



# Análise de Conteúdo à Comunicação Editorial

Iº 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.

- Durante o período compreendido entre 1 de janeiro e 31 de março de 2012 foram analisadas nove notícias referentes à Águas Públicas do Alentejo veiculadas em imprensa, em televisão, em internet e em rádio.

# Executive Summary

- No período compreendido entre 1 de janeiro e 31 de março de 2012 foram analisadas nove notícias para a Águas Públicas do Alentejo que resultaram numa favorabilidade equilibrada de 3 pontos e num Advertising Equivalent Value (AEV) de 593€.

- Janeiro registou o maior Número de Notícias e Impacte Financeiro do trimestre.

- A totalidade da informação relativa à empresa resultou

equilibrada.

- As nove notícias foram exclusivamente publicadas em Imprensa.

- Água & Ambiente e Diário do Alentejo foram os Órgãos de Comunicação Social que obtiveram o maior Número de Notícias (2), já o Jornal de Negócios registou o valor mais elevado em Impacte Financeiro.

# Key Performance Indicators

## Frequência

Número de notícias veiculadas

9

## 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.

1K€

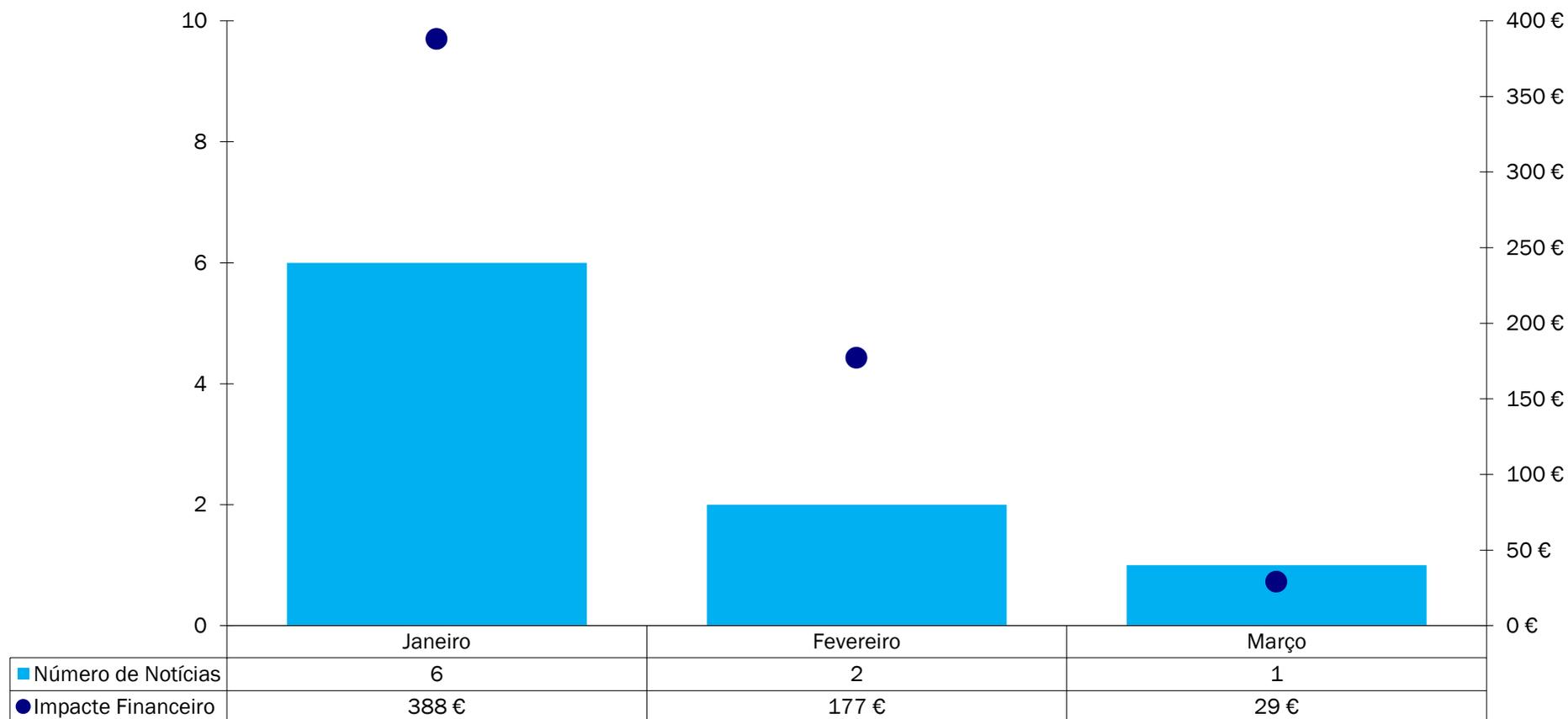
## Favorabilidade

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

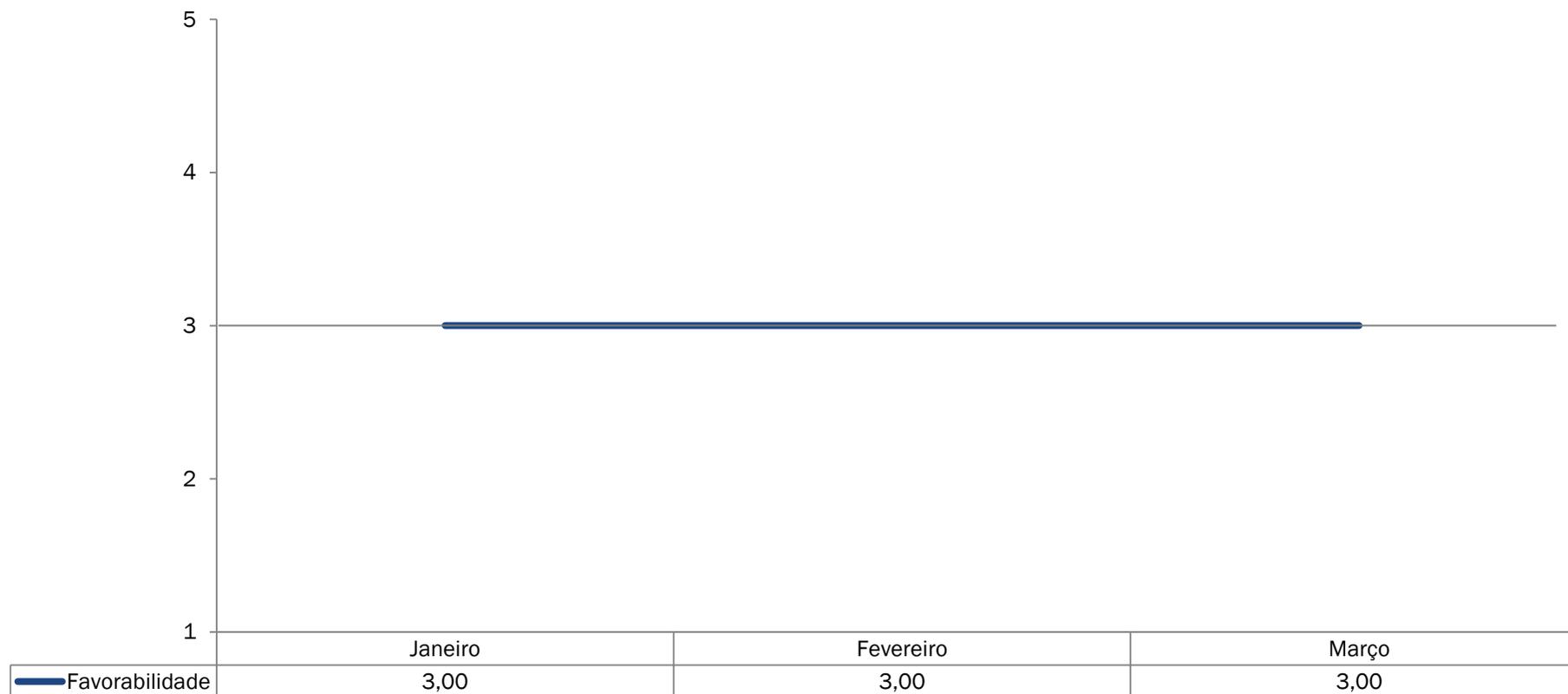
3



# Evolução mensal



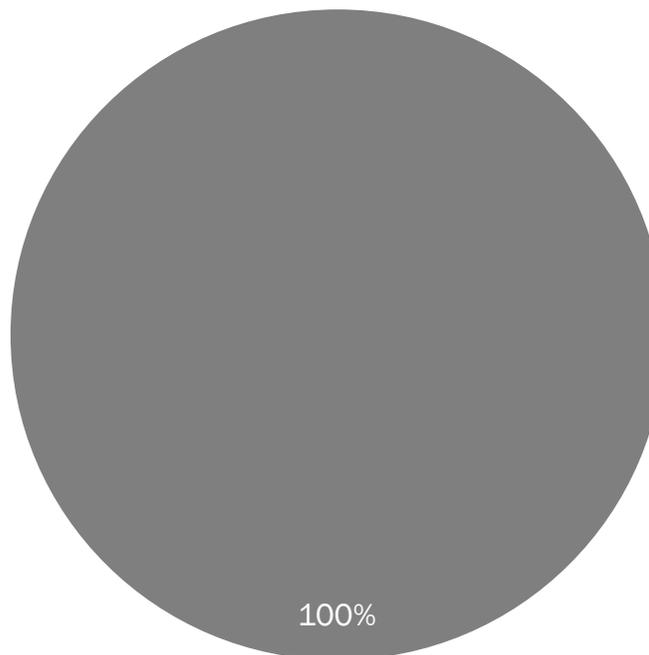
# Evolução mensal da favorabilidade média



