



Análise de Conteúdo à Comunicação Editorial

3º Trimestre de 2012



ÁGUAS PÚBLICAS DO ALENTEJO

COMMUNICATION PERFORMANCE

3º Trimestre de 2012



Introdução

- A análise de *performance* da comunicação permite avaliar a eficácia das ações de comunicação e relações públicas através da medição do potencial das notícias veiculadas em impactarem os *targets* da comunicação.
- A avaliação de *performance* da comunicação quando cruzada com a análise de conteúdo à reputação da marca, medida através da observação nos *media* dos conceitos chave da reputação, permite efetuar um diagnóstico que quantifica e qualifica os efeitos do trabalho dos profissionais da comunicação e relações públicas na construção da reputação e imagem de marca.

Executive Summary

- No período compreendido entre 1 de julho e 30 de setembro de 2012 foram analisadas 18 notícias para a Águas Públicas do Alentejo, que resultaram numa favorabilidade positiva de 3,7 pontos e num Advertising Equivalent Value (AEV) de 13.644€.

- A maioria da informação revelou-se positiva (67%) e a restante equilibrada (33%).

- A maioria da informação foi veiculada na em Televisão, com reportagens relativas à amargem de emergência na barragem do Roxo, nas quais Olga Martins, da empresa Águas Públicas do Alentejo, presta declarações assegurando a garantia de controle, no caso de acontecer um eventual derrame de combustível. A Imprensa representou sete notícias e os meios Online e Rádio uma notícia.

Key Performance Indicators

Frequência

Número de notícias veiculadas

18

AEV

AEV (ADVERTISING EQUIVALENT VALUE)

Valor do espaço editorial ocupado pela marca, com base na metodologia de análise de informação Cision e avaliado segundo as tabelas de publicidade de cada Órgão de Comunicação Social.

13,6K€

Favorabilidade

Tendência editorial ou favorabilidade mediática medida em função da análise textual dos conteúdos das notícias numa escala de 1 a 5.

