



Análise de Conteúdo à Comunicação Editorial Águas Públicas do Alentejo

Janeiro a Março de 2010

ANÁLISE GERAL

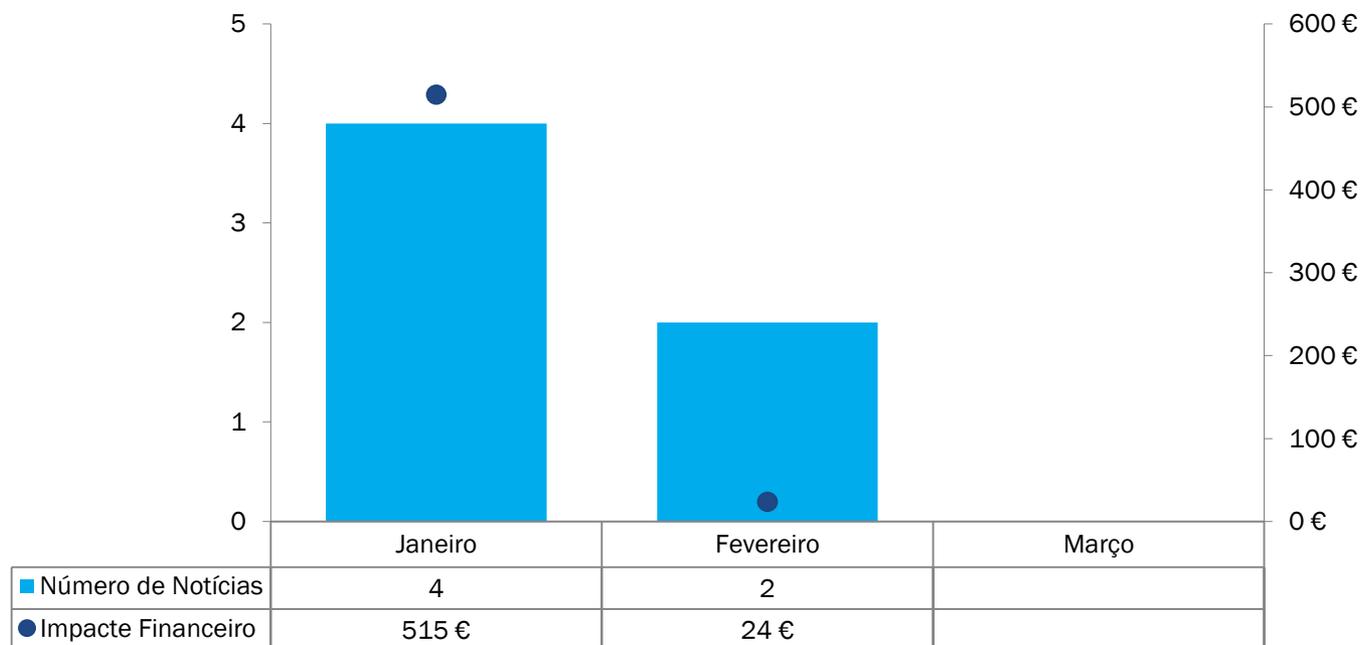
- ▶ A Análise de Conteúdo à Comunicação Editorial permite avaliar a imagem de uma determinada empresa com base nos conteúdos e impactos mediáticos alcançados.
- ▶ Como objectivo para esta análise definimos a identificação da notoriedade da empresa Águas Públicas do Alentejo, pertencente ao grupo Águas de Portugal, através da sua exposição editorial nos media, reconhecimento dos seus valores e percepção dos seus eixos de negatividade e positividade.
- ▶ Esta análise deverá constituir uma ferramenta de trabalho proactiva, que permita a intervenção no processo e estratégia de comunicação dos intervenientes da divulgação e promoção da empresa, através do conhecimento rigoroso e sistemático dos efeitos da comunicação nos media.
- ▶ Os nossos comentários e sugestões são feitos numa óptica exterior e pretendem fundamentalmente avaliar os resultados num princípio construtivo e dinamizador.

