



ObCOM

Observatório de Comunicação
Pública Intermunicipal

Relatório 1.

**A imagem da Comunidade Intermunicipal das Beiras e Serra da Estrela
(CIMBSE) nos meios de comunicação regionais – análise de conteúdo**

Gisela Gonçalves

LabCom - Universidade da Beira Interior

gisela.goncalves@labcom.ubi.pt

Mateus Noronha

LabCom - Universidade da Beira Interior

noronha@labcom.ubi.pt

Universidade da Beira Interior

Faculdade de Artes e Letras

LabCom – Comunicação e Artes

ObCOM - Observatório de Comunicação Pública Intermunicipal

Apoio

Fundação para Ciência e Tecnologia (FCT)

Coordenação

Anabela Gradim

Gisela Gonçalves

Contacto

obcom.labcom@gmail.com

Covilhã, novembro de 2022

Introdução

Este relatório apresenta os resultados do primeiro estudo piloto realizado pelo Observatório de Comunicação Pública Intermunicipal (ObCOM), sediado no Centro de Investigação LabCom, da Universidade da Beira Interior (UBI). O ObCOM visa reunir informação relevante e atualizada sobre a comunicação pública nas diferentes comunidades intermunicipais distribuídas pelo território português, além de procurar criar redes de interação com outros investigadores, centros de pesquisa e entidades diversas que tenham interesse no estudo da comunicação pública em geral, e ao nível da comunicação intermunicipal em especial.

A comunicação pública é fundamental na mediação entre representantes políticos, instituições públicas e cidadãos (Kunsch, 2012). Partindo do pressuposto de que a razão de ser do serviço público é o cidadão e a comunidade, importa avaliar a importância que os órgãos públicos têm dedicado à comunicação, enquanto meio de interlocução e em defesa da própria cidadania. Entendemos aqui comunicação pública como toda aquela que é produzida por atores/entidades do sector governamental e público, sobre temas de interesse coletivo. Este é um tema fortemente discutido tanto pela literatura do campo da administração pública, como da comunicação organizacional e política (e.g., Canel & Luomaaho, 2020; Faribanks, et al 2007; Gaber, 2003; Lee et al, 2012). Em comum, trespassa a ideia de que, para ultrapassar a atual crise de confiança dos cidadãos na política, nos políticos e nas instituições públicas, a comunicação pública deve guiar-se por princípios de transparência, accountability/prestação de contas, imparcialidade, e veracidade.

Nesse contexto, o ObCOM ambiciona realizar e mapear estudos que possam responder à seguinte questão de partida: Será que a (des)confiança nas instituições/agentes do poder decorre da sua (má) comunicação pública? Para isso, o ObCom pretende monitorar a comunicação pública intermunicipal, além de produzir relatórios pertinentes à compreensão do fenómeno da comunicação pública.

A opção por estudar a comunicação pública intermunicipal é estratégica e inovadora. Numa lógica descentralizadora, a reforma do poder local procurou aproximar a governação pública da população através da criação de comunidades intermunicipais (75/2013, de 12 Setembro). As CIM correspondem a associações livres de municípios, uma entidade local superior, à

qual os municípios associados delegam parte das funções ou competências que lhes são conferidas pela lei, com o objetivo de prestar serviços a todos os seus membros. As CIM são entidades que promovem a cooperação territorial dos municípios associados ao permitirem a resolução de problemas comuns e a gestão de recursos de forma transmunicipal. Além das 2 áreas metropolitanas do Porto e Lisboa, há 21 CIM distribuídas pelo país, correspondentes às NUTS III.