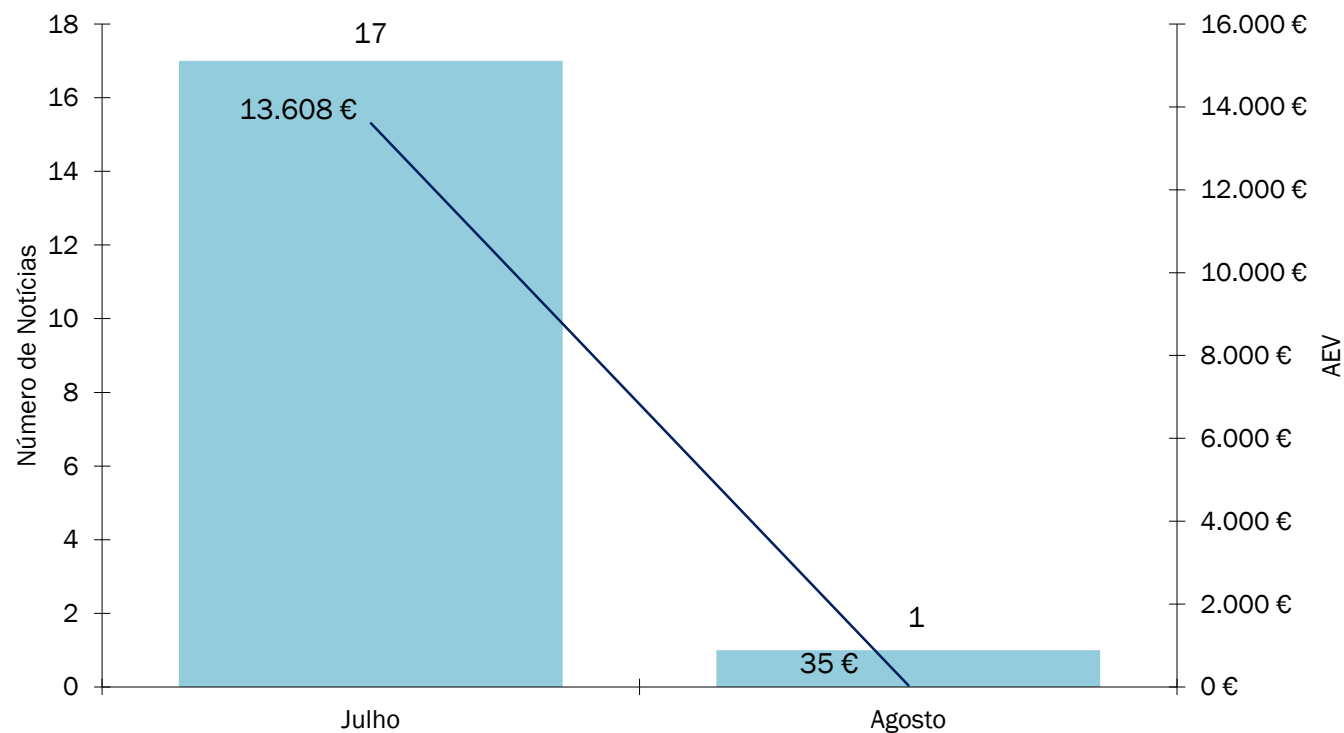
3,7



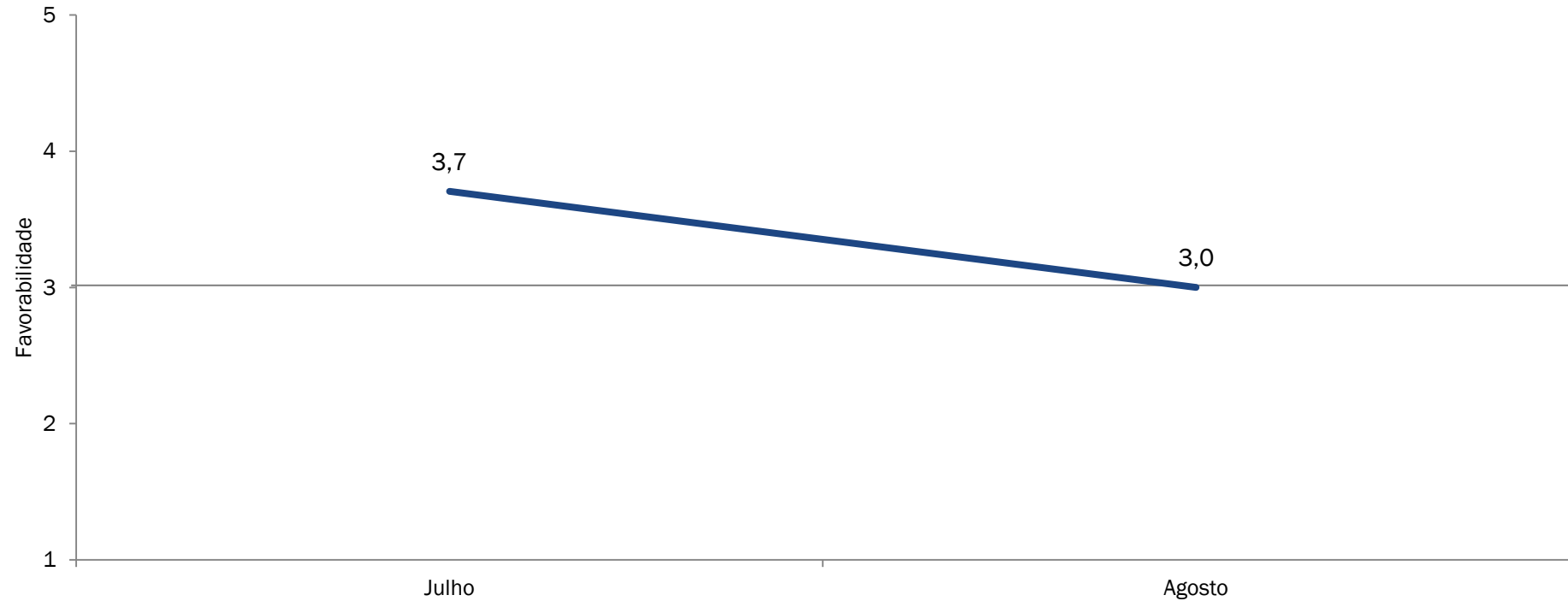
Evolução mensal

Numa análise à evolução mensal o destaque vai para o mês de julho, em número de notícias e Impacte Financeiro justificado pela presença em TV (TVI/TVI24).

Não houve registo de informação em Setembro.



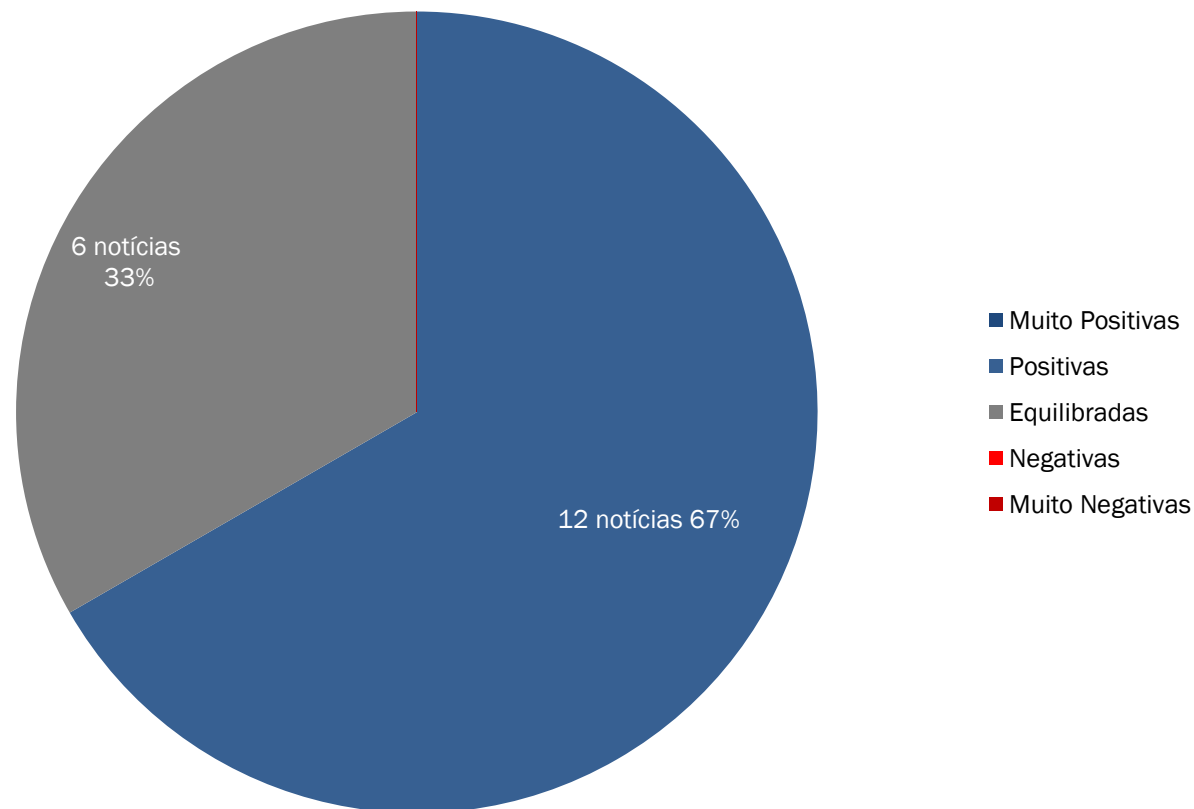
Evolução mensal da favorabilidade média



Notícias positivas, equilibradas, negativas

A maioria da informação resulta positiva, consequência de reportagens na TVI/TVI 24 acerca de uma amargem de emergência na barragem do Roxo, nas quais Olga Martins, da empresa Águas Públicas do Alentejo, presta declarações assegurando a garantia de controle, no caso de acontecer um eventual derrame de combustível.