EXECUTIVE SUMMARY

- ▶ No primeiro trimestre de 2010 foram analisadas seis notícias para a Águas Públicas do Alentejo, que resultaram num Impacte Financeiro de 538€ e numa favorabilidade muito equilibrada de 0,00 valores.
- ▶ A informação sobre a Águas Públicas do Alentejo foi, mais uma vez, pouco expressiva. A nova empresa foi referenciada de forma breve em notícias sobre as parcerias e a estratégia do grupo Águas de Portugal. Mencionou-se a assinatura do contrato com as várias autarquias.
- ▶ A Águas Públicas do Alentejo foi ainda referenciada no âmbito de notícias sobre a gestão da Câmara Municipal de Beja, município cujo sistema de abastecimento de água em alta passará a ser assumido pela empresa.

EVOLUÇÃO MENSAL DO NÚMERO DE NOTÍCIAS E IMPACTE FINANCEIRO

Em Março não foram analisadas notícias. Na evolução de Janeiro para Fevereiro constatamos haver maior Número de Notícias e mais Impacte Financeiro em Janeiro. A informação este mês foi publicada em órgãos de maior valor/espço, como o País Económico.



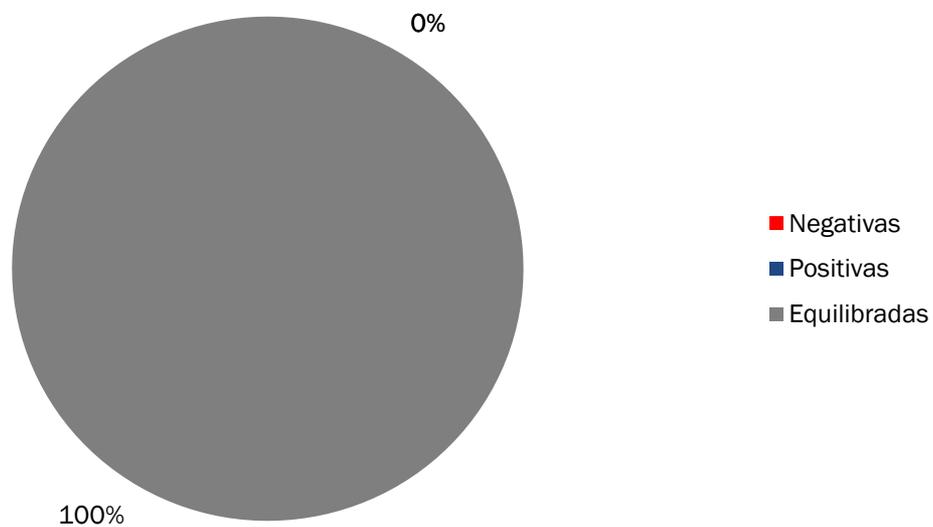
EVOLUÇÃO MENSAL DA FAVORABILIDADE

Com informação sobretudo de referências, a Favorabilidade da empresa Águas Públicas do Alentejo foi sempre equilibrada. Nenhuma informação teve força de conteúdo suficiente para tornar a notícias positiva ou negativa.



