

EUROPEAN COMMUNICATION MONITOR 2018

STRATEGIC COMMUNICATION AND THE
CHALLENGES OF FAKE NEWS, TRUST, LEADERSHIP,
WORK STRESS AND JOB SATISFACTION
RESULTS OF A SURVEY IN 48 COUNTRIES.



ORGANISED BY:



PARTNERS:



Fink & Fuchs

COMMUNICATION • DIRECTOR

THE EUROPEAN COMMUNICATION DIRECTORS ASSOCIATION

EUROPEAN COMMUNICATION MONITOR 2018

10 KEY INSIGHTS

1. FAKE NEWS

EUROPEAN
COMMUNICATION
MONITOR

2018

10 KEY INSIGHTS

VÁRIAS ORGANIZAÇÕES AFETADAS, POUCAS PREPARADAS

Os profissionais de comunicação relatam que a presença de “notícias” que são verificadamente falsas na comunicação social e nos media sociais influenciam a esfera pública do seu país.

No entanto, apenas um quarto acha que lidar com notícias falsas é relevante para o trabalho diário do departamento ou agência de comunicação. Isto é surpreendente, quando 22,5% das organizações europeias e respetiva reputação foram afetadas por notícias falsas nos últimos meses.

1. FAKE NEWS

EUROPEAN
COMMUNICATION
MONITOR

2018

10 KEY INSIGHTS

VÁRIAS ORGANIZAÇÕES AFETADAS, POUCAS PREPARADAS

As principais fontes de conteúdo enganoso são os media sociais (81,3%) e a comunicação social (59,6%). Apesar dos desafios, apenas 12% das organizações afetadas já estabeleceram rotinas avançadas para identificar (potenciais) notícias falsas.

Em Portugal, apenas 17,9% dos inquiridos refere que as suas organizações foram afetadas por notícias falsas, valor que se situa abaixo da média europeia geral (25,5%).

1. FAKE NEWS

EUROPEAN
COMMUNICATION
MONITOR

2018

10 KEY INSIGHTS

VÁRIAS ORGANIZAÇÕES AFETADAS, POUCAS PREPARADAS

Has your organisation and its reputation been affected by fake news, and if so, how often in 2017/2018?

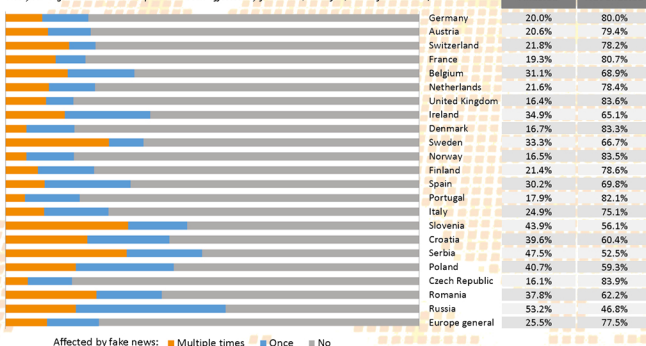


Gráfico 1: Rússia, Sérvia, Eslovénia e Polónia relatam o impacto mais forte de 'notícias' falsas sobre suas organizações - o problema parece ser menos relevante noutros países

2. FORNECIMENTO DE INFORMAÇÃO

EUROPEAN
COMMUNICATION
MONITOR

2018

10 KEY INSIGHTS

ENTREGA DE VALOR AOS DECISORES

Fornecer informações aos decisores através de briefings de notícias, da monitorização dos media, de resultados de pesquisas e outros relatórios, é uma prática comum para a maioria dos departamentos de comunicação na Europa (89,1%).

O fornecimento de informação oferece grandes oportunidades para a obtenção de reconhecimento por parte da alta administração e dos clientes (internos) (concordância de 68,0% dos inquiridos) e a sua importância tende a aumentar, conforme declara a maioria dos respondentes. De longe, a informação mais importante e mais frequentemente fornecida por especialistas em comunicação é relativa a notícias (publicadas por e com jornalistas profissionais) e media sociais.

2. FORNECIMENTO DE INFORMAÇÃO

EUROPEAN
COMMUNICATION
MONITOR

2018

10 KEY INSIGHTS

ENTREGA DE VALOR AOS DECISORES

De longe, a informação mais importante e mais frequentemente fornecida por especialistas em comunicação é relativa a notícias (publicadas por e com jornalistas profissionais) e media sociais.

Apenas 28,4% dos departamentos de comunicação e agências da Europa preparam diariamente relatórios com conteúdo editado ou selecionado que fornece insights profundos para os decisores (sobre o mercado, a concorrência, assuntos específicos).

Em Portugal, a informação providenciada aos decisores de forma regular incide sobre a monitorização dos media (80,6%), especialmente impressos (81,2%) e media sociais (72%).