A informação equilibrada representou 33% com breves referências à empresa.



Exemplos de notícias positivas

SANTIAGO DO CACÉM

Câmara apresenta Acreditação do Laboratório Municipal de Águas

“A criação do Laboratório foi uma opção de lealdade para os nossos munícipes”

Com a Acreditação do Laboratório, o Município de Santiago do Cacém veio recuperar a sua capacidade de realização de ensaios para a garantia da qualidade da água que é distribuída às populações, mas também assegurar a prestação de um serviço de confiança e credível, ao exterior: entidades gestoras de água, entidades de saúde pública, empresas, empreendimentos turísticos e particulares.

A Câmara Municipal de Santiago do Cacém apresentou na passada semana a Acreditação do Laboratório Municipal de Águas numa cerimónia que se realizou na Sala de Sessões do Município.

O presidente da autarquia, Vítor Proença, lembrou o processo de criação do Laboratório em 1993 salientando ter-se tratado de “uma opção política e audaz relativamente à água pública que fornecemos aos nossos munícipes”.

Vítor Proença disse ainda que “não temos empresa municipal, temos sim uma gestão directa da autarquia o que representa uma lealdade para com a nossa população”.

O edil relembrou ainda que “a



QUALIDADE - Presidente da câmara apresentou a Acreditação do Laboratório Municipal de Águas

Acreditação do Laboratório de Águas da Câmara Municipal de Santiago do Cacém pelo IPAC traz maior rigor na qualidade da amostragem e um controlo de qualidade ainda mais exigente, estando agora o Laboratório bem preparado para enfrentar com responsabilidade os desafios do presente e do futuro”.

Por sua vez, o vereador do Ambiente na Câmara Municipal, José Rosado elogiou o trabalho de toda a

equipa e classifica a Acreditação como sendo “a concretização de uma meta traçada pelo executivo actual e por anteriores”, acrescentando que “após as melhorias e as obras feitas, e mesmo sem termos garantias de financiamentos comunitários, nunca tivemos dúvidas de que este projecto era para avançar”.

José Rosado reconheceu a “elevada competência técnica e ao nível do quadro de pessoal do Labo-

ratório” traçando já como meta a “criação de um plano para atrair novos clientes e ir além fronteiras com a prestação de um serviço credível e com preços muito competitivos”.

O presidente da Câmara Municipal de Santiago do Cacém lançou mesmo um repto às entidades do sector e nomeadamente à Águas Públicas do Alentejo, representada na cerimónia por Olga Martins.

Segundo Vítor Proença “a partir

de agora estamos em condições para vender serviços à Águas do Alentejo”, um repto que boa recepção.

Olga Martins felicitou a autarquia pelo passo que deu e pela “benvinda” assegurando mesmo os desejos de estender a qualidade que temos com o Município de Santiago do Cacém”.

Também o Presidente da Assembleia Municipal de Santiago do Cacém, Ramiro Beja, autarca na em que se iniciou o projecto Laboratório Municipal disse que

bámos de enriquecer o município e as populações do concelho. A assistir à cerimónia estiveram convidados do município de Mário Jorge, da Autoridade

Saúde que aproveitou para que a sua presença na cerimónia apresente também “uma homenagem aos técnicos e à autarquia trabalho desenvolvido em prol da qualidade da água e do seu laboratório”.

A mesma opinião foi manifestada por Adelaide Belo, da Administração do Hospital do Litoral Alentejano que disse ter consciência das enormes exigências da Acreditação de um serviço.

SANTIAGO DO CACÉM Laboratório de águas municipal acreditado pelo Instituto de Acreditação

‘Gestão directa da autarquia representa lealdade para com população’

O presidente da Câmara de Santiago do Cacém, Vítor Proença, defendeu ontem a “água” como elemento central das “políticas autárquicas”, considerando que a opção de ter um laboratório de águas municipal acreditado contribui para garantir a qualidade do serviço prestado à população.

“Pela água se nota as opções que o poder local pode tomar, desde logo o respeito pela população e pelos cidadãos”, disse ontem o autarca, durante a apresentação pública da acreditação conquistada pelo laboratório de águas municipal de Santiago do Cacém, o único do país sob gestão autárquica directa. “Não temos empresa municipal, mas uma gestão directa da autarquia, o que representa uma lealdade para com a população”, acrescentou.

O processo, reconhecido pelo Instituto Português de Acreditação (IPAC), foi aprovado, após várias auditorias, em Maio passado. Para conseguir a acreditação segundo a norma NP EN ISO/IEC 17025, o laboratório municipal, onde trabalha uma equipa de 8 técnicos, teve que promover a formação dos recursos humanos, contratar um serviço de assessoria técnica que orientou o processo, bem como foi beneficiado com novo software de gestão e ainda a ampliação de ins-



Margarida Barros, técnica responsável pela Qualidade, Ramiro Beja, presidente da Assembleia Municipal, Vítor Proença, presidente da câmara, e José Rosado, vereador do Ambiente

talações. A obra de readaptação do laboratório implicou um investimento de 112 mil euros, co-financiados por fundos comunitários.