NOTÍCIAS POSITIVAS, NEGATIVAS E EQUILIBRADAS

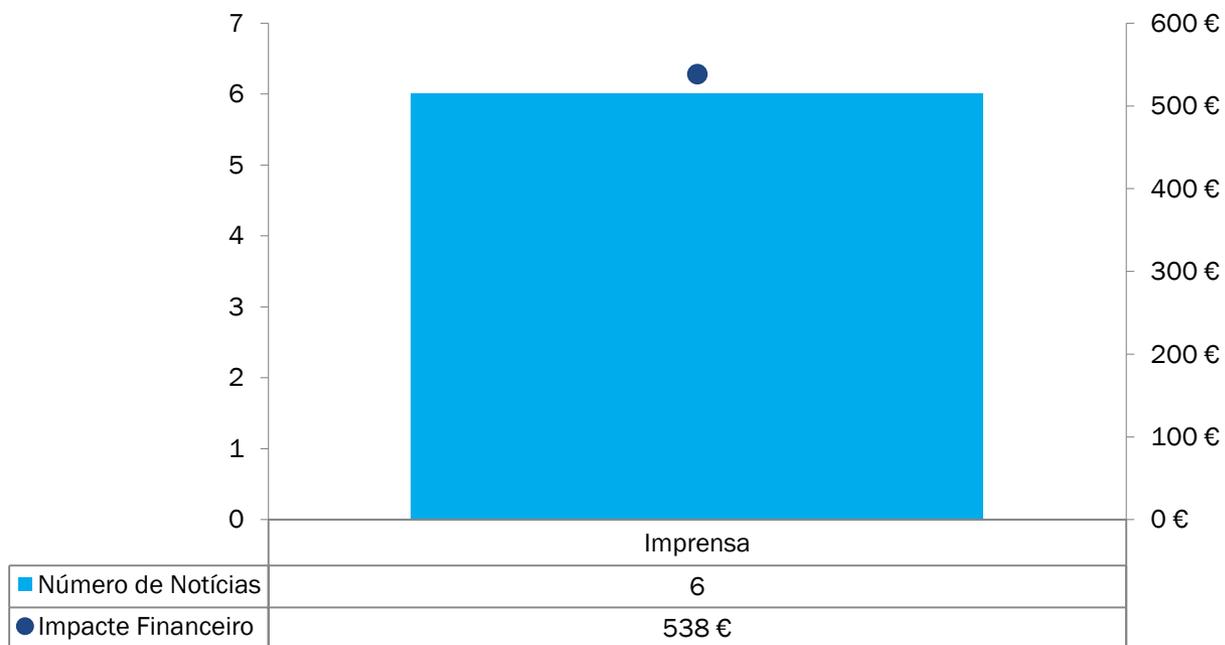
Número de Notícias



MEIOS

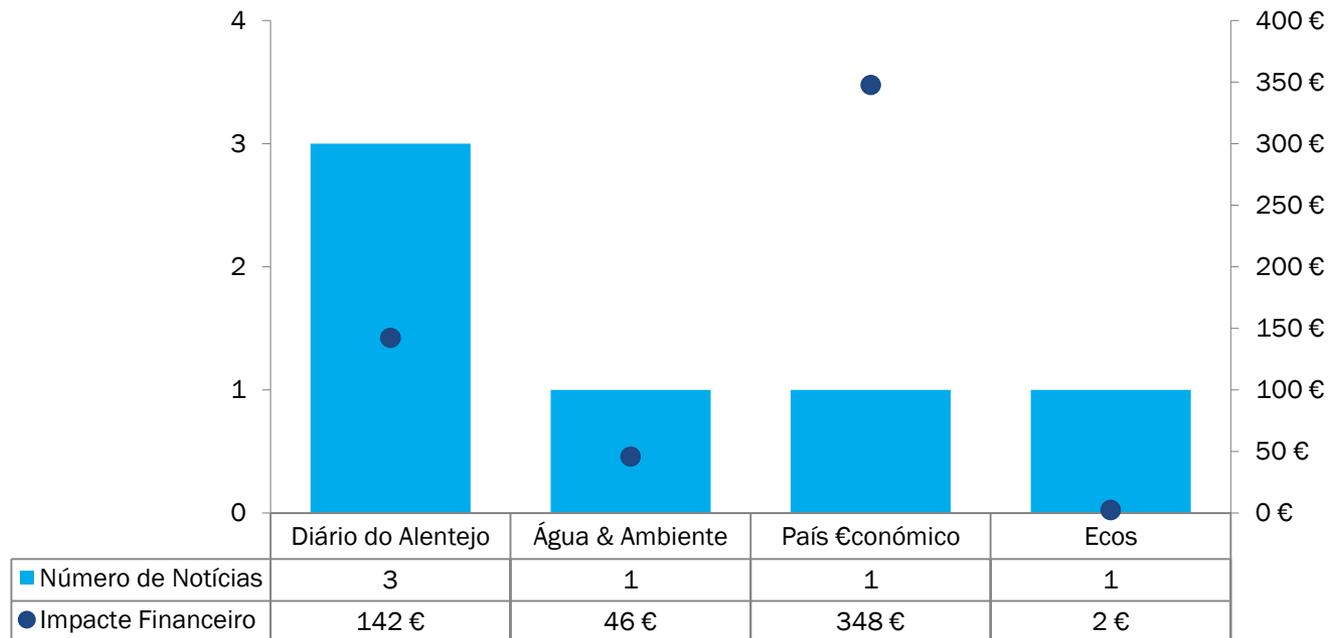
Número de Notícias e Impacte Financeiro

Não foram analisadas notícias nos meios Televisão, Rádio e Online.