Usamos a Comunidade Intermunicipal das Beiras e Serra da Estrela (CIMBSE) como estudo piloto e inaugural das atividades do ObCOM, pela sua proximidade geográfica à Universidade da Beira Interior, sediada na Covilhã. Criada em 2013, a CIMBSE é composta por 15 municípios e abarca cerca de 210.633 habitantes (INE, Censos, 2021)



Fonte: Cimbse.pt

A CIMBSE pretende ser um parceiro regional, capaz de implementar práticas de gestão que permitam identificar e satisfazer as necessidades dos municípios associados e desenvolver estratégias que conduzam a uma maior coesão intermunicipal, com resultados na melhoria de qualidade de vida e no desenvolvimento sustentado da região (in cimbse.pt). As principais áreas de intervenção são: patrimónios cultural e natural, educação, modernização administrativa, turismo, empreendedorismo, saúde, infraestruturas sociais, transportes.

No estudo da comunicação pública da CIMBSE recorreremos a métodos e técnicas de pesquisa complementares: análise de conteúdo dos *media* regionais, entrevista em profundidade com editores e diretores de órgãos de imprensa e, por fim, inquérito à população. Este relatório 1, em particular, analisa a sua presença na informação veiculada pelos meios de comunicação regionais.

Nota metodológica

Este relatório procura identificar quantitativamente a presença da CIMBSE nos media regionais e o enquadramento qualitativo das peças informativas sobre esta instituição e suas atividades. A análise de conteúdo permitiu classificar os dados por temas, por *media* e data, de forma a realizar cruzamentos entre variáveis e sistematizações pertinentes para a leitura geral da pesquisa. O objetivo geral desta análise de conteúdo é quantificar a prevalência da CIMBSE nos *media* locais e verificar o enquadramento qualitativo predominante, se: positivo, negativo ou neutro. Com esta sistematização ambicionou-se perceber as variáveis que condicionam a imagem da CIMBSE na comunidade intermunicipal, mediada pelos media.

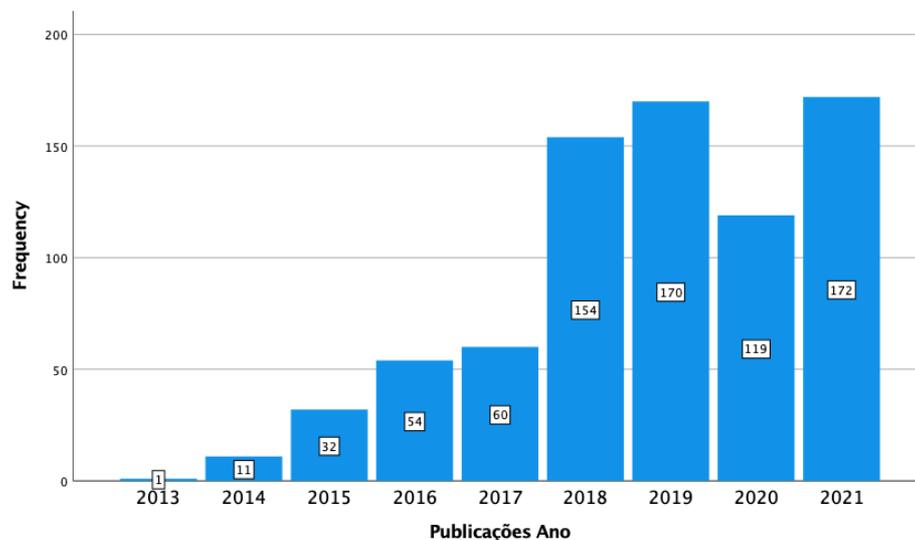
Dos 21 *media* regionais sediados na região da CIMBSE foi possível realizar a recolha de peças jornalísticas e consequente codificação em 11 meios de comunicação social. Não se inclui no estudo jornais que apenas possuem edição impressa, com acesso pago ou a que não foi possível aceder através da pesquisa online. Foram coletadas 773 peças, publicadas entre os anos de 2013 e 2021. Os dados foram codificados através do SPSS.