A acreditação reconhece a competência técnica do equipamento municipal para a realização de colheitas e transporte de amostras e para a realização de ensaios, 17 fi-

sico-químicos e 7 microbiológicos, em amostras de águas naturais, águas de consumo humano e de piscinas.

O laboratório de águas municipal foi criado em 1995, na sequência da falta de resposta do exterior, face às necessidades internas de subcontratação de um

elevado volume de ensaios analíticos, já que o concelho tem 32 zonas de abastecimento, suportadas por cerca de 50 origens de água activas e 40 reservatórios.

Com a obrigatoriedade da Acreditação dos Laboratórios de Águas para consumo humano, a partir da publicação do Decreto-Lei 306/2007,

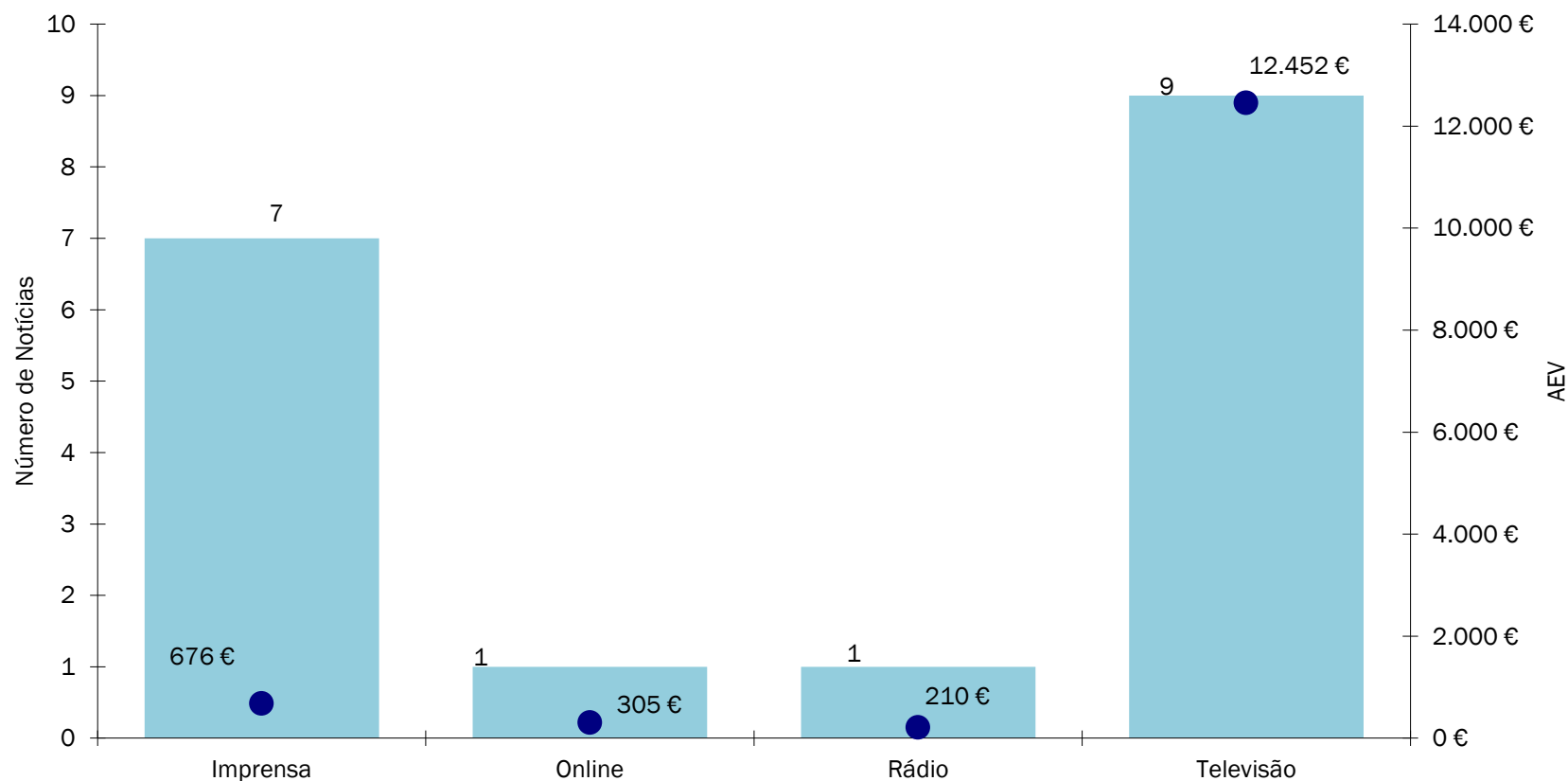
o executivo municipal entendeu viabilizar o processo, que implicou “a dedicação e empenho dos técnicos”, segundo destacou o vereador do Ambiente, José Rosado.