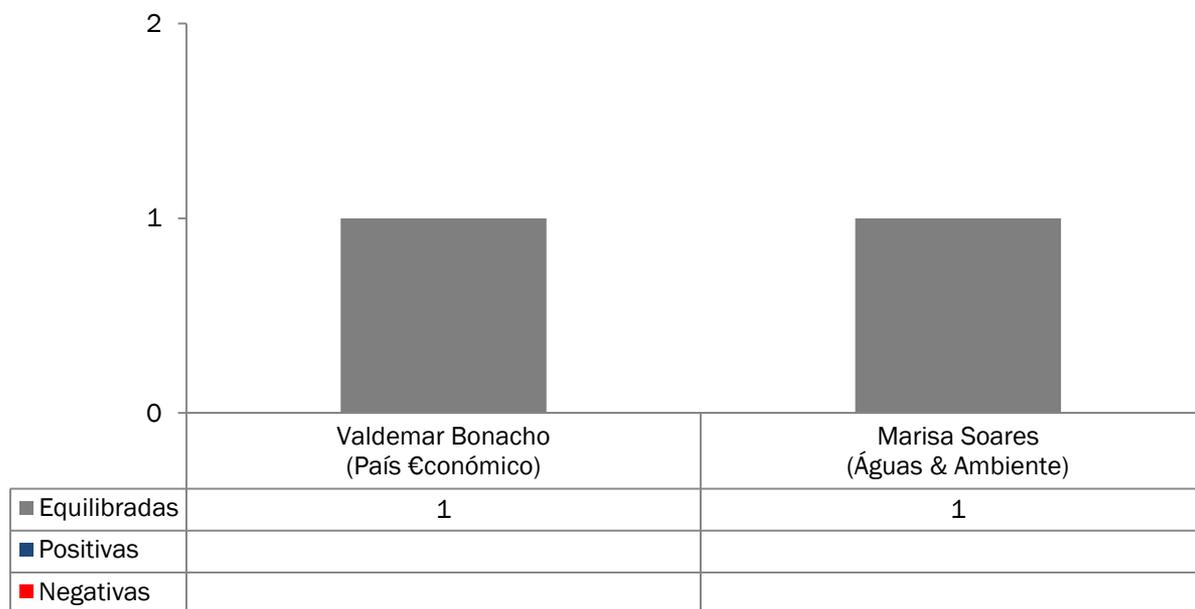
ÓRGÃOS DE COMUNICAÇÃO SOCIAL

Número de Notícias e Impacte Financeiro



JORNALISTAS*

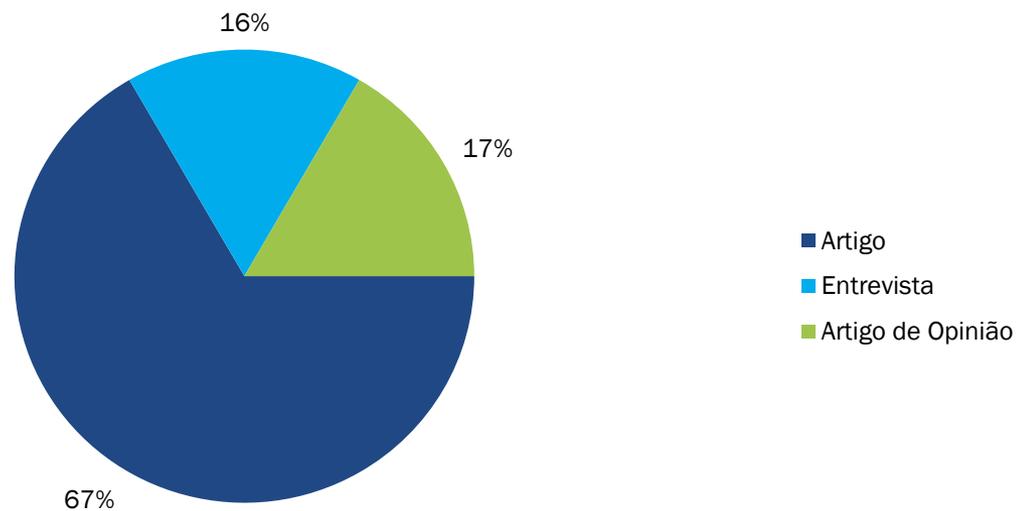
Favorabilidade em função do Número de Notícias



