Análise de Conteúdo à Comunicação Editorial

2º Trimestre de 2014

ÁGUAS DE PORTUGAL
SERVIÇOS

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 análise de *performance* da comunicação quando cruzada com a análise de conteúdo à reputação da marca permite efetuar um diagnóstico que quantifica e qualifica os resultados do trabalho dos profissionais da comunicação e relações públicas na construção da reputação e imagem de marca.

Executive Summary

• No segundo trimestre de 2014 foram analisadas sete notícias referentes à Águas Públicas do Alentejo, que resultaram num Advertising Value Equivalent (AVE) de 34.356€ e numa favorabilidade equilibrada de 3,0 pontos.

• Foram analisadas duas notícias favoráveis à empresa, uma a propósito das obras para a construção do Sistema Intercetor e de adução ao concelho de Alcácer do Sal, e outra na grande reportagem sobre o setor das águas em Portugal, transmitida no Jornal da Noite da SIC, que explica a constituição da Águas Públicas do Alentejo, referindo tratar-se de modelo de negócio diferente, em que a empresa mantém a maioria de capital das Águas de Portugal mas cuja gestão estratégica é da responsabilidade dos municípios: "é uma espécie de carta de garantia para quem encara a água como um bem público e inalienável ".

• Foram, igualmente, analisadas duas notícias desfavoráveis que decorrem de uma auditoria realizada às contas da Câmara de Vendas Novas, com referência às dívidas à empresa.

• A maioria da informação foi veiculada na Imprensa mas a Televisão regista o Impacte Financeiro mais elevado, que decorre da grande reportagem da SIC.

Key Performance Indicators

Frequência

Número de notícias analisadas.

7

AVE

AVE (ADVERTISING VALUE EQUIVALENT)
Valor do espaço editorial ocupado pela comunicação, quantificado a preços de tabela de publicidade. Indica o valor publicitário do espaço ocupado pela comunicação se se tratasse de publicidade comercial.

34,3K€

Favorabilidade

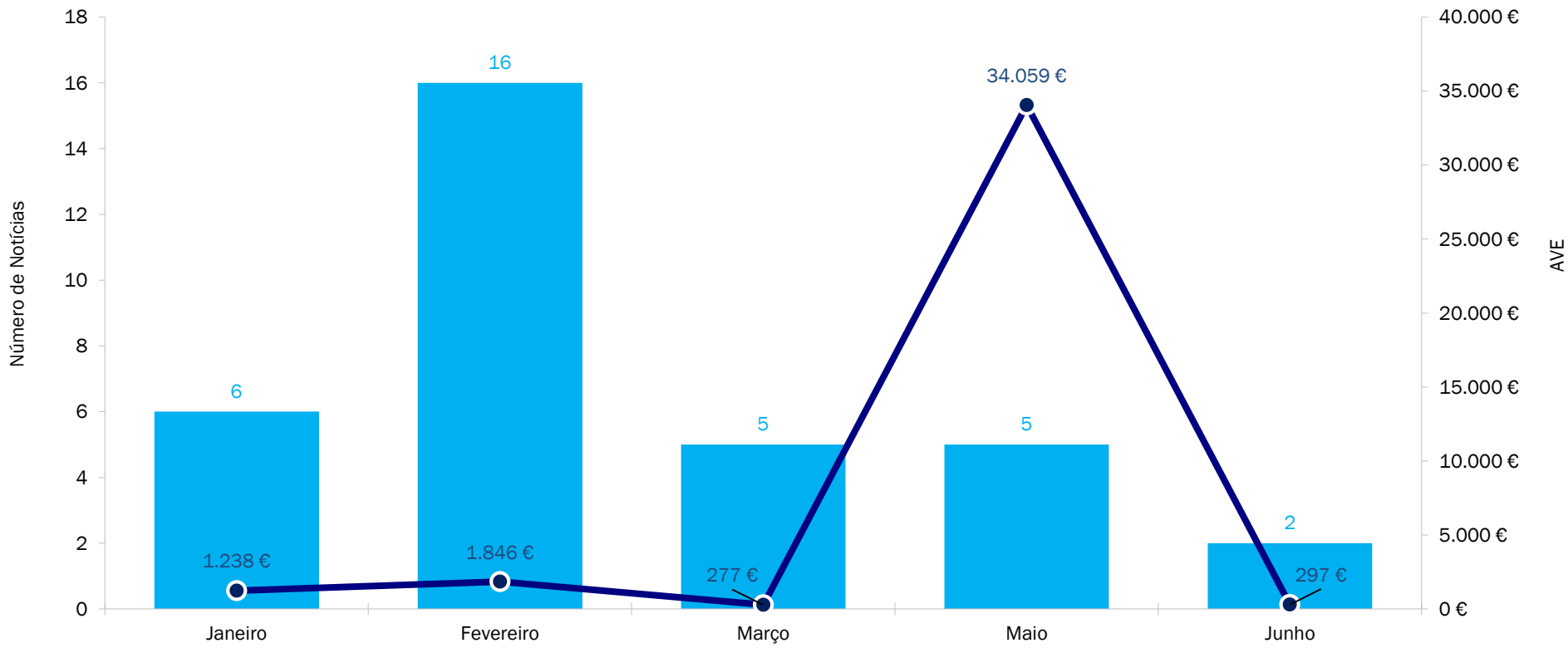
Atitude editorial demonstrada para com o objeto de análise, medida através da avaliação do conteúdo textual da aceção evidenciada nas mensagens que lhe são diretamente associadas, numa escala de 1 a 5.

