

O status quo e tendências para a profissão de comunicação na Europa Resultados de um inquérito em 44 países

A edição de 2020 do maior estudo global sobre comunicação estratégica e relações públicas explorou práticas correntes e desenvolvimentos futuros da comunicação em empresas, organizações sem fins lucrativos e outras organizações, incluindo agências de comunicação por toda a Europa. O relatório completo, baseado em respostas de mais de 2,300 líderes e profissionais de comunicação, inclui desafios e recursos éticos, segurança e comunicação cibernética, igualdade de género na profissão, *status quo* e requisitos futuros para o desenvolvimento de competências. Também são identificados salários, assuntos estratégicos, canais de comunicação mais importantes e características de departamentos excelentes de comunicação. Análises detalhadas estão disponíveis para 22 países e diferentes tipos de organizações no relatório completo – disponível grátis em www.communicationmonitor.eu.

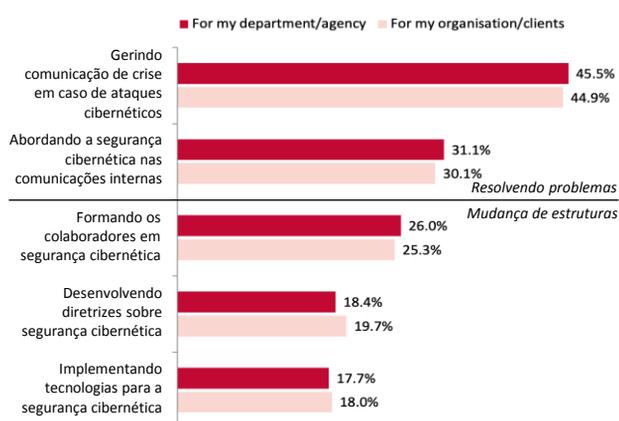
Desafios morais e recursos éticos

Cerca de 47% dos profissionais experimentou **diversos desafios éticos** no desempenho das suas funções nos últimos 12 meses. Cerca de 18% assinala apenas um desafio ético. A frequência de riscos morais aumentou nos últimos anos. Quando têm de enfrentar este tipo de desafios, uma larga maioria recorre a **valores e crenças pessoais** (86%). **Orientações organizacionais** (77%) e **códigos de ética profissionais** (58%) são menos relevantes. Práticas digitais de comunicação colocam **novos desafios morais** (ver quadro) – talvez porque apenas uma minoria dos profissionais participou em **formação sobre ética** nos últimos três anos.

Quantidade de profissionais com fortes preocupações éticas sobre:

Usar bots para gerar <i>feedback</i> e seguidores nos <i>social media</i>	67.6%
Explorar os dados das audiências através da aplicação de análise <i>big data</i>	58.1%
Pagar a influenciadores digitais para promoverem a organização e os seus produtos	55.4%
Usar regularmente publicações patrocinadas em <i>social media</i> e <i>websites</i> de notícias	54.0%
Motivar colaboradores a partilharem mensagens organizacionais nas suas contas privadas de <i>social media</i>	40.8%
Criar perfis e segmentar públicos-alvo com base em idade, sexo, etnia, trabalho ou interesses	30.2%
Editar entradas sobre a organização em <i>wikis</i> públicas	27.2%

Como é feito o combate à criminalidade cibernética



© EUROPEAN COMMUNICATION MONITOR 2020

Segurança cibernética e comunicações

Dois terços dos profissionais inquiridos (63%) prestaram **atenção ao debate público** sobre segurança cibernética e 59% consideram a segurança cibernética relevante para o trabalho diário nos seus departamentos ou agências de comunicação. As principais preocupações são a **invasão de websites e/ou perfis de redes sociais online por criminosos cibernéticos** (42%) ou fecho de infraestruturas digitais (29%). Entidades públicas e governamentais são as organizações mais ameaçadas. Mais da metade (54%) dos profissionais de comunicação na Europa **já sofreram ataques cibernéticos** nas suas organizações. Os profissionais de comunicação estão frequentemente envolvidos no tratamento de questões de segurança cibernética, mas apenas uma **minoria ajuda a construir resiliência** (ver figura).