* Todos os Jornalistas que assinaram informação

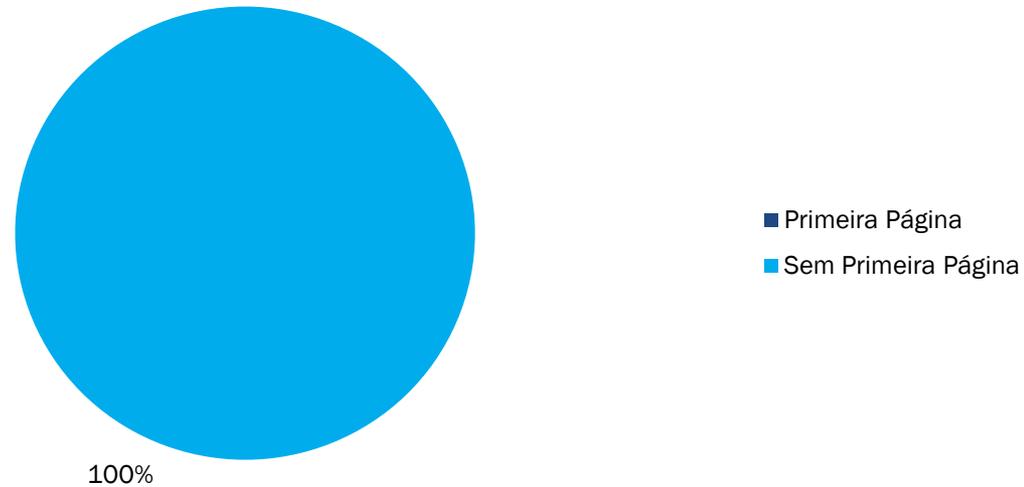
GÉNERO DE NOTÍCIA

Número de Notícias



CAPA/1ª PÁGINA

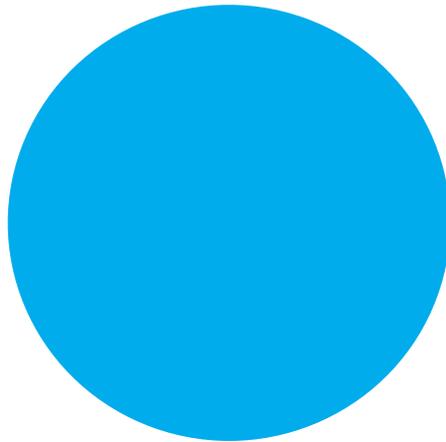
Número de Notícias



Na Televisão e na Rádio todas as notícias veiculadas são classificadas com a variável Capa/1ª Página, 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.