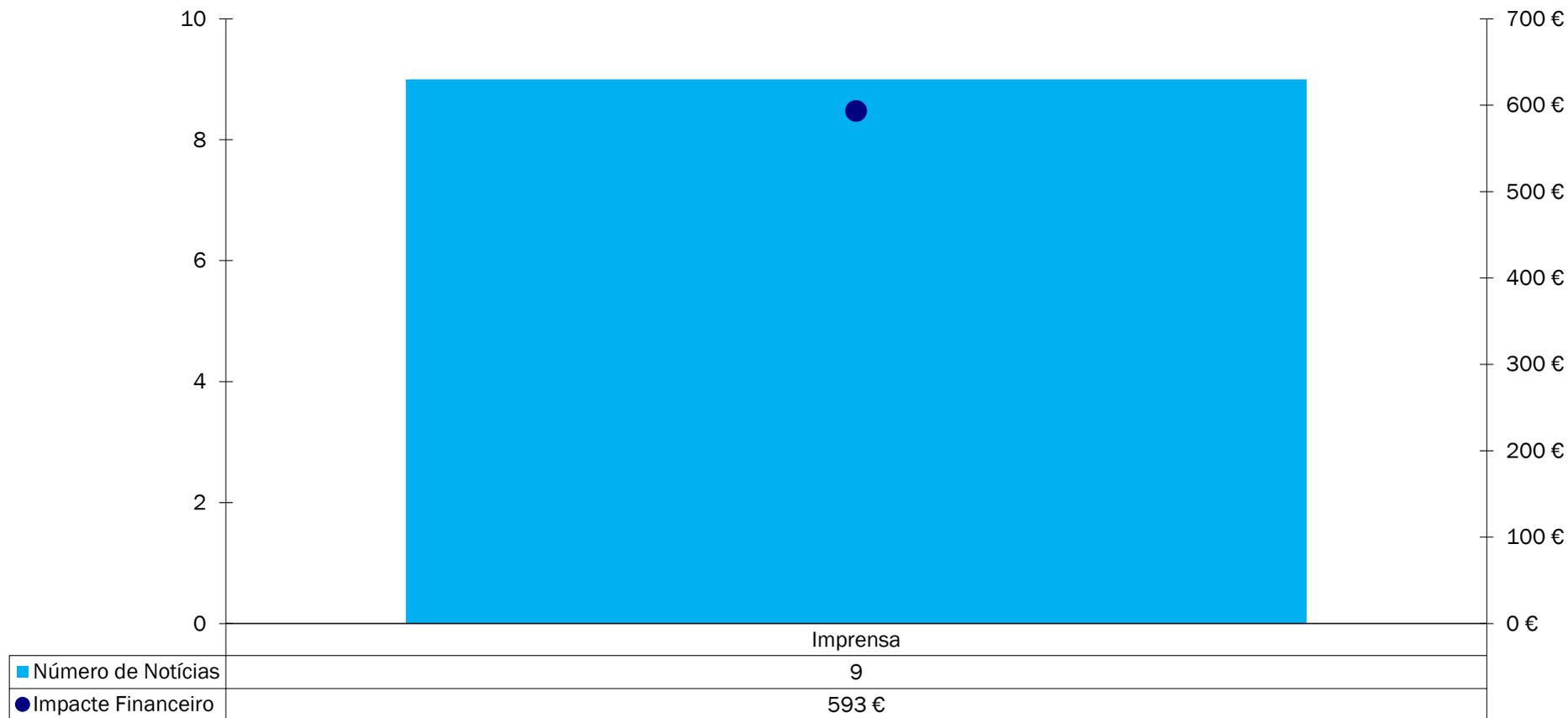
# Notícias positivas, equilibradas, negativas

- Muito Positivas
- Positivas
- Equilibradas
- Negativas
- Muito Negativas