3,0

1 5

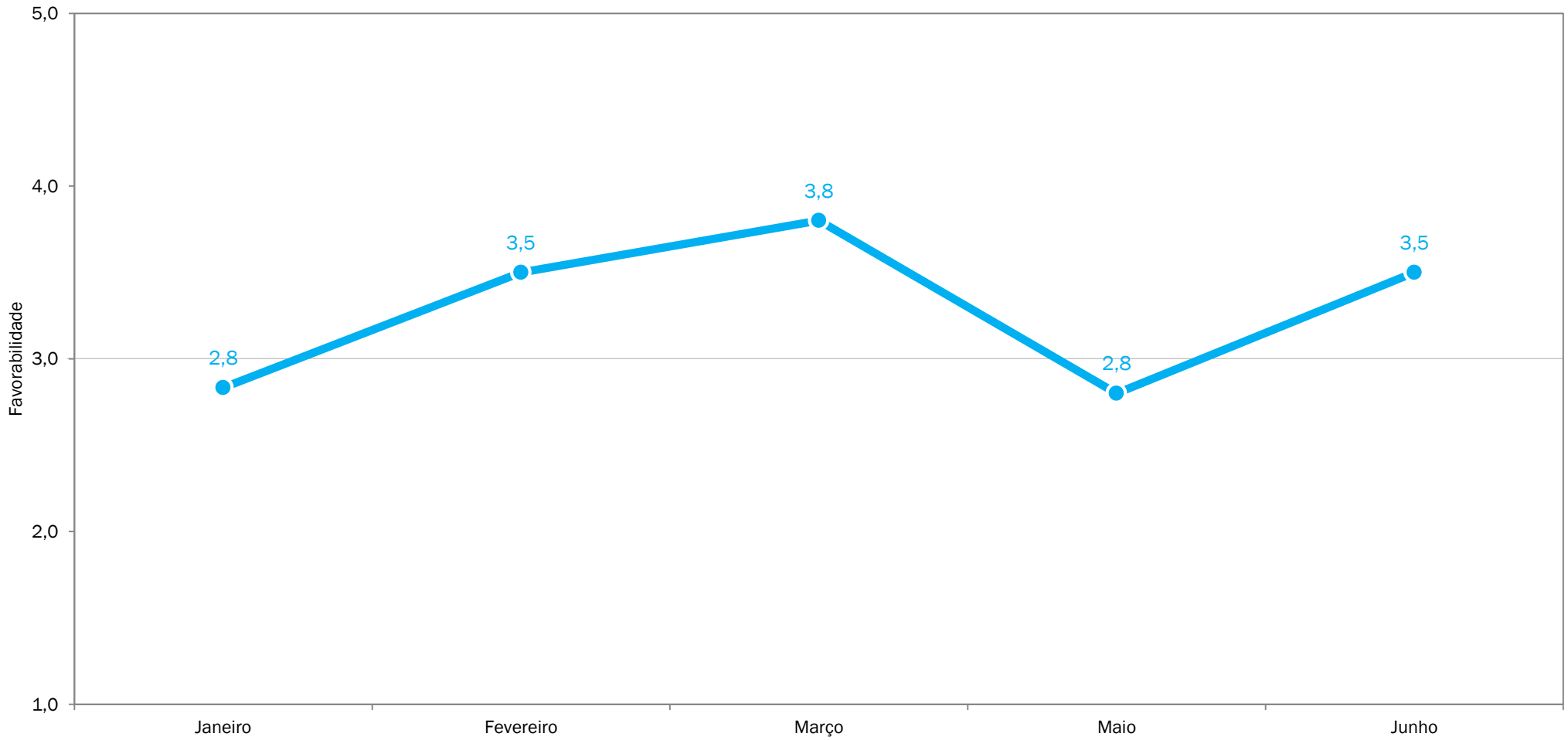
CISION
Power your story.