Resultados

O primeiro gráfico resume a distribuição de publicações sobre a CIMBSE por ano, descrevendo um crescimento constante, com destaque para 2018, e uma queda durante o período mais agudo da pandemia da Covid-19, em 2020. Além da frequência de publicações, através da análise de conteúdo das peças jornalística, procurámos perceber quais os eixos de ação da CIMBSE, anunciados no seu site institucional, se destacaram mais nas peças jornalísticas analisadas. Esses dados estão resumidos no gráfico 2.

Gráfico 1

Publicações por ano.



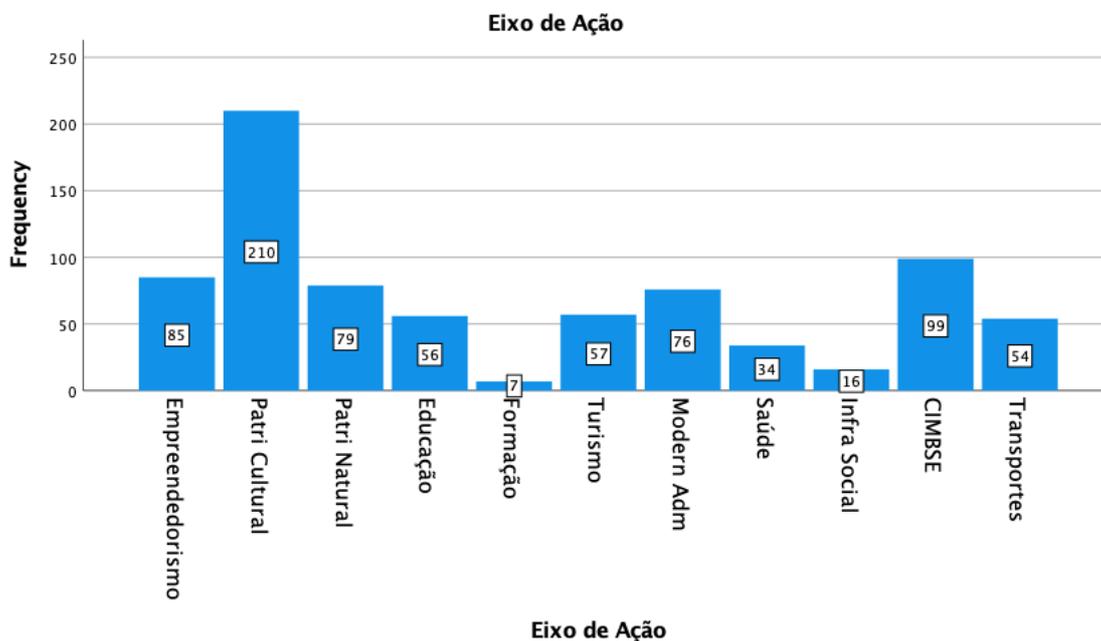
Claramente se percebe, na Tabela/Gráfico 2, que o eixo “Património Cultural” se destaca entre os demais (património natural, educação, modernização administrativa, turismo, empreendedorismo, saúde, infraestruturas sociais, transportes). Durante a codificação percebemos que este dado se deve, em grande medida, aos projetos itinerantes “Cultura em Rede”, “CIMfonia” e eventos literários como “A raposa fabulosa”. Estes eventos receberam ampla atenção e ocuparam a agenda cultural de diversos media da região, enquanto percorriam os concelhos, vilas e aldeias da CIMBSE. Isto demonstra que este eixo de ação pode ser um importante instrumento para aumentar a notoriedade pública da CIMSE e das suas atividades.