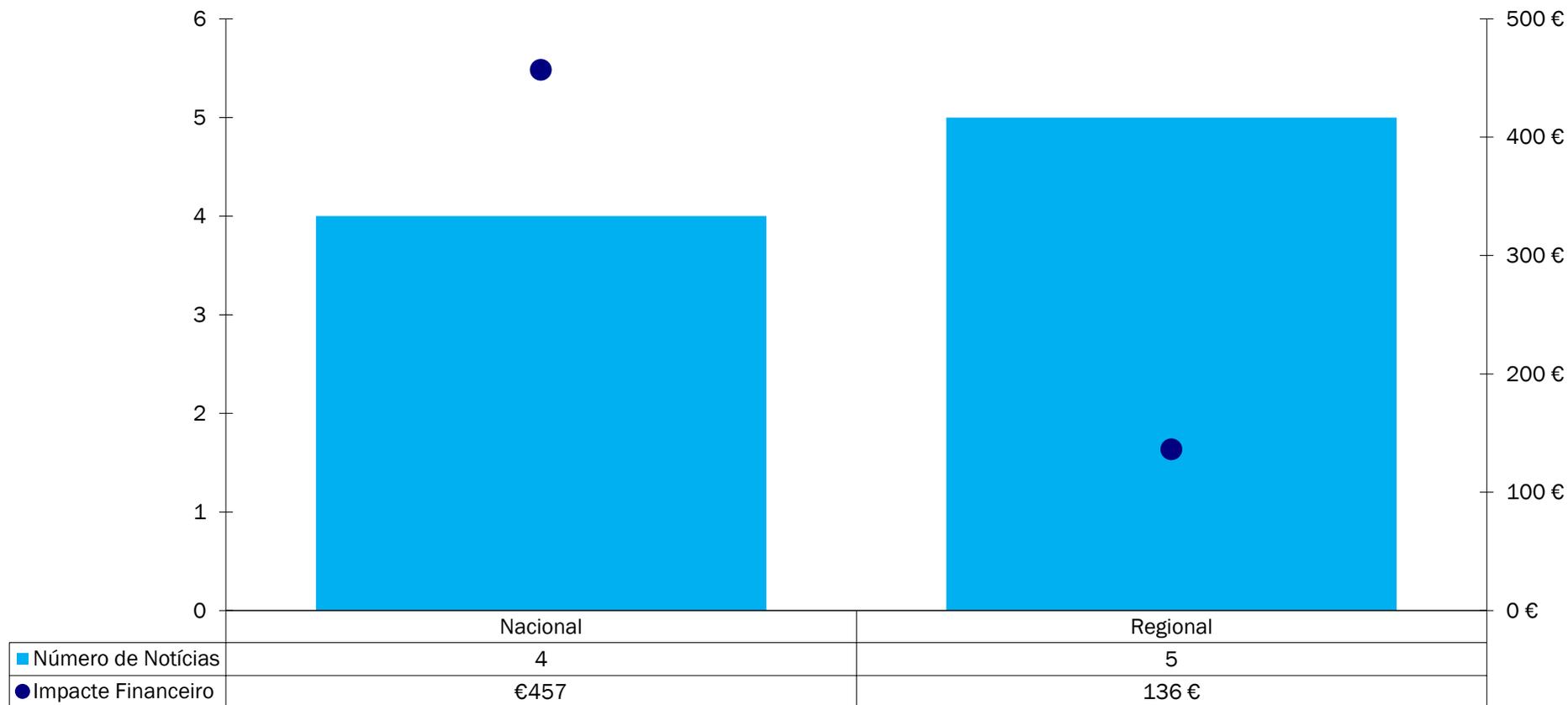
Favorabilidade	Número de Notícias	%
Muito Positivas	0	0%
Positivas	0	0%
Equilibradas	9	100%
Negativas	0	0%
Muito Negativas	0	0%