Evolução mensal



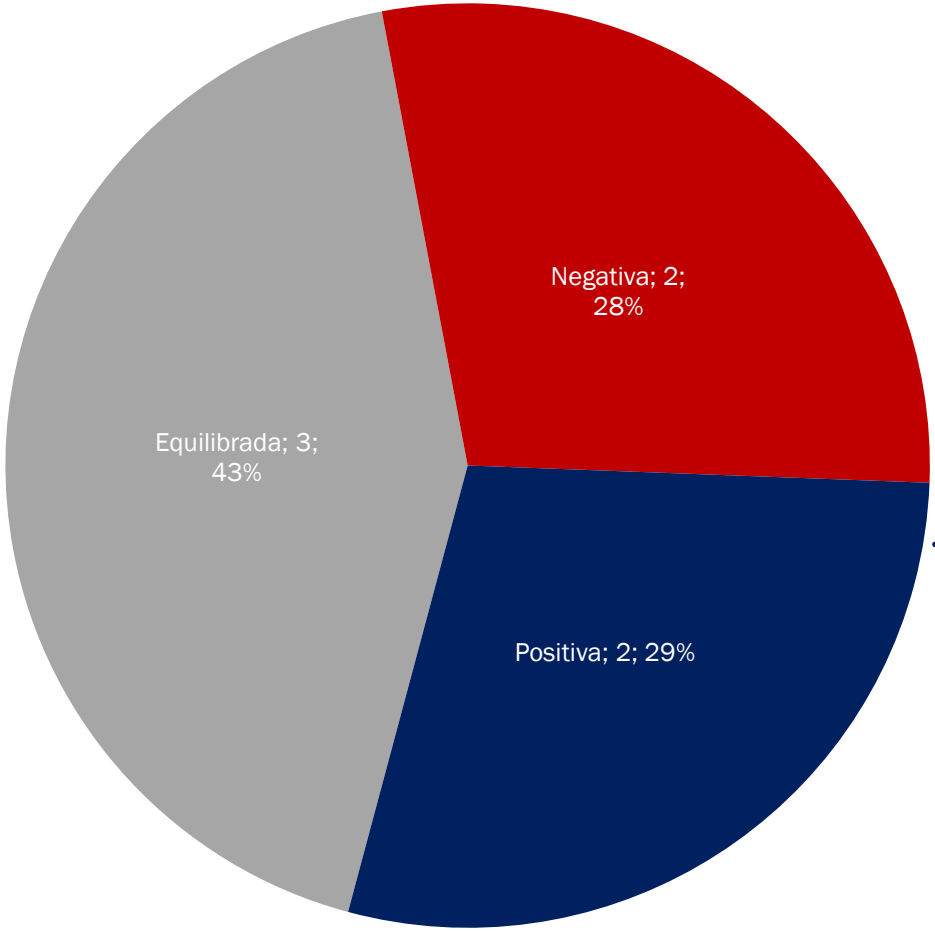
CISION
Power your story.

Evolução mensal da Favorabilidade média



CISION
Power your story.

Notícias Positivas, Negativas, Equilibradas



Notícias Negativas

Auditoria às contas da Câmara descobre passiv...

Auditoria às contas da Câmara revela passivo de 7...