Tabela 2

Eixo de Ação		Frequency	Percent
Valid	Empreendedorismo	85	11.0
	Patri Cultural	210	27.2
	Patri Natural	79	10.2
	Educação	56	7.2
	Formação	7	.9
	Turismo	57	7.4
	Modern Adm	76	9.8
	Saúde	34	4.4
	Infra Social	16	2.1
	CIMBSE	99	12.8
	Transportes	54	7.0
	Total	773	100.0

Gráfico 2

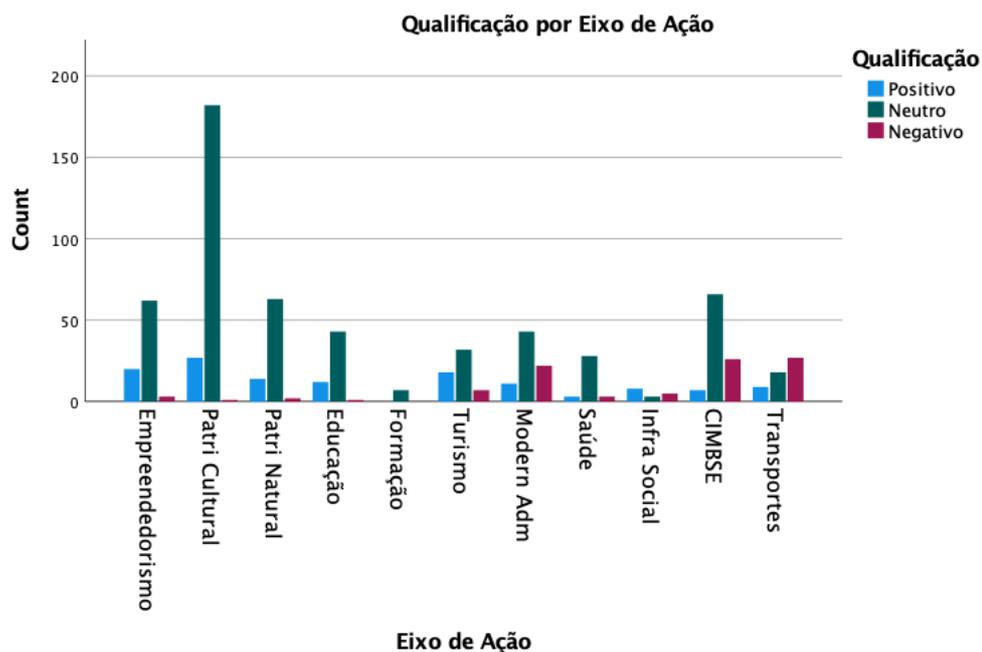
Publicações por eixo de ação



O próximo gráfico mostra a relação entre a Qualificação da peça informativa (positiva, negativa, neutra) e os diferentes Eixos de Ação. O eixo “Transporte” foi o único que apresentou maior negatividade. O eixo “Transportes” engloba as responsabilidades e ações da CIMBSE em relação à oferta de transporte público. Isto inclui o subsídio aos passes de transporte, tema gerador de grande negatividade noticiosa. Também está destacado no gráfico a baixa negatividade do eixo “Património Cultural”, reforçando mais uma vez o potencial estratégico deste eixo de ação para atrair o interesse dos *media*, aumentar a positividade da instituição e promover a CIMBSE junto aos públicos da comunidade intermunicipal em geral, e aos frequentadores dos eventos culturais, em particular.

Gráfico 3

Qualificação por eixo de ação.



Os três gráficos abaixo mostram, nesta ordem: a frequência de artigos por *media*; a distribuição dos artigos por *media* tendo em conta sua qualificação e ainda, os valores e percentuais da qualificação por *media*. Os jornais que se destacaram como mais críticos da CIMBSE foram: O Interior, Terras da Beira e Jornal do Fundão. O mais favorável é o Beiras.pt (exclusivamente online), também com o maior volume de publicações sobre a CIMBSE.

Tabela 3

Frequência por media

Media		Frequency	Percent
Valid	Beira Alta TV	17	2.2
	Magazine Serrano	86	11.1
	Mais Beiras	14	1.8
	Jornal do Fundão	48	6.2
	Bombeiros PT	1	.1
	A Guarda	45	5.8
	Viva Serra	2	.3
	O Interior	194	25.1
	Terras da Beira	75	9.7
	Beiras.PT	266	34.4
	Guarda Notícias	25	3.2
	Total	773	100.0

Figura 4

Qualificação por media.

