessoas com doença, enquanto fontes e protagonistas do discurso público, este trabalho contribui para ampliar o olhar sobre a comunicação em saúde, para além de uma lógica informativa ou dirigida à mudança comportamental individual. Nesse sentido, sublinha-se o papel da comunicação para a cidadania, para o reconhecimento de direitos e para a legitimação social.

Agradecimentos / Financiamento

Os autores não receberam nenhum apoio financeiro para esta investigação.

Conflito de interesses

Os autores declaram não ter qualquer conflito de interesses.

Declaração ética

O estudo foi conduzido de acordo com os padrões éticos do ISCTE – Instituto Universitário de Lisboa e aprovado pela Comissão de Ética da Escola de Sociologia e Políticas Públicas – PF 14/2024.

Declaração de uso de IA

Nenhuma ferramenta de inteligência artificial generativa foi utilizada na preparação deste manuscrito.

Disponibilidade dos dados

Os dados que sustentam as conclusões deste estudo estão disponíveis mediante solicitação.

Contribuição dos autores

	Maria João Serqueira	Rita Espanha
Conceptualização	X	
Investigação	X	
Metodologia	X	
Supervisão		X
Validação		X
Redação do rascunho original	X	
Redação – revisão e edição	X	X

Referências

- ACREDITAR-Associação de Pais e Amigos de Crianças com Cancro (2021). *Relatório de Atividades 2021 – Juntos somos mais fortes*. <https://acreditar.org.pt/wp-content/uploads/2022/11/Relatorio-Actividades-Acreditar-2021.pdf>
- Althaus, S. L.; Tewksbury, D. (2014). Agenda Setting and the “New” News: Patterns of Issue Importance Among Readers of the Paper and Online Versions of the New Your Times. *Communication Research*, 29(2) (pp. 180-207). <https://doi.org/10.1177/0093650202029002004>
- Andrews, K. T.; Caren, N. (2010). Making the News: Movement Organizations, Media Attention, and the Public Agenda. *American Sociological Review*, 75(6). Sage (pp. 841-866). <https://doi.org/10.1177/0003122410386689>
- Atkin, C. K.; Rice, R. E. (2013). Advances in Public Communication Campaigns. *The International Encyclopedia of Media Studies, Vol. 5: Media effects/Media psychology*. Wiley-Blackwell (pp. 526-551). <https://doi.org/10.1002/9781444361506.wbiems129>
- Banks, N.; Hulme, D.; Edwards, M. (2015). NGOs, States, and Donors Revisited: Still Too Close for Comfort? *World Development*, 66. Elsevier. (pp. 707-718). <https://doi.org/10.1016/j.worlddev.2014.09.028>
- Barker-Plummer, B. (2002). Producing Public Voice: Resource Mobilization and Media Access in the National Organization for Women. *Journalism & Mass Communication Quarterly*, 79(1) (pp. 188-205). <https://doi.org/10.1177/107769900207900113>
- Brown, P.; Zavestoski, S.; McCormick, S.; Mayer, B.; Morello-Frosch, R.; Altman, R. G. (2004). Embodied health movements: new approaches to social movements in health. *Sociology of Health & Illness*, 26(1). Blackwell Publishing (pp. 50-80). <https://doi.org/10.1111/j.1467-9566.2004.00378.x>
- Castells, M. (2008). The new public sphere: global civil society, communication networks, and global governance. *The ANNALS of the American Academy of Political and Social Science*, 616(1). (pp. 78-93). <https://doi.org/10.1177/0002716207311877>
- CISION (2025). *Relatório Global 2025: Estado dos Media* (guia prático). <https://www.cision.pt/recursos/whitepapers/estudo-global-2025-estado-dos-media>
- Chapman, S. (2001). Advocacy in public health: roles and challenges. *International Journal of Epidemiology*, 30(6). (pp. 1226-1232). <https://doi.org/10.1093/ije/30.6.1226>
- Chapman, S. (2004). Advocacy for public health: a primer. *J. Epidemiol. Community Health*, 68. (pp. 361-365). <https://doi.org/10.1136/jech.2003.018051>