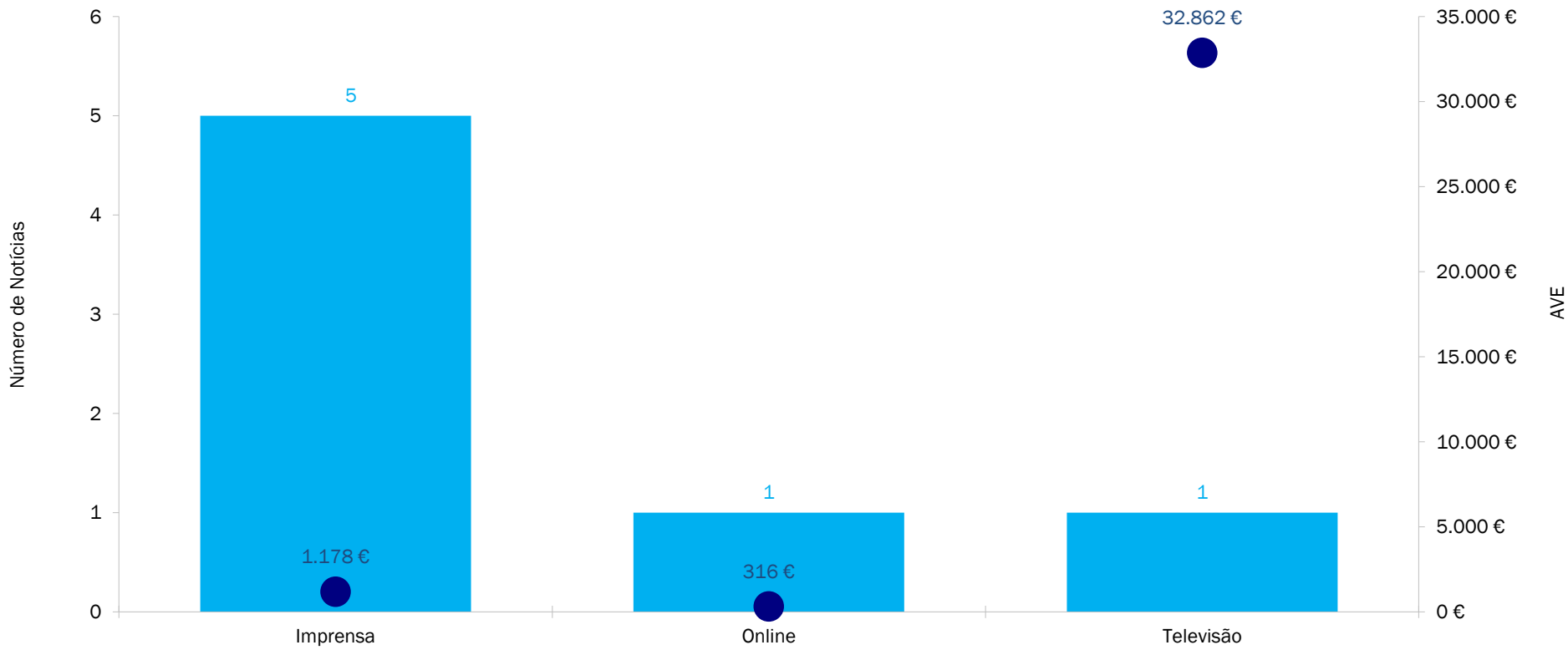
Notícias Positivas

Vítor Proença gaba investimentos no setor das água...

Grande Reportagem/O retrato do setor das águas em ...

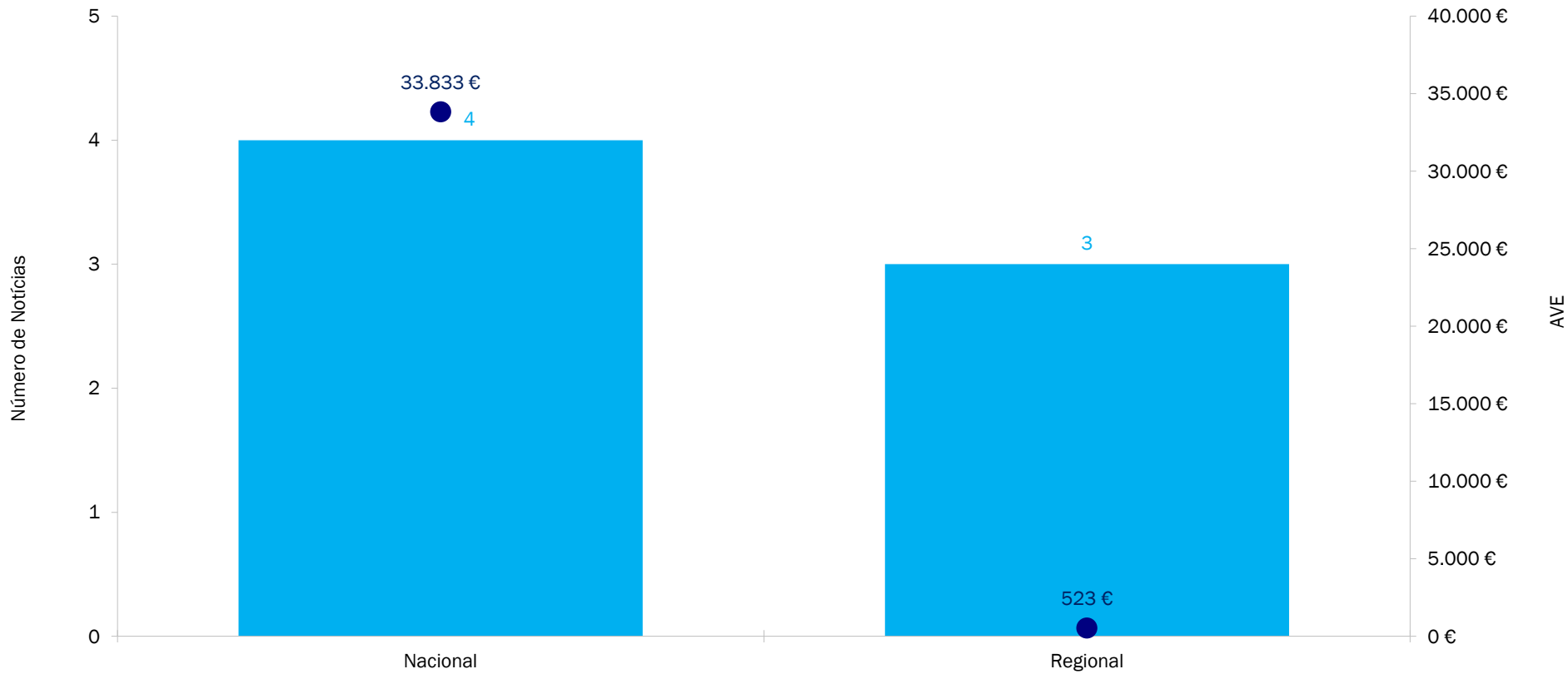
CISION
Power your story.