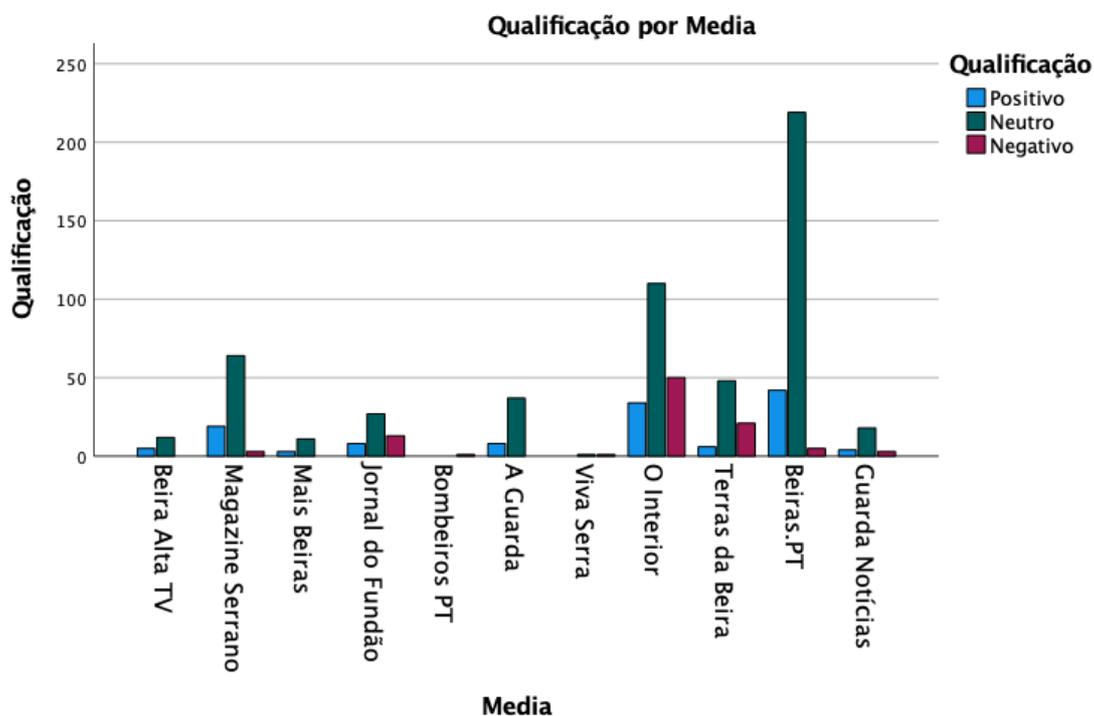


Tabela 4

Media		Qualificação			Total
		Positivo	Neutro	Negativo	
Beira Alta TV	Count	5	12	0	17
	% within Media	29.4%	70.6%	0.0%	100.0%
Magazine Serrano	Count	19	64	3	86
	% within Media	22.1%	74.4%	3.5%	100.0%
Mais Beiras	Count	3	11	0	14
	% within Media	21.4%	78.6%	0.0%	100.0%
Jornal do Fundão	Count	8	27	13	48
	% within Media	16.7%	56.3%	27.1%	100.0%
Bombeiros PT	Count	0	0	1	1
	% within Media	0.0%	0.0%	100.0%	100.0%
A Guarda	Count	8	37	0	45
	% within Media	17.8%	82.2%	0.0%	100.0%
Viva Serra	Count	0	1	1	2
	% within Media	0.0%	50.0%	50.0%	100.0%
O Interior	Count	34	110	50	194
	% within Media	17.5%	56.7%	25.8%	100.0%
Terras da Beira	Count	6	48	21	75
	% within Media	8.0%	64.0%	28.0%	100.0%
Beiras.PT	Count	42	219	5	266
	% within Media	15.8%	82.3%	1.9%	100.0%
Guarda Notícias	Count	4	18	3	25
	% within Media	16.0%	72.0%	12.0%	100.0%
Total	Count	129	547	97	773
	% within Media	16.7%	70.8%	12.5%	100.0%