2. FORNECIMENTO DE INFORMAÇÃO

EUROPEAN
COMMUNICATION
MONITOR

2018

10 KEY INSIGHTS

ENTREGA DE VALOR AOS DECISORES

Frequency of monitoring reports and news briefings

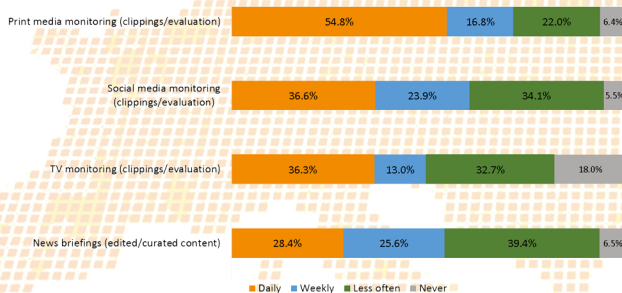


Gráfico 2: A informação atualizada é restrita aos media impressos e à monitorização dos media sociais

3. ASSUNTOS ESTRATÉGICOS

EUROPEAN
COMMUNICATION
MONITOR

2018

10 KEY INSIGHTS

FORTALECENDO O FOCO NA CONFIANÇA

A 'construção e manutenção da confiança' foi considerada a questão mais importante para a gestão da comunicação nos próximos três anos. Quase quatro em cada dez inquiridos sustentam esta visão.

No entanto, dados longitudinais recolhidos desde 2007, na Europa, revelam que o alinhamento entre a estratégia organizacional e a comunicação é o mais persistente - e, portanto, não resolvido - desafio no campo. Este ano o tema ficou em segundo lugar apontado por 37,7% dos inquiridos.

3. ASSUNTOS ESTRATÉGICOS

EUROPEAN
COMMUNICATION
MONITOR

2018

10 KEY INSIGHTS

FORTALECENDO O FOCO NA CONFIANÇA

A importância atribuída a 'lidar com a evolução digital e com as redes sociais' diminuiu ligeiramente.

Curiosamente, os profissionais de comunicação portugueses continuam preocupados com a digitalização e a gestão dos media sociais (42,7%), revelando também preocupação com a necessidade de alinhar a estratégia organizacional com a comunicação (37,6%).

A 'construção e manutenção da confiança' surge como antepenúltima preocupação (28,2%).

4. LIDERANÇA E COMUNICAÇÃO

RECONHECIMENTO ORGANIZACIONAL

Ser apreciado pelas lideranças é um pré-requisito essencial para o aproveitamento do potencial da comunicação estratégica nas organizações. Contudo, líderes que compreendem o valor das relações públicas e da comunicação foram apenas encontrados em 76,5% das organizações. A proporção é ainda menor (57,8%) quando os profissionais de comunicação se pronunciam sobre os líderes da maioria dos departamentos da sua organização.

Geralmente, a valorização é significativamente maior em organizações sem fins lucrativos em comparação com empresas, e menor em organizações públicas e políticas. Por outro lado, o estudo revela que cerca de um quinto dos líderes de comunicação (19,2%) não têm habilidades de liderança.

EUROPEAN
COMMUNICATION
MONITOR

2018

10 KEY INSIGHTS

5. COMPROMETIMENTO PROFISSIONAL EM COMUNICAÇÃO

EUROPEAN
COMMUNICATION
MONITOR

2018

10 KEY INSIGHTS

ENVOLVIMENTO

O índice geral de trabalho com base na avaliação de 12 declarações diferentes mostra que a maioria dos profissionais de comunicação na Europa se sente comprometida com o seu trabalho (56,1%).

Porém, mais de um terço não se sente comprometido (37,1%) e um em cada quinze sente-se ativamente desligado (6,8%). Um possível motivo: um quarto diz que não tem recursos para fazer o seu trabalho de forma eficaz e 21,6% não se sente encorajado pelos seus superiores.

6. O STRESS E QUEM O CONTROLA

EUROPEAN
COMMUNICATION
MONITOR

2018

10 KEY INSIGHTS

DESEMPENHO E STRESS

Espera-se que os profissionais de comunicação tenham elevado desempenho numa cultura de trabalho exigente. Não admira que quatro em cada dez profissionais de comunicação (39,0%) europeus se sintam tensos ou stressados durante o dia de trabalho.

Ao mesmo tempo, 25% não possuem os recursos apropriados para gerir essa experiência. Uma análise de cluster revela que um em cada quatro (27,9%) tem sérios problemas de stress (relatando stress e incapacidade de o controlar).

Os profissionais de comunicação portugueses são os que revelam maiores níveis de stress no trabalho (41,3%) e menor capacidade para controlar esta situação.