Autarquia quer “chegar a mais clientes”

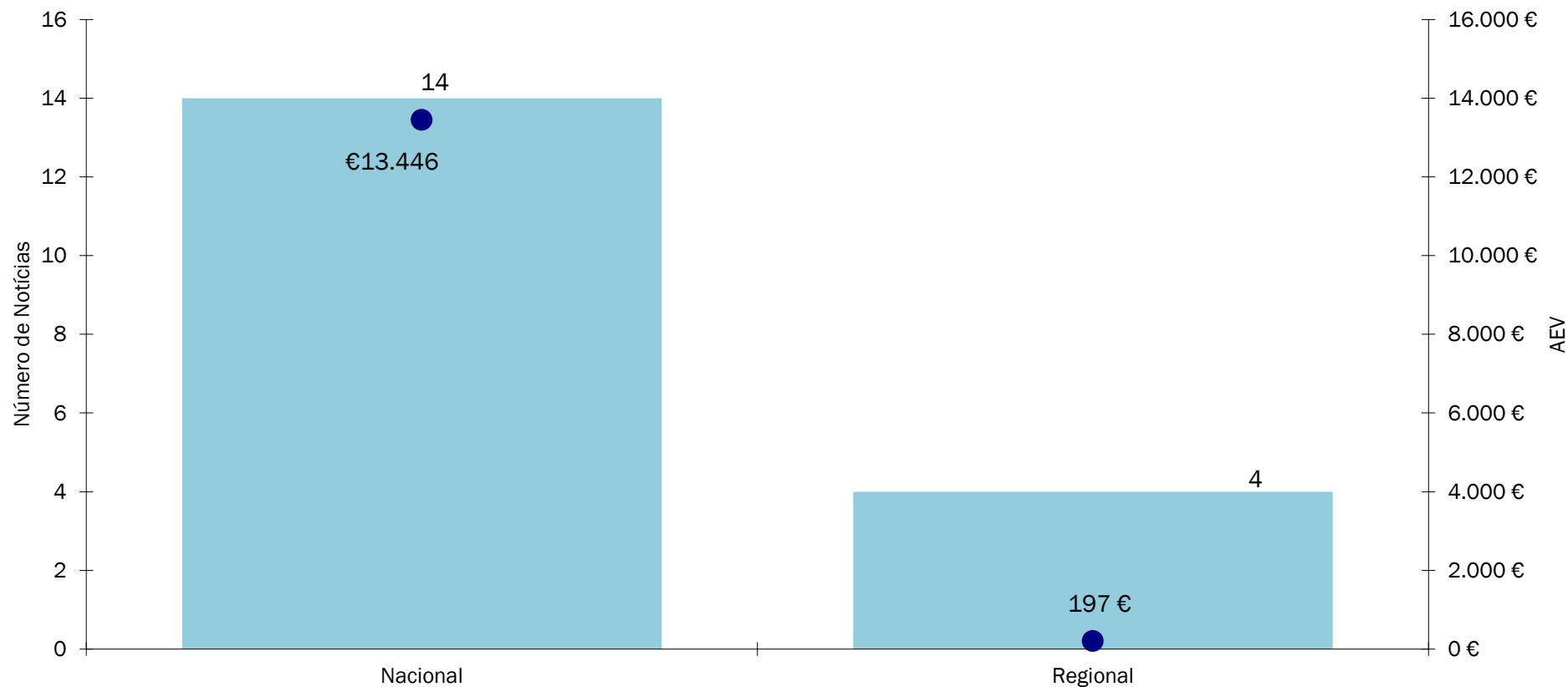
Além de contribuir para um melhor controlo de qualidade da água, o processo de acreditação pode servir como uma bandeira de “confiança e credibilidade” para as entidades externas, como gestoras de água, de saúde pública, empresas, empreendimentos turísticos ou mesmo particulares. O objectivo é que seja prestado um serviço “de qualidade”. Agora, o vereador responsável pelo sector, José Rosado quer “chegar a mais clientes”. “Necessitamos atrair novos clientes com a prestação de um serviço de confiança e credível, com preços bastante competitivos”, disse. O presidente da autarquia, Vítor Proença, aproveitou para revelar a intenção de estabelecer uma parceria com a Empresa Águas Públicas do Alentejo, da qual faz parte o município de Santiago do Cacém. “Estamos apostados numa cooperação crescente com a Águas Públicas do Alentejo e também com a Águas de Santo André”, adiantou.