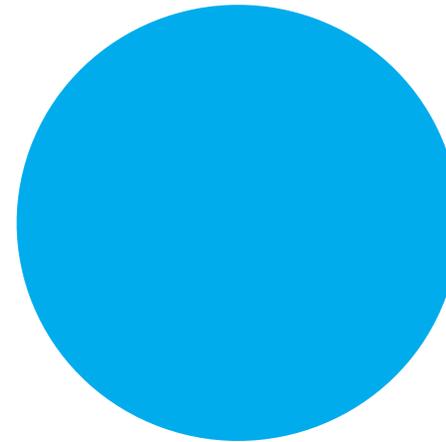
TÍTULO E PRESENÇA VISUAL

Número de Notícias



100%

■ Com Título ■ Sem Título



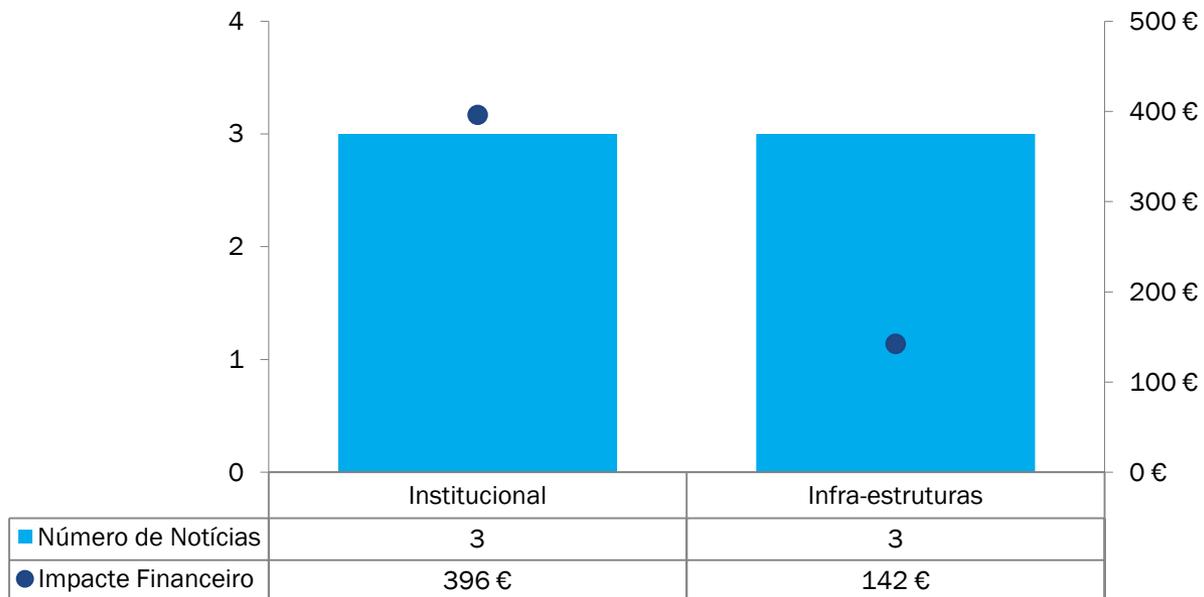
100%

■ Com Presença Visual ■ Sem Presença Visual

Na Televisão e na Rádio todas as notícias veiculadas são classificadas com a variável 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.

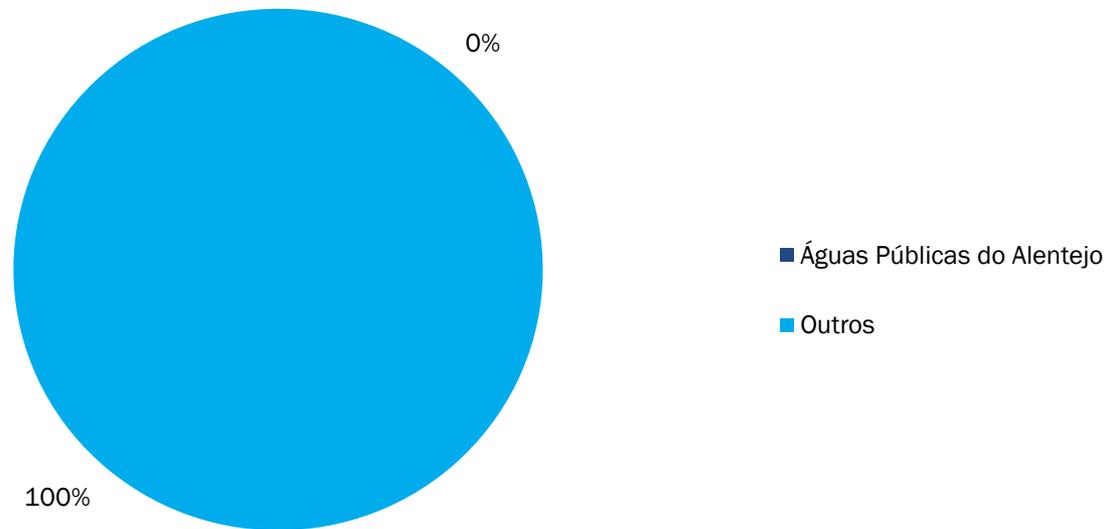
Consideramos “Imagem/Fotografia” sempre que esteja presente na notícia qualquer tabela, gráfico, logótipo, fotografia ou outra imagem referente à empresa.