Meios



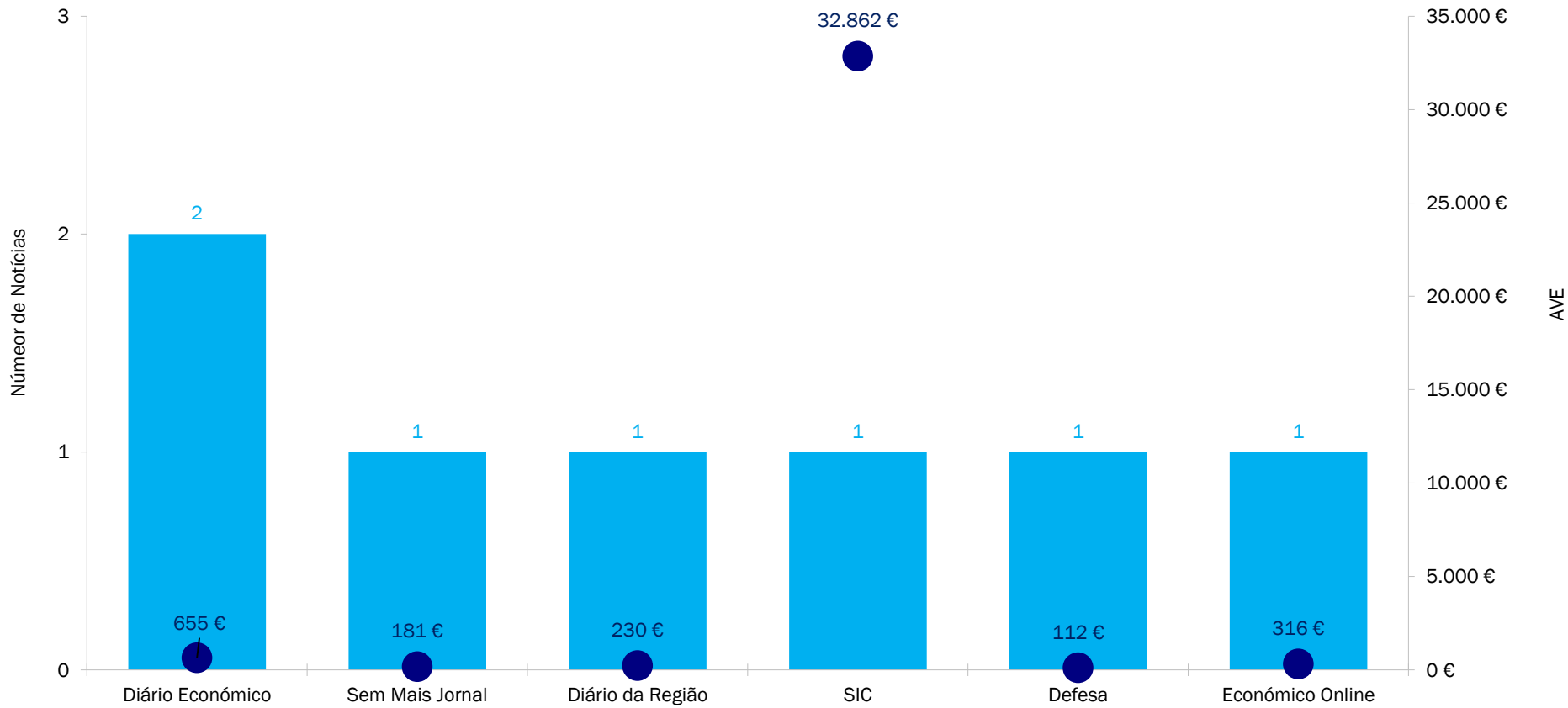
CISION
Power your story.