ANGELA NOBRE

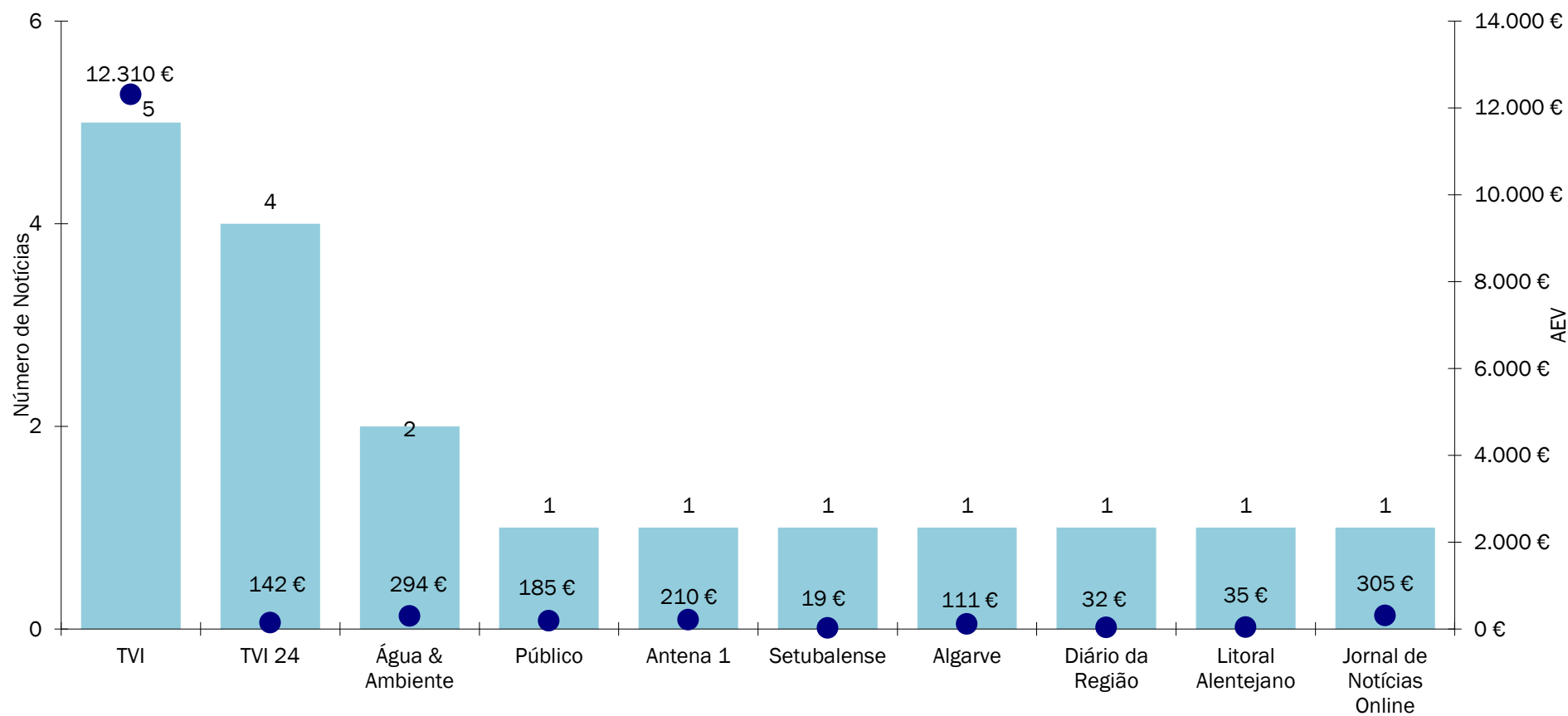
Meios



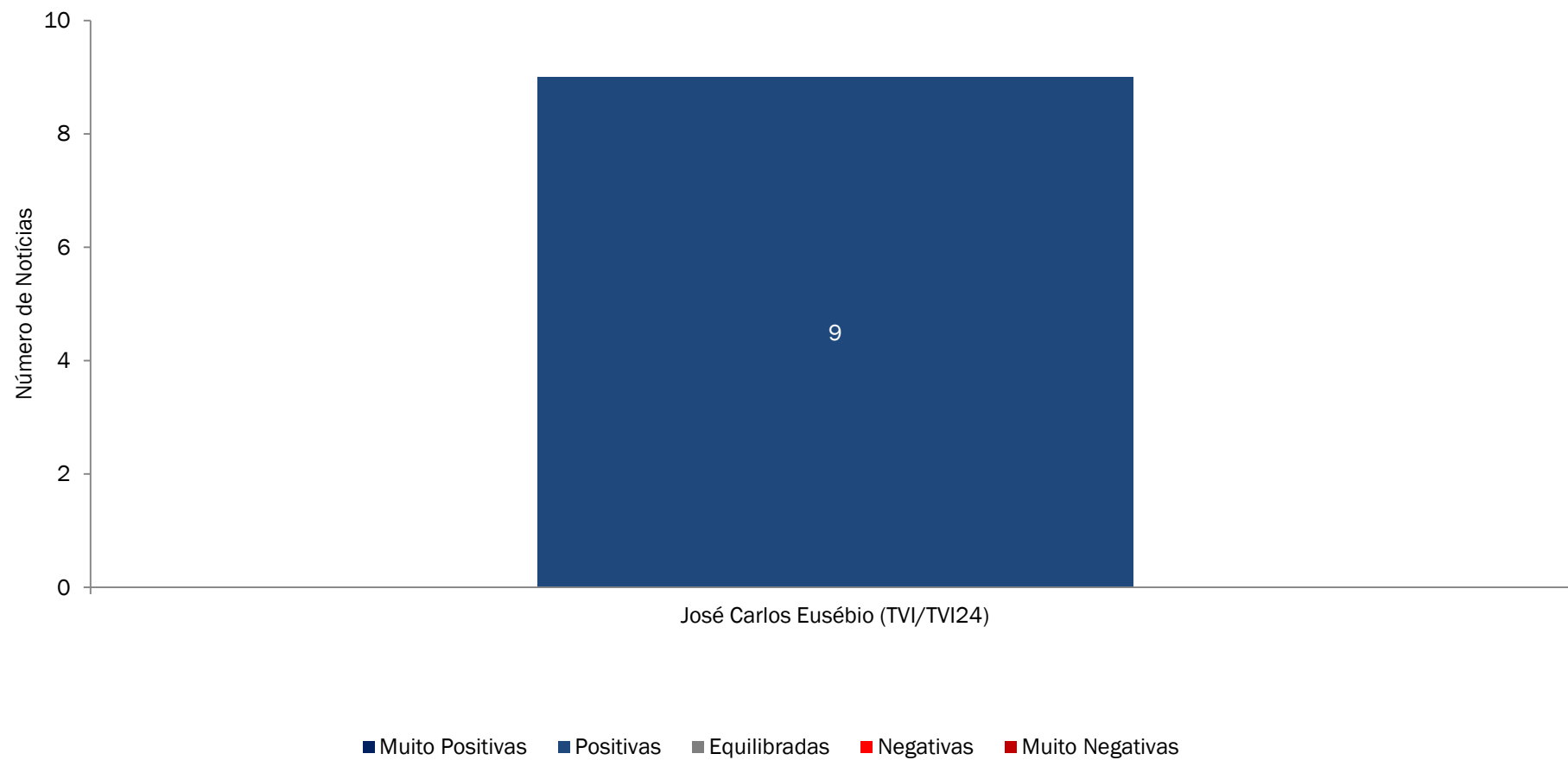
Âmbito dos Órgãos de Comunicação Social



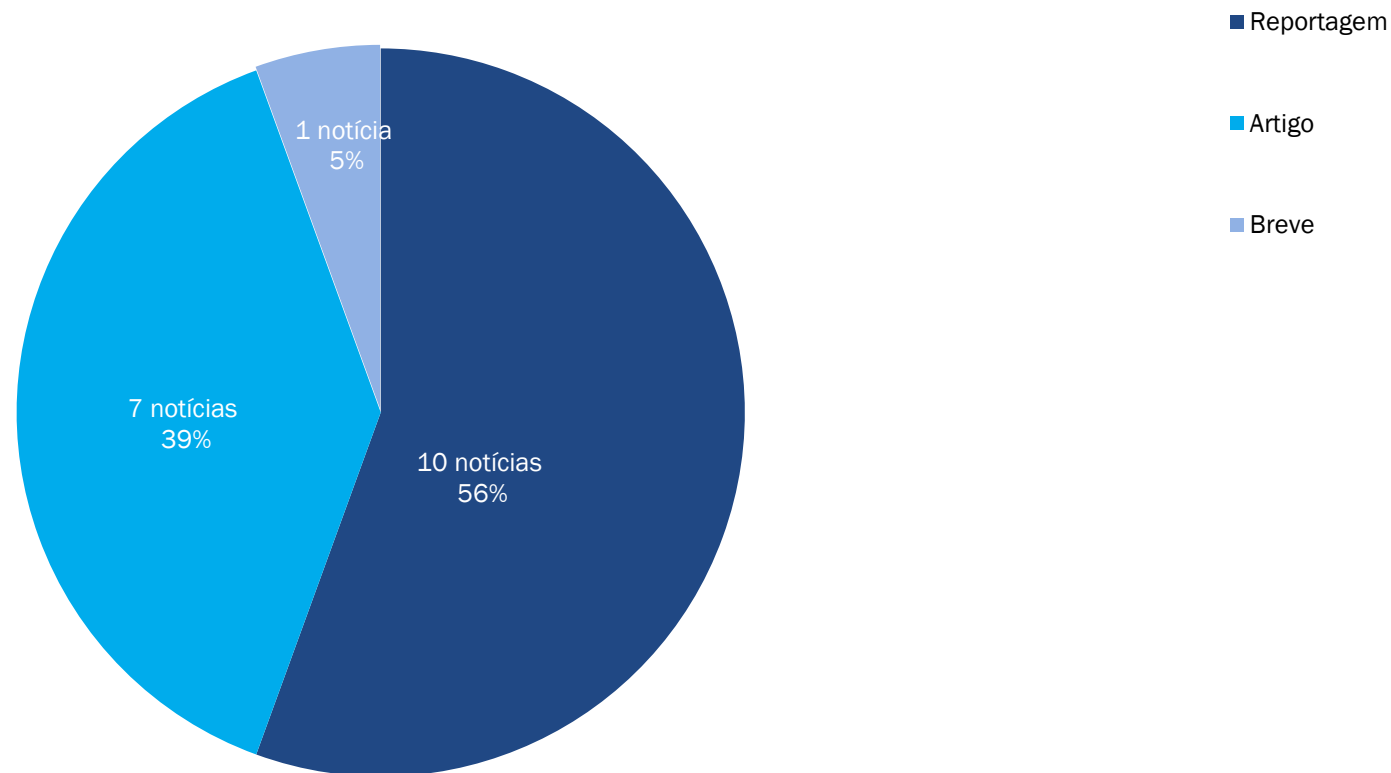
OCS



Autores



Género de Notícia



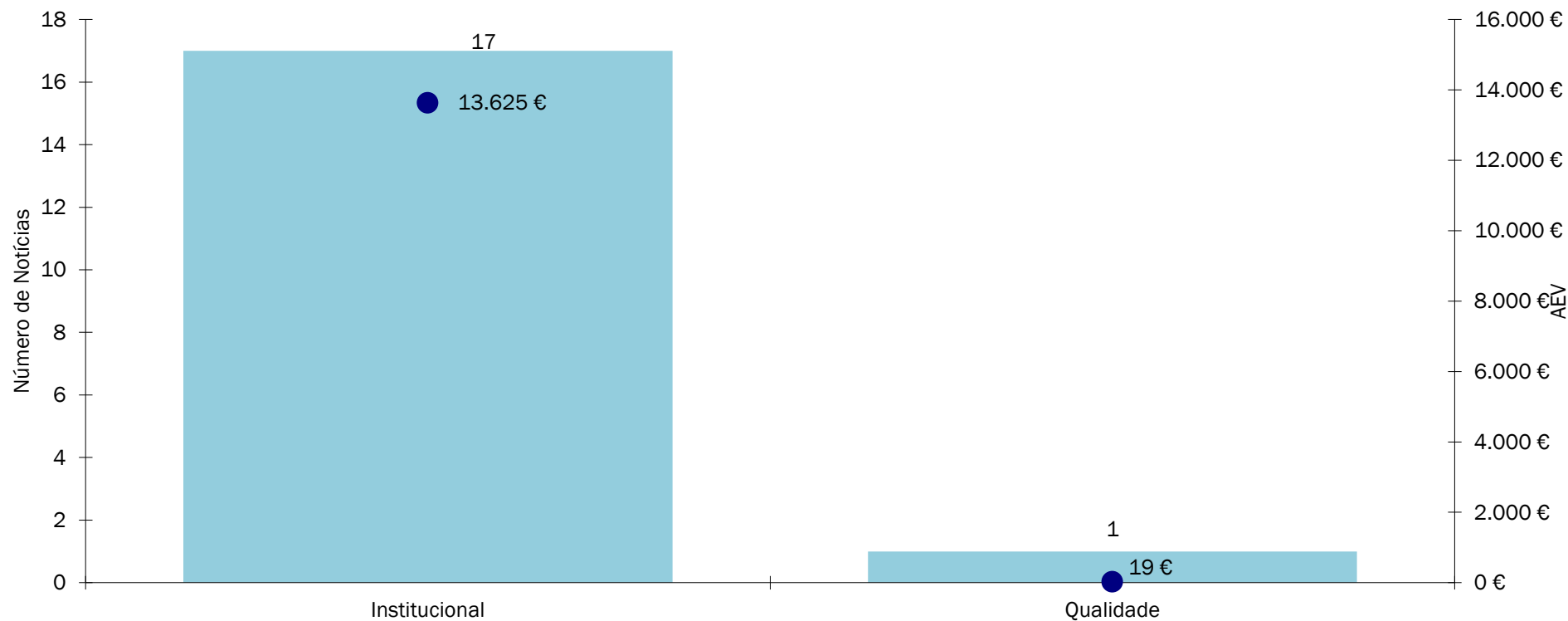
Variáveis condicionantes da comunicação

Variáveis	Percentagem	Número de Notícias
Primeira Página	59%	10
Primeira Página de Suplemento	0%	0
Título	56%	10
Presença Visual	56%	10
Destaque	0%	0
Protagonismo	6%	1

Na Televisão e na Rádio todas as notícias veiculadas são classificadas com a variável Capa/1ª Página e Título/Subtítulo, uma vez que a probabilidade da mensagem impactar o seu público não está dependente da parte da notícia onde a marca é referida. Nestes meios considera-se que toda a audiência está exposta à mensagem independentemente do alinhamento em que é referida.

Consideramos “Imagem/Fotografia” sempre que esteja presente na notícia qualquer tabela, gráfico, logótipo, fotografia ou outra imagem referente à empresa.

Temas



Informação Técnica

Variáveis Quantitativas

Impacte Financeiro / AEV

Valor do espaço editorial ocupado pela marca, com base na metodologia de análise de informação Cision e avaliado segundo as tabelas de publicidade de cada órgão de comunicação social.

Variáveis Qualitativas

Favorabilidade