TEMAS

Número de Notícias
e Impacte Financeiro

PROTAGONISMO

Número de Notícias





FICHA TÉCNICA

- ▶ Impacte Financeiro / AEV
 - ▶ A determinação do valor monetário das notícias (AEV – Advertising Equivalent Value) tem como base de quantificação o custo publicitário de um milímetro quadrado em cada publicação. A fonte de cálculo são as tabelas de publicidade das publicações.
 - ▶ A quantificação em euros de uma notícia é sempre direccionada a um determinado sector de actividade, empresa, produto, protagonista e suportes, ou seja quando é atribuído um determinado valor a uma notícia este valor diz respeito ao objecto de análise e não propriamente à notícia. Uma notícia tem necessariamente valores diferentes em função de objectos de análise diferentes.
 - ▶ O objecto de análise está sujeito aos factores de ponderação correspondentes aos critérios de sobrevalorização prescritos na normalização para a análise do impacte da informação, definidos pela EMAA (European Media Analysts Association) e pela IABM (International Association of Broadcast Monitors).

▶ Favorabilidade

- ▶ A informação é qualificada tendo como base critérios de análise de informação estabelecidos para todas as empresas CISION, desenvolvidos em parceria com um grupo de investigação liderado pelo professor Lennart Weibull da Universidade de Lund – Suécia e validados pela AMEC – Association of Media Evaluation Companies.
- ▶ Utiliza-se uma escala de diferentes níveis para decidir se aquela parte é positiva ou negativa. Caso não exista dúvida que ela é totalmente negativa ou positiva qualifica-se de -1 ou 1.
- ▶ Quando existe alguma ambiguidade na análise qualifica-se de -0,5 ou 0,5 consoante o que se considera.
- ▶ Depois de analisadas todas as partes da notícia, calcula-se o total da qualificação e consoante o resultado elabora-se um esquema de resposta.

▶ Objecto de Análise

- ▶ 1600 meios de Imprensa nacional, regional e especializada.
- ▶ Televisão: RTP1, RTP2, RTPN, SIC, SIC Notícias, TVI, TVI 24, Sport TV1, Sport TV2, Sport TV3, Porto Canal, RTP Madeira e RTP Açores.
- ▶ Rádio: Antena 1, Rádio Renascença, RCP, Rádio Comercial, TSF, Antena 3.
- ▶ Online: Agência Financeira; Antena 1; Antena 3; Blitz; Bola; Briefing; Caras; Correio da Manhã; Cotonete; Diário de Notícias; Diário Digital; Económico; Expresso; i; Infodesporto; IOL: Jogo; Jornal de Negócios; Jornal de Notícias; Lifecooler; Meios & Publicidade; MSN; Mundopt; Portugal Diário; Portugalmail; Público; Rádio Comercial; Record; Renascença; RTP; Sapo; SIC; Sol; TSF; Tv Net; TVI 24; Visão.

▶ Responsabilidade do Estudo

- ▶ Todos os dados apresentados são da responsabilidade da CISION Portugal, SA.
- ▶ Coordenação Geral: 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 actualmente com 50.000 clientes, integra 2.700 profissionais e monitoriza mais de 200.000 fontes de informação em todo o mundo.
- ▶ A CISION é Presidente da FIBEP (Federation Internationale des Bureaux D'extraits de Presse), membro 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).