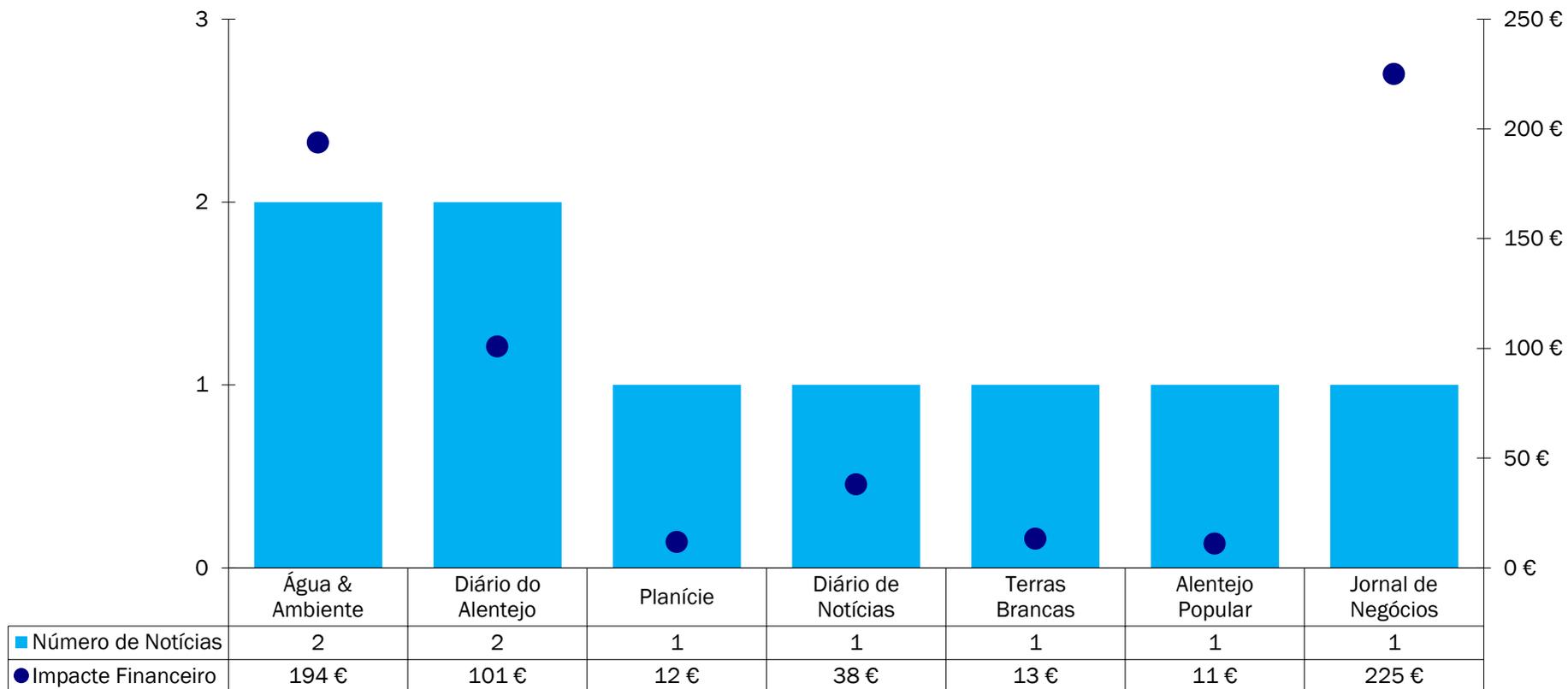
# Meios



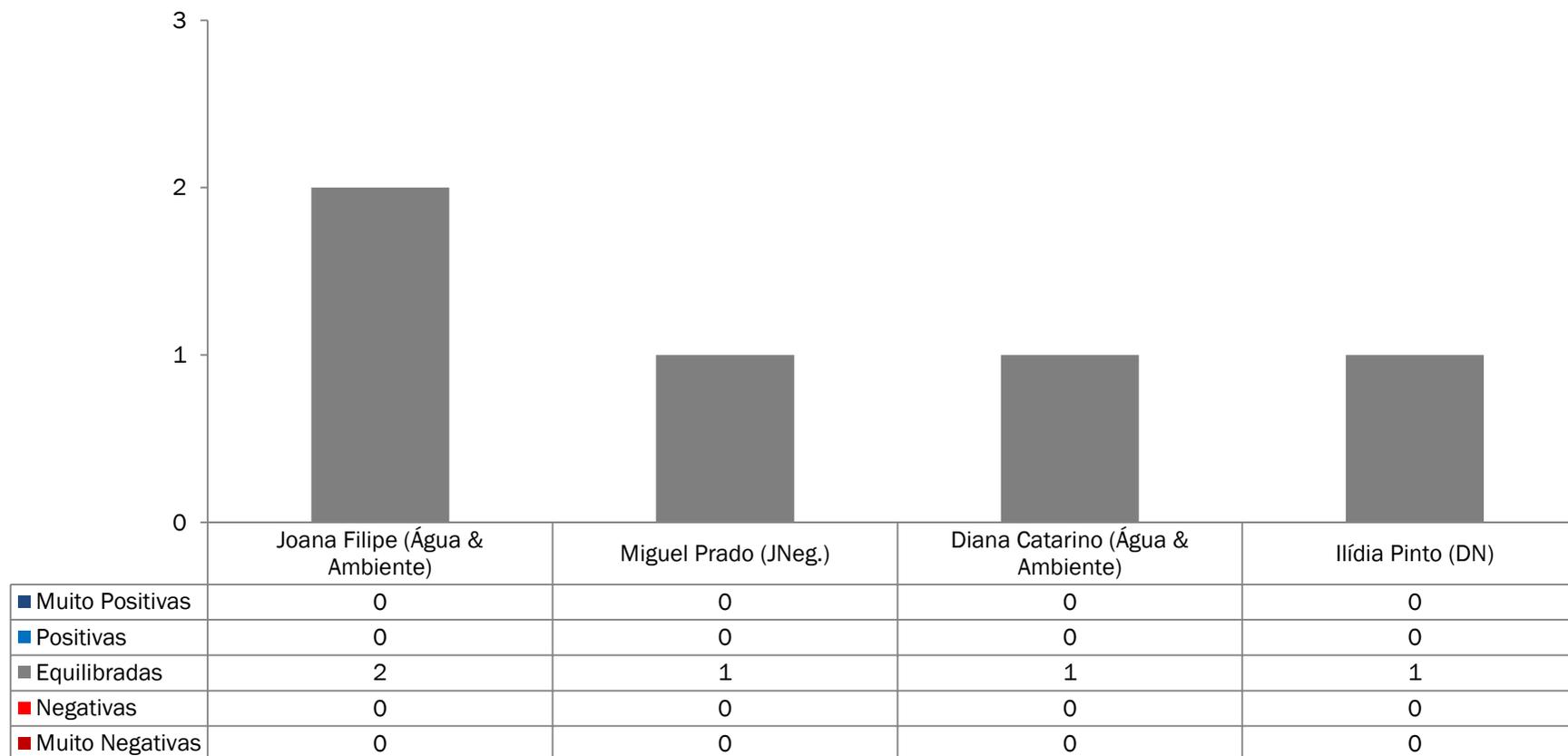
# Âmbito dos Órgãos de Comunicação Social