A favorabilidade mediática, representa a atitude geral transmitida num artigo em relação à empresa, classificada da seguinte forma:

5 = artigos muito positivos: incluem apenas informações favoráveis;

4 = artigos positivos: habitualmente descrevem alguns aspetos da organização de forma desfavorável, mas as suas afirmações são, de um modo geral, favoráveis;

3 = artigos equilibrados: habitualmente integram um equilíbrio entre o sentimento positivo e negativo ou transmitem apenas os factos, sem indicação de louvor, preferência ou crítica;

2 = artigos negativos: transmitem favoravelmente certo aspeto da organização, mas de uma forma geral contêm afirmações desfavoráveis;

1 = artigos muito negativos: contêm apenas afirmações desfavoráveis.

As classificações de favorabilidade não se baseiam na positividade ou negatividade inerente a um evento, tópico ou assunto, mas sim à forma como o jornalista decide comunicar a informação. A análise é sempre baseada no texto.

Ficha técnica

São objeto de análise 1600 meios de Imprensa nacional, regional e especializada.

Quinze canais de Televisão: RTP 1; RTP 2; RTP Informação; SIC; SIC Notícias; TVI; TVI 24; Sport TV1; Sport TV2; Sport TV3; Sport TV4; Porto Canal; RTP Madeira; RTP Açores; e ETV.

Quatro estações de Rádio: Antena 1; Rádio Renascença; Rádio Comercial; TSF.