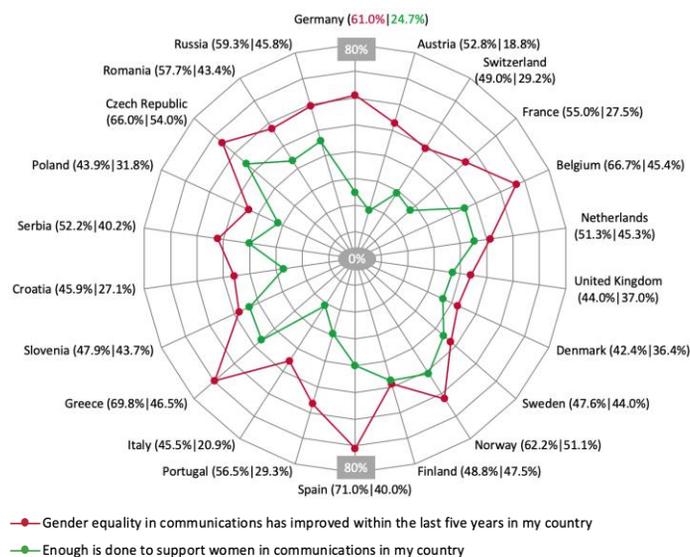
Assuntos estratégicos e canais de comunicação

42% dos respondentes acredita que **construir e manter a confiança** é o assunto estratégico mais importante para a profissão, nos próximos três anos, seguido pelo **desenvolvimento sustentável e responsabilidade social** (38%). Quando questionados sobre a importância dos diferentes canais de comunicação, os profissionais denominaram os **media interativos** (88%), a comunicação online em *websites*, *e-mails* e *intranets* (82%), a comunicação presencial (82%), meios de comunicação de massa *online* (80%) e a comunicação móvel (75%) como os instrumentos mais relevantes.

Desenvolvimento de competências

Quase metade dos inquiridos (43%) concorda que as competências são **intensivamente discutidas no seu país**, enfatizando a sua importância para os comunicadores em todo o continente. A maior parte dos participantes (81%) acredita na **necessidade de melhoria constante**. Esta percepção é mais forte na Europa Ocidental e do Norte. 69% dos profissionais acreditam que a **competência tecnológica** é importante, mas apenas 51% relatam uma competência altamente desenvolvida nessa área. Apesar de o **tratamento de dados** ser uma habilidade importante para todos os comunicadores, a falta de competências em dados é particularmente marcante a todos os níveis, com 51% dos inquiridos com pouca qualificação nessa área essencial. Em média, os profissionais inquiridos declaram ter realizado **19 dias de formação por ano**, em 2019, sendo 10 correspondentes a tempo livre (fins de semana, férias ou serões). A maioria dos inquiridos (84%) reporta que os **indivíduos devem investir no seu desenvolvimento**, contudo (83%) também apela ao desenvolvimento de programas a nível organizacional.

Como a igualdade de géneros é avaliada em cada país europeu



© EUROPEAN COMMUNICATION MONITOR 2020



"The study provides insights that can stimulate debates in communication teams about their future set-up, and the data can be used to benchmark your own position with similar organisations or professionals in the sample."

Professor Dr. Ansgar Zerfass, Leipzig University
Lead researcher, European Communication Monitor

"We are very proud to present this report, a joint project with EUPRERA for more than a decade. It sheds light on some of the key issues and opportunities we are facing as communicators."

Kim Larsen, EVP, Head of Group Communications, Brand & Marketing, Danske Bank
Acting President, European Association of Communication Directors (EACD)



Sobre o estudo

O Monitor Europeu de Comunicação 2020 é baseado em respostas de 2,324 profissionais de comunicação de 44 países europeus, a maior parte líderes seniores com mais de 10 anos de atividade na área. A seleção rigorosa dos participantes, uma estrutura de pesquisa única, baseada em teorias estabelecidas e análises estatísticas que cumprem padrões académicos, são as principais características do estudo. Os investigadores principais Professores Ansgar Zerfass (Leipzig), Piet Verhoeven (Amsterdam), Ángeles Moreno (Madrid), Ralph Tench (Leeds) e Dejan Verčič (Ljubljana) são apoiados por investigadores colaboradores nacionais, professores de universidades de renome em todo o continente.

Descarregue o relatório completo (PDF, 132 pp.)
grátis: www.communicationmonitor.eu

Avaliação e avanços na igualdade de géneros

As questões de género continuam a ser uma preocupação num setor em que três em cada quatro departamentos e agências na Europa empregam **mais mulheres que homens**, mas apenas um em cada dois líderes é mulher. Mais da metade dos inquiridos observa uma **melhoria na igualdade de género** no seu país, mas há divergências na avaliação dos apoios às mulheres (ver Figura). A maioria dos inquiridos identifica **barreiras organizacionais para as mulheres** como: a falta de flexibilidade para cuidar das obrigações familiares (62%) e políticas de promoção não transparentes (58%).

Departamentos de excelência comunicativa, identificados pela aplicação da *Comparative Excellence Framework*, reportam menos assuntos relacionados com a desigualdade de géneros.