# OCS

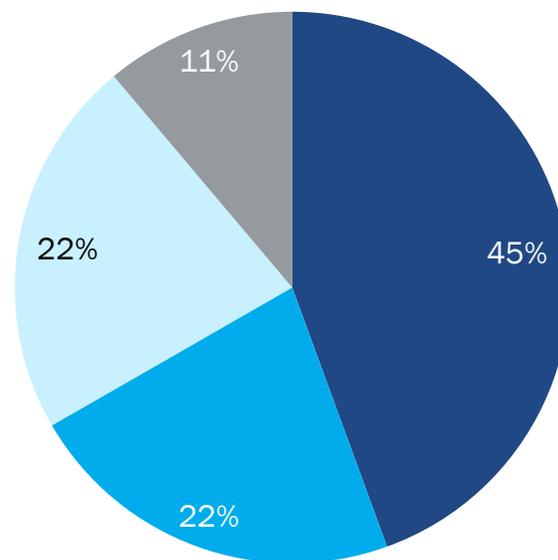


# Autores



# Género de Notícia - Top

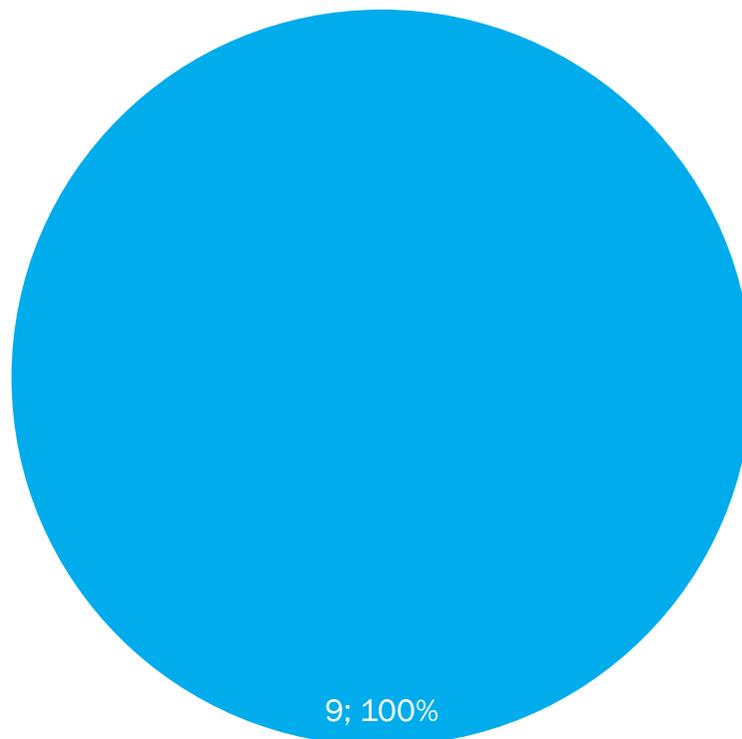
Género de Notícia	Número de Notícias	%
Breve	4	45%
Artigo	2	22%
Entrevista	2	22%
Reportagem	1	11%



- Breve
- Artigo
- Entrevista
- Reportagem

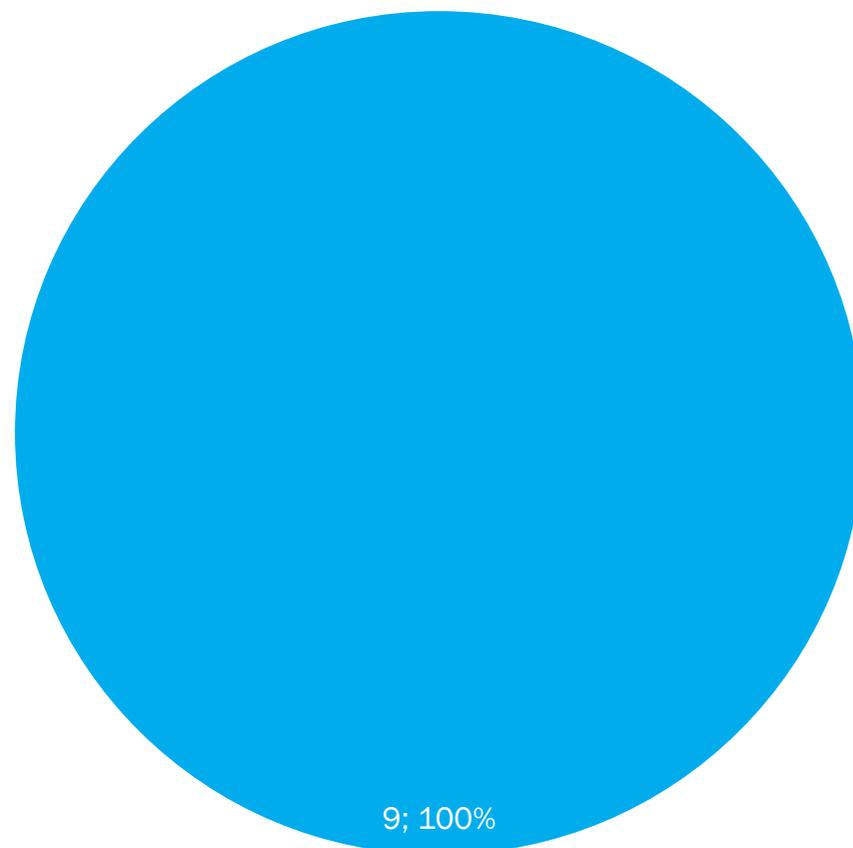
# Posicionamento

- Primeira Página
- Sem Primeira Página



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.