- Choge, I.; Mwalimu, R.; Mulyanga, S.; Njiri, S.; Kwachi, B.; Ontiri, S. (2023). Media advocacy in catalyzing actions by decision-makers: case study of the advance family planning initiative in Kenya. *Frontiers in Global Women's Health*. <https://doi.org/10.3389/fgwh.2023.1168297>
- De Bruycker, I. (2019). Blessing or Curse for Advocacy? How News Media Attention Helps Advocacy Groups to Achieve Their Policy Goals. *Political Communication*, 36. Routledge – Taylor & Francis Group. (pp. 103-126). <https://doi.org/10.1080/10584609.2018.1493007>
- Dorfman, L.; Krasnow, I. D. (2014). Public Health and Media Advocacy. *Annual Reviews Public Health*, 35. (pp. 293-306). <https://doi.org/10.1146/annurev-publhealth-032013-182503>
- Espanha, R. (2020). A Literacia em Saúde e a Comunicação de Risco em Saúde Pública. *Comunicação Pública*, 15(29). Lisboa: Escola Superior de Comunicação Social. (pp. 1-13). <https://doi.org/10.4000/cp.11303>
- Filipe, A. M.; Roriz, M.; Costa, D. N.; Matias, M.; Nunes, J. A. (2014). Coletivos sociais na saúde: o ativismo em torno das doenças raras e do parto em Portugal. *Saúde, Participação e Cidadania: Experiências do Sul da Europa*. Edições Almedina. (pp. 175-193).
- Gardner, A.; Geierstanger, S.; Brindis, C.; McConnel, C. (2010). Clinic Consortia Media Advocacy Capacity: Partnering with the Media and Increasing Policymaker Awareness. *Journal of Health Communication*, 15. Routledge – Taylor & Francis Group. (pp. 293-306). <https://doi.org/10.1080/10810731003686606>
- Gen, S.; Wright, A. M. (2020). *Nonprofits in Policy Advocacy. Their Strategies and Stories*. Palgrave macmillan. <https://doi.org/10.1515/npf-2021-0015>
- Halvorsen, K. et al (2020). Empowerment in healthcare: A thematic synthesis and critical discussion of concept analyses of empowerment. *Patient Education and Counseling*, 103. Elsevier. (pp. 1263-1271). <https://doi.org/10.1016/j.pec.2020.02.017>
- Kim, Y. M.; McCluskey, M. (2015). The DC factor? Advocacy groups in the news. *Journalism*, 16(6). Sage. (pp. 791-811). <https://doi.org/10.1177/1464884914541068>
- Lei n.º 75/2021, de 18 de novembro (2021). *Diário da República*, 1.ª série, n.º 224. <https://diariodarepublica.pt/dr/legislacao-consolidada/lei/2021-174595429>
- Lewis, B.; Lewis, J. (2015). *The Palgrave Macmillan Health Communication – A Media and Cultural Studies Approach*. Palgrave Macmillan.
- McKeever, B. W. (2012) News Framing of Autism: Understanding Media Advocacy and the Combating Autism Act. *Science Communication*, 35. Sage. (pp. 213-240). <https://doi.org/10.1177/1075547012450951>
- McQuail, D.; Deuze, M. (2020). *McQuail's Media & Mass Communication Theory*. Sage.
- Nunes, J. A.; Filipe, A. M.; Matias, M. (2010). Os novos actores colectivos no campo da saúde: o papel das famílias nas associações de doentes. *Alicerces*. Edições Colibri / Instituto Politécnico de Lisboa. (pp. 119-128).
- Rabeharisoa, V.; Moreira, T.; Akrich, M. (2013). *Evidence-based activism: Patients' organisations, users' and activist's groups in knowledge society*. Centre de Sociologie de L'Innovation Mines Paris Tech.
- Reid, E. J. (2000). Understanding the Word Advocacy: Context and Use. *Structuring the Inquiry into Advocacy*, 1. The Urban Institute. (pp. 1-7).
- Servaes, J. & Malikhao, P. (2010). Advocacy Strategies for Health Communication. *Public Relations Review*, 36. Elsevier. (pp. 42-49). <https://doi.org/10.1016/j.pubrev.2009.08.017>
- Sienkiewicz, D. & Lingem, C. (2017). *The Added Value of Patient Organizations*. European Patients Forum.
- Silva, P. A. (2009). *A Saúde nos Mass Media: Representações da Saúde, do Sistema de Saúde e das Políticas Públicas de Saúde na Imprensa Escrita Portuguesa (Análise Longitudinal de 1990 a 2004)*. (Tese de Doutoramento. Departamento de Sociologia, ISCTE-IUL – Instituto Universitário de Lisboa). https://repositorio.iscte-iul.pt/bitstream/10071/2831/1/phd_pedro_alcantara_silva.pdf

- Townsend, B.; Tenni, B. F.; Goldman, S.; Gleeson, D. (2023). Public health advocacy strategies to influence policy agendas: lessons from a narrative review of success in trade policy. *Globalization and Health*. [https://doi: 10.1186/s12992-023-00960-7](https://doi.org/10.1186/s12992-023-00960-7)
- Wallack, L.; Dorfman, L. (1996). Media Advocacy: A Strategy for Advancing Policy and Promoting Health. *Health Education Quarterly*, 23(3). Sage Publications. (pp. 293-317). <https://doi.org/10.1177/109019819602300303>
- World Health Organization (1986). *The Ottawa charter for health promotion*.
- World Health Organization (1998). *Health promotion glossary*. <https://iris.who.int/server/api/core/bitstreams/402acba9-d79c-4dad-89ae-5085cb528400/content>
- World Health Organization (2021). *Nothing for Us Without Us: Opportunities for meaningful engagement of people living with NCDs: Meeting report*.
- Willems, E. (2022). No Escape From the Media Gates? How Public Support and Issue Salience Shape Interest Groups' Media Prominence. *Journalism & Mass Communication Quarterly*. Sage. (pp. 1-26). <https://doi.org/10.1177/10776990221124942>
- Yamin, A. E. (2009). Suffering and powerlessness: the significance of promoting participation in rights-based approaches to health. *Health and Human Rights*, 11. (pp. 5-22).