Âmbito dos Órgãos de Comunicação Social



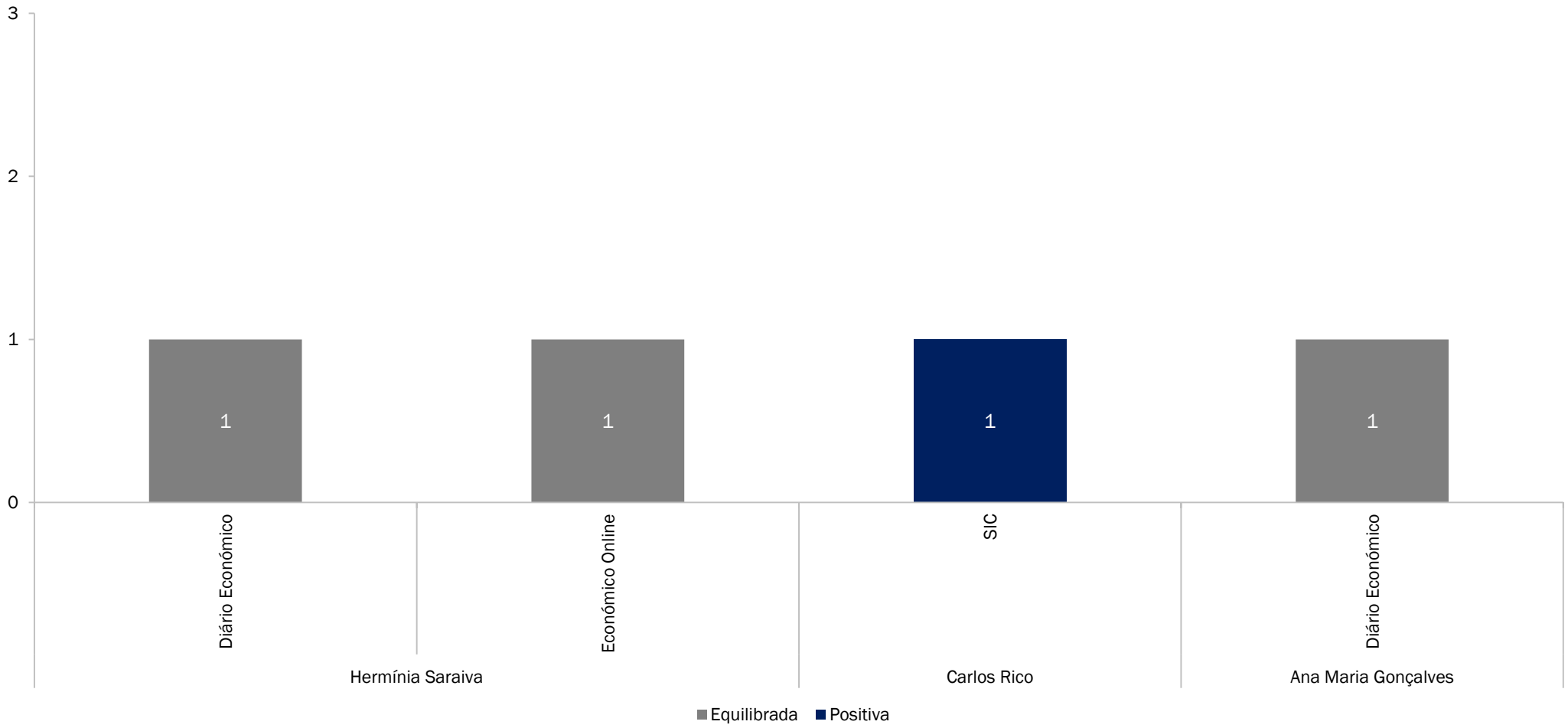
CISION
Power your story.