Conclusões

Os dados mostram que a CIMBSE teve um crescimento constante no número de publicações nos meios de comunicação social regionais, com queda durante o período mais agudo da pandemia da Covid-19, em 2020, mas tendência de recuperação em 2021. Devido ao número expressivo de reportagens e artigos acerca do eixo “Patrimônio Cultural” concluímos que a comunicação da CIMBSE deve aproveitar esse potencial de presença nos *media* e, conseqüentemente, otimizar o seu alcance junto dos públicos, na elaboração de suas estratégias de comunicação. Por exemplo, se utilizar as atividades desta área para implementar estratégias de promoção da própria marca CIMBSE, poderá contornar o alto desconhecimento da população sobre a entidade. Este desconhecimento foi confirmado através de um inquérito aplicado à população (ver Relatório 3).

Além da existência de um elevado volume de artigos/notícias publicados nos *media* locais sobre as ações culturais promovidas pela CIMBSE, a negatividade do seu enquadramento informativo é insignificante. Além disso, como muitas das notícias são sobre eventos presenciais, parece haver aqui a possibilidade de promover um relacionamento mais direto entre a CIMBSE e os públicos/espectadores. Neste sentido, e na perspectiva da gestão da comunicação pública, pode-se refletir sobre a importância de recorrer a esses momentos de contato com os públicos para promover associações positivas com a marca CIMBSE. Tais associações podem ser promovidas tanto de forma direta (com vídeos e cartazes da CIMBSE antes e depois dos eventos culturais, por exemplo) ou indiretas - por intermédio dos *media* jornalísticos ao fazerem a cobertura desses mesmos eventos.

Em relação ao eixo “Transporte”, os dados mostram que a CIMBSE necessita realizar um melhor acompanhamento do tema junto da imprensa local, com o objetivo de mitigar os efeitos potenciais na sua imagem, veiculada por uma alta negatividade no enquadramento noticioso. Muitas das peças jornalísticas carecem de respostas e explicações cabais da CIM sobre os fatores negativos sublinhados. Para contrariar futuros enquadramentos negativos, um dos caminhos será agir preventivamente, principalmente em ocasiões em que a instituição tenha conhecimento prévio de informações sensíveis. Idealmente, este trabalho deve ser efetuado de forma integrada com o setor dos transportes, para que a união de competências

seja capaz de promover tomadas de decisão que satisfaçam os objetivos de ambos os setores, da organização como um todo e também de os seus públicos.

Por fim, é importante destacar a alta positividade dos eixos “Empreendedorismo” e “Turismo”. Promover e divulgar constantemente atividades e programas que atraem a atenção dos *media*, em ambos eixos, é outra estratégia com potencial para manter ou elevar o enquadramento positivo da CIMBSE no meios de comunicação social e, assim favorecer associações positivas à imagem da instituição na comunidade intermunicipal.

Referências

- Canel, M.J & Luoma-aho, V. (2020). *Handbook of public sector communication*. Wiley.
- Fairbanks, J.; Plowman, K.D.; & Rawlins, B.L. (2007). Transparency in government communication. *Journal of Public Affairs*, 7(10), 23-37.
- Graber, D. (2003). *The power of communication: managing information in public organizations*. CQ Press.
- Kunsch, M. (2012). Comunicação Pública: direitos de cidadania, fundamentos e práticas. In H. Matos (Org.), *Comunicação Pública: interlocuções, interlocutores e perspectivas* (pp.13-30). ECA/USP.
- Lee, M.; Neeley, G; & Stewart, K. (Eds). (2012). *The practice of government public relations*. CRC Press.