# Posicionamento – Destaque de primeira página



■ Destaque Principal de Primeira Página

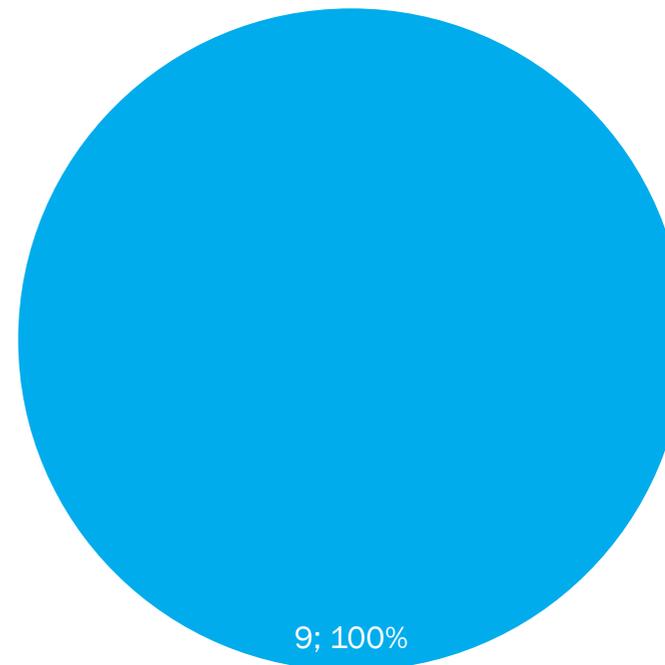
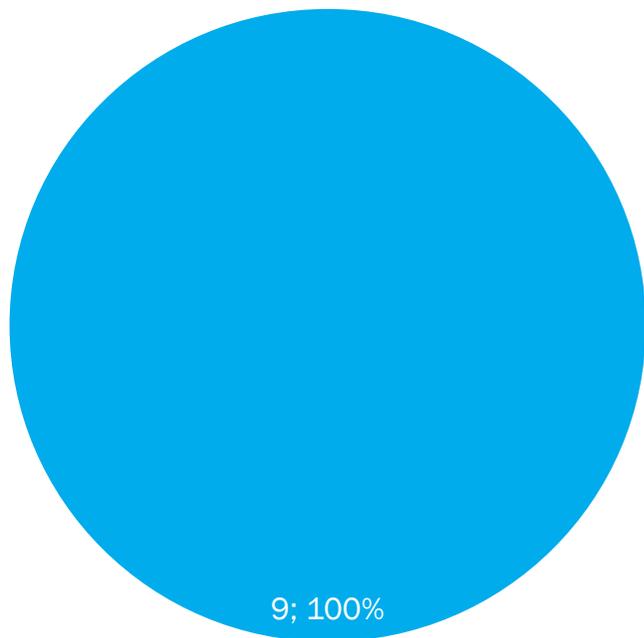
■ Sem Destaque Principal de Primeira Página

Neste gráfico inserimos apenas as notícias com destaque na Primeira Página, distinguindo as que foram destaque principal das que não foram.

# Título e Presença visual

■ Com Título  
■ Sem Título

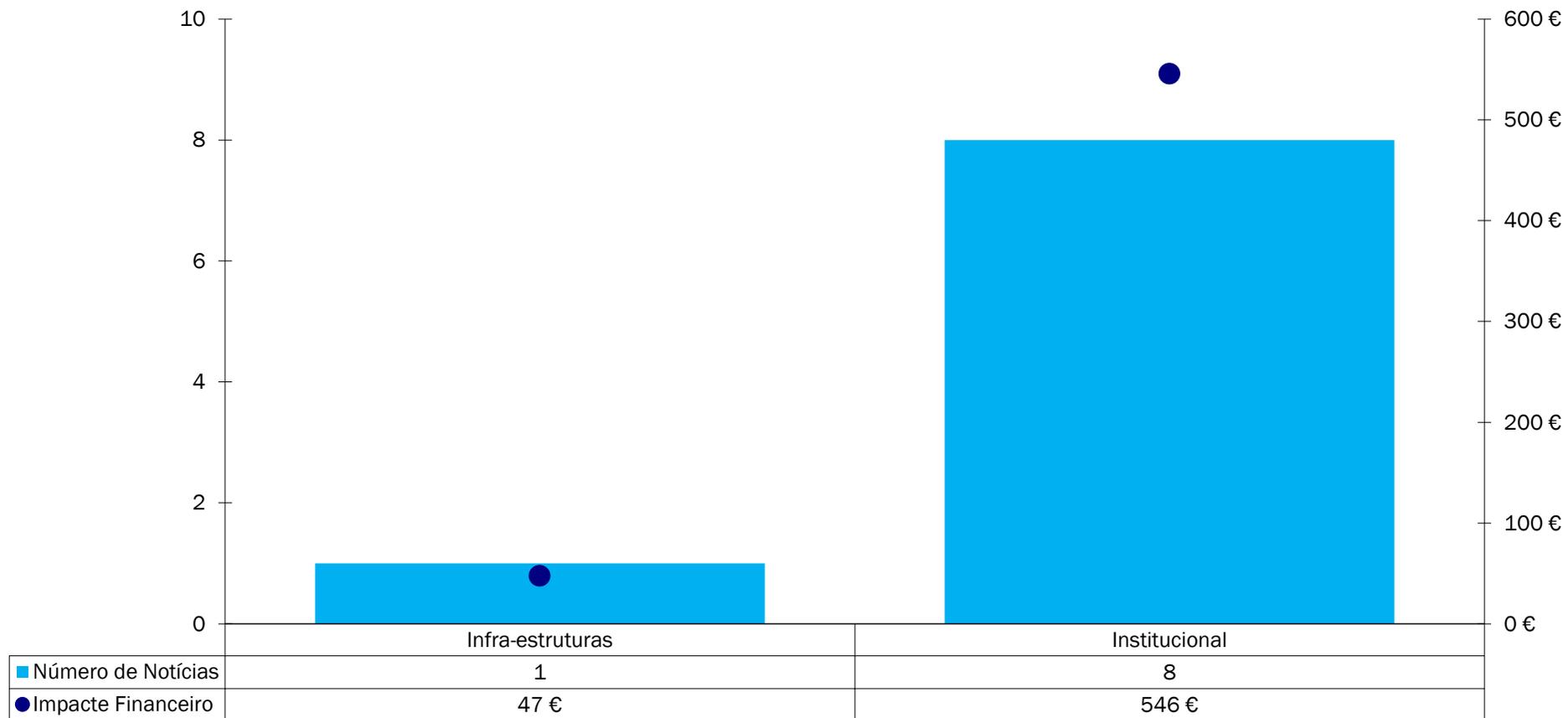
■ Com Presença Visual  
■ Sem Presença Visual