OCS



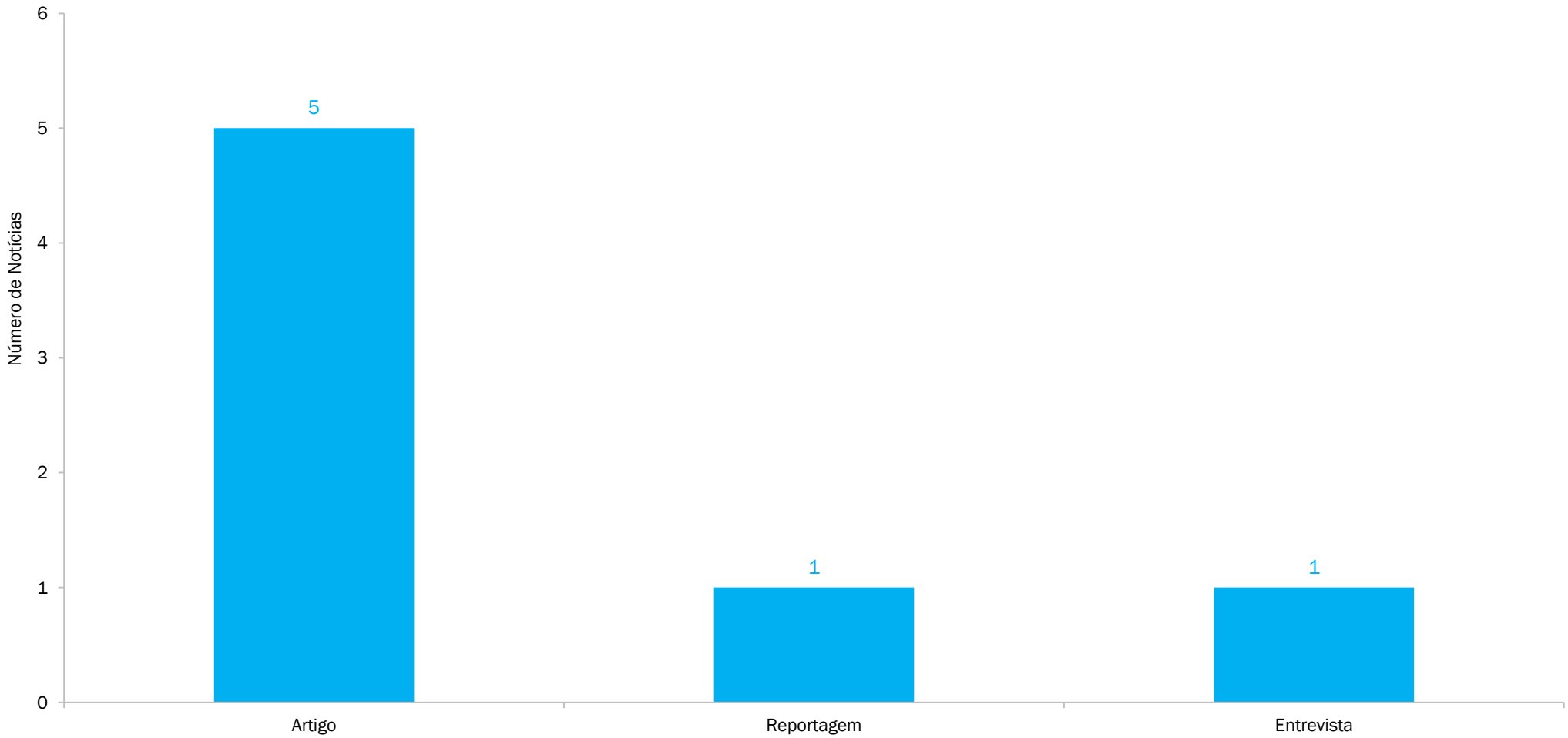
CISION
Power your story.

Autores



CISION
Power your story.

Género de Notícia



CISION
Power your story.