6. O STRESS E QUEM O CONTROLA

EUROPEAN
COMMUNICATION
MONITOR

2018

10 KEY INSIGHTS

OS FATORES MAIS DESENCADEADORES DO STRESS NO TRABALHO SÃO:

- 1 *a necessidade de estar constantemente disponível fora do horário de trabalho para consultar e responder a e-mails e telefonemas*
- 2 *uma carga de trabalho muito pesada*
- 3 *a falta de oportunidade de crescimento ou progresso na carreira;*
- 4 *a sobrecarga de informações*

7. DECRESCER A SATISFAÇÃO NO TRABALHO

EUROPEAN
COMMUNICATION
MONITOR

2018

10 KEY INSIGHTS

SATISFAÇÃO

A comparação longitudinal com resultados de 2010 e 2014 revela um declínio lento na satisfação geral do trabalho entre os profissionais de comunicação na Europa. 28,9% dos profissionais inquiridos gostariam de mudar de empregador nos próximos doze meses. No entanto, três quartos dos profissionais de comunicação na Europa estão felizes com o seu trabalho - a satisfação geral é a mais forte em consultores ou agências (79,0%).

Os impulsionadores da satisfação no trabalho são as tarefas interessantes e múltiplas, as oportunidades de carreira e o reconhecimento por parte dos superiores e clientes (internos).

63,2% dos profissionais de comunicação portugueses declara-se satisfeito com o seu trabalho.

8. AMBIENTE DE TRABALHO

EUROPEAN
COMMUNICATION
MONITOR

2018

10 KEY INSIGHTS

A LIDERANÇA FAZ A DIFERENÇA

Um ambiente de trabalho encorajador permite aos profissionais explorarem as suas competências e alcançar os objetivos organizacionais. O estudo mediu o status nos departamentos e agências de comunicação em toda a Europa, avaliando a cultura organizacional, a confiança na organização, o desempenho do líder, a satisfação geral no trabalho e o comprometimento com o trabalho.

Análises estatísticas avançadas mostram que o comprometimento é o fator chave que se liga fortemente a todos os outros aspetos. O comprometimento pode ser influenciado pelos líderes, por conseguinte, a liderança faz a diferença: educar, orientar e promover habilidades de liderança deve ser uma prioridade no campo.

9. SALÁRIOS

OS SALÁRIOS SÃO ESTÁVEIS

Em 2018, um em cada dez profissionais de comunicação europeus inquiridos ganha mais de 125 mil euros em salário-base por ano (13,0%). Mas cerca de 24,4% ganham menos de 30 mil euros. A parcela de líderes de comunicação e CEO de agências com salário anual superior a 150.000 euros permaneceu relativamente estável desde 2009 (entre 13,4% e 18,4%).

Os respondentes portugueses situam-se maioritariamente no grupo de profissionais com salários inferiores a 30 mil euros anuais (54,7%).

EUROPEAN
COMMUNICATION
MONITOR

2018

10 KEY INSIGHTS

10. EXCELÊNCIA EM COMUNICAÇÃO

EUROPEAN
COMMUNICATION
MONITOR

2018

10 KEY INSIGHTS

NOVOS PADRÕES IDENTIFICADOS

Uma análise detalhada dos dados recolhidos revela várias características dos departamentos de comunicação de alto desempenho (excelência). Tal contribui para novos insights que complementam os publicados pela Palgrave Macmillan no livro de 2017 "Communication Excellence".

Excelentes departamentos de comunicação estão mais bem preparados para lidar com notícias falsas, oferecem todos os tipos de relatórios para os decisores com mais frequência e evidenciam melhor desempenho de liderança. O stress no trabalho é menor e quase todos os profissionais que trabalham nestes departamentos estão satisfeitos (93,5% em comparação com os 66,8% de outras organizações) e são leais.

10. EXCELÊNCIA EM COMUNICAÇÃO

NOVOS PADRÕES IDENTIFICADOS

A excelência em comunicação revela-se benéfica para quem trabalha no campo da comunicação estratégica e das relações públicas e para organizações que usam o poder da comunicação estratégica para alcançar os seus objetivos.

EUROPEAN
COMMUNICATION
MONITOR

2018

10 KEY INSIGHTS

A EQUIPA DE INVESTIGAÇÃO EM PORTUGAL



Sónia Sebastião - Investigadora Principal

Doutora em Ciências Sociais com especialização em Ciências da Comunicação e Professora Associada do ISCSP em Ciências da Comunicação. Desenvolve a sua investigação com incidência na Comunicação Estratégica e Relações Públicas. Coordenadora da Unidade Científica e Pedagógica de Ciências da Comunicação e da Pós-Graduação em Comunicação Estratégica Digital. É ainda Research Senior Fellow do CAPP no Grupo Sociedade Comunicação e Cultura, coordenando o projecto "Ensino e Prática de Relações Públicas".



Susana de Carvalho Spínola

Doutora em Comunicação. Integra a rede MARPE, um consórcio europeu de investigadores em relações públicas, é membro de comissões científicas e tem vários artigos e capítulos de livros nas áreas de teorias de relações públicas, relações públicas estratégicas, public affairs, lobby, diplomacia pública e corporativa e Educação em Relações Públicas.