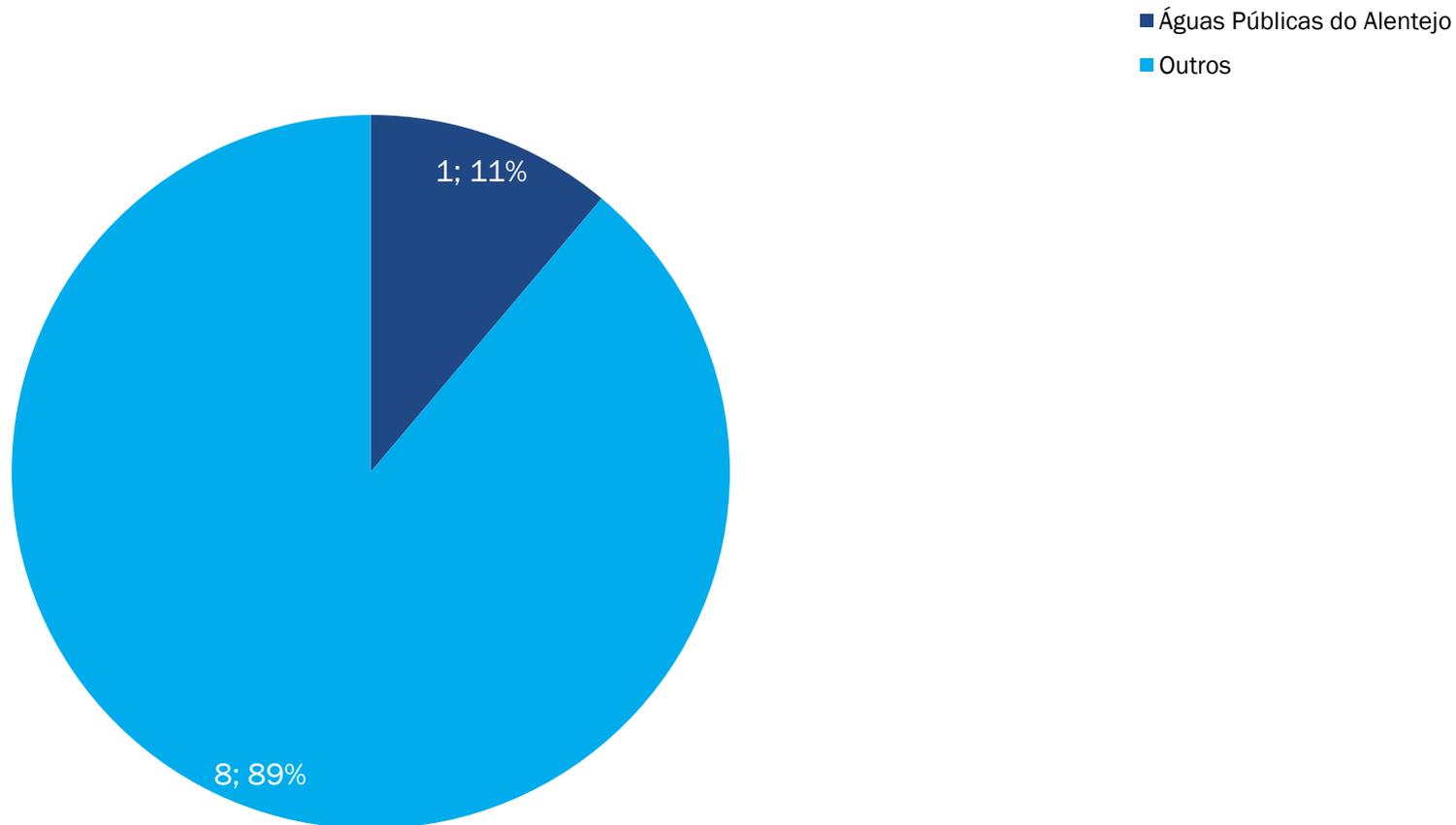
Na Televisão e na Rádio todas as notícias veiculadas são classificadas com a variável Título/Subtítulo, uma vez que a probabilidade da mensagem impactar o seu público não está dependente da parte da notícia onde a marca é referida. Nestes meios considera-se que toda a audiência está exposta à mensagem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



# Protagonismo



# 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 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 5.

Quando existe alguma ambiguidade na análise qualifica-se de 2 ou 4 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.

## 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).