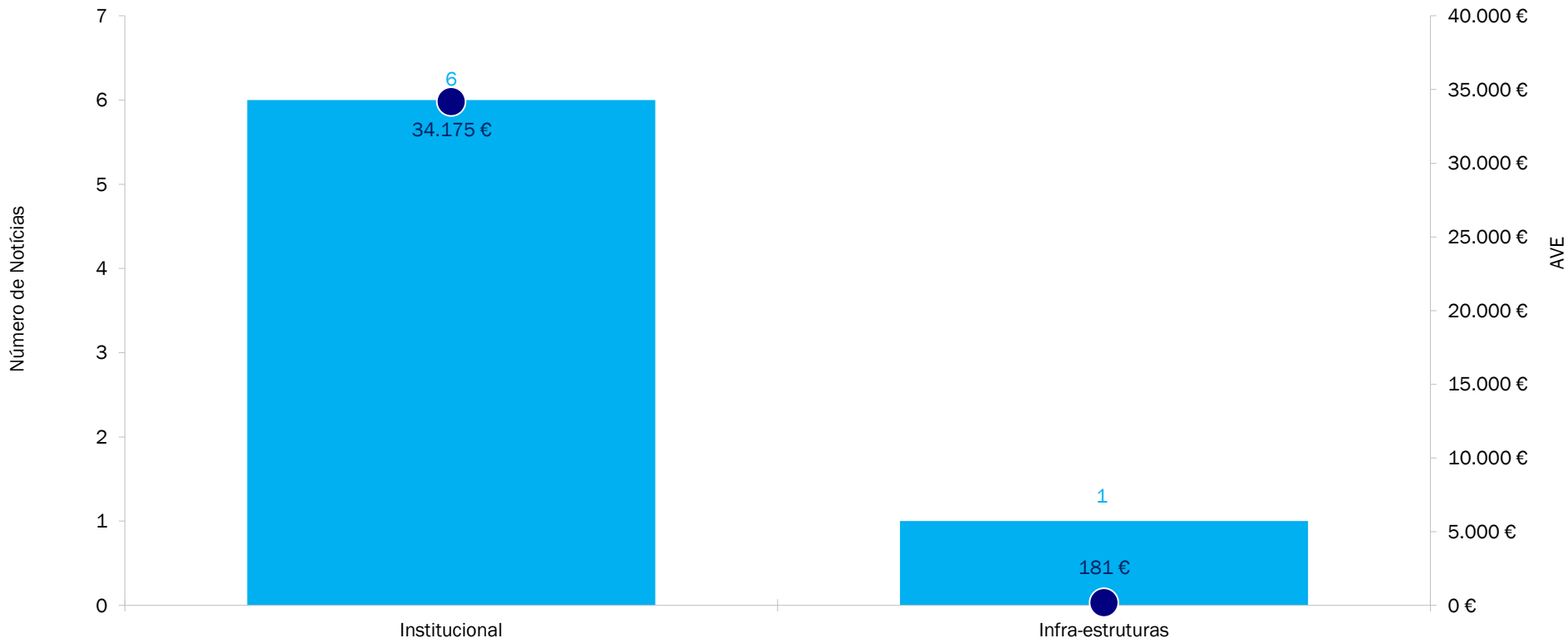
Variáveis condicionantes da comunicação

Variáveis	Percentagem	Número de Notícias
Primeira Página	29%	2
Primeira Página de Suplemento	0%	0
Título	14%	1
Presença Visual	0%	0
Destaque	0%	0
Protagonismo	43%	3

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



CISION
Power your story.

Informação Técnica

Variáveis Quantitativas

Impacte Financeiro / AVE

Valor do espaço editorial ocupado pela comunicação, quantificado a preços de tabela de publicidade. Indica o valor publicitário do espaço ocupado pela comunicação se se tratasse de publicidade comercial.

Variáveis Qualitativas

Favorabilidade

Atitude editorial demonstrada para com o objeto de análise, medida através da avaliação do conteúdo textual da aceção evidenciada nas mensagens que lhe são diretamente associadas, numa escala de 1 a 5.

Ficha técnica

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

Dezoito canais de Televisão: RTP 1; RTP 2; RTP Informação; SIC; SIC Notícias;; SIC Mulher (Mais Mulher); TVI; TVI 24; Sport TV1; Sport TV2; Sport TV3; Sport TV4; Porto Canal; RTP Madeira; RTP Açores; ETV; Bola TV; CM TV.

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

Da listagem de 800 meios Online foram considerados para esta análise: Auto Hoje.com, Bola Online, Correio da Manhã Online, Diário de Notícias Online, Diário Digital Online, Dinheiro Vivo Online, Económico Online, Exame Informática Online, Expresso Online, i Online, IOL, Jogo Online, Jornal de Negócios Online, Jornal de Notícias Online, Lusa.pt, Mais Futebol.pt, MSN Online, Notícias ao Minuto, People Ware Online, Público Online, Record Online, Renascença Online, RTP Online, Sábado Online, Sapo Online, SIC Notícias Online, Sol Online, TSF Online, TVI 24 Online, Visão Online.

Relatório elaborado por: Bárbara Gonçalves

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 fo Measurement and Evaluation of Communication) e Secretário Geral da EMAA (European Media Analysts Association).

CISION
Power your story.