Da listagem de 600 meios Online foram considerados para esta análise: Agência Financeira Online; Antena 3 Online; Blitz Online; Bola Online; Briefing Online; Caras Online; Correio da Manhã Online; Cotonete Online; Diário de Notícias Online; Diário Digital Online; Económico Online; Expresso Online; i Online; Jogo Online; Jornal de Negócios Online; Jornal de Notícias Online; Lifecooler Online; Meios & Publicidade Online; MSN Online; Mundopt Online; Portugal mail Online; Público Online; Rádio Comercial Online; Record Online; Renascença Online; RTP Online; Sapo Online; SIC Notícias Online; Sol Online; TSF Online; Tv Net Online; TVI 24 Online; Visão Online.

Relatório elaborado por: Patrícia Mendes

Controlo de qualidade: Cristina Guarda

Coordenação geral de Uriel Oliveira

Curriculum

A CISION é líder mundial na disponibilização de serviços para planeamento, contacto, monitorização e análise de media.

Com escritórios na Europa, América e Ásia disponibiliza serviços integrados de Media Intelligence e Reputation Management em 90 países em simultâneo.

Conta atualmente com 50.000 clientes, integra 2.700 profissionais e monitoriza mais de 200.000 fontes de informação em todo o mundo.

A CISION é membro da FIBEP (Federation Internationale des Bureaux D'extraits de Presse), da IABM (International Association of Broadcast Monitors), da AMEC (Association for Measurement and Evaluation of Communication) e Secretário Geral da EMAA (European Media Analysts Association).