



**PERFIL DA
LIDERANÇA *em*
COMUNICAÇÃO**
no **BRASIL**

Outubro 2018



© 2018 ABERJE – Perfil da Liderança em Comunicação no Brasil

CONCEPÇÃO E PLANEJAMENTO

Paulo Nassar

DIRETOR PRESIDENTE DA ABERJE
E PROFESSOR TITULAR DA ECA-USP

Hamilton dos Santos

DIRETOR GERAL DA ABERJE

COORDENAÇÃO

Carlos A. Ramello

Gisele Souza

DESENVOLVIMENTO

Carlos A. Ramello

REALIZAÇÃO

DMR Consulting

ANÁLISE DE DADOS

Carlos A. Ramello

APOIO

SAP Brasil

Copyright ©2018 by ABERJE. Todos os direitos
dessa publicação são reservados à ABERJE.

É proibida a duplicação ou reprodução
no todo ou em parte, por qualquer meio,
sem expressa autorização.

ABERJE. “Perfil da Liderança em Comunicação
no Brasil”. São Paulo: Aberje, 2018. (Pesquisa).

Em sua missão de produzir conhecimento e compartilhar as melhores práticas para fortalecer a Comunicação das empresas e instituições e reforçar o papel estratégico e cidadão do comunicador, a Aberje, através da pesquisa tem por objetivo conhecer as principais características do profissional que exerce cargo de liderança na área de Comunicação, no âmbito dos aspectos profissionais, de liderança, pessoais e de estilo de vida.

A coleta de dados para este relatório ocorreu entre 29 de agosto e 28 de setembro de 2018, por meio de autopreenchimento em sistema on-line.

A amostra é não-probabilística por conveniência, formada por profissionais integrantes de organizações associadas e da rede de relacionamento da Aberje, dos mais diversos segmentos e porte, localizadas em todas as regiões do país.

Participaram do estudo 578 profissionais que exercem cargos de liderança em diversos níveis, compreendidos entre coordenação e direção, inclusive sócios.



**PERFIL
PROFISSIONAL**

EMPRESAS

ENTRE OS 578 PARTICIPANTES DA PESQUISA, 78% TRABALHAM EM EMPRESAS PRIVADAS E 57% EM SÃO PAULO.

Entre os 578 participantes da pesquisa, que exercem cargos de liderança, 78% trabalham em empresas privadas (41% em multinacionais e 37% em nacionais) de grande porte (62%), onde 37% têm mais de 5.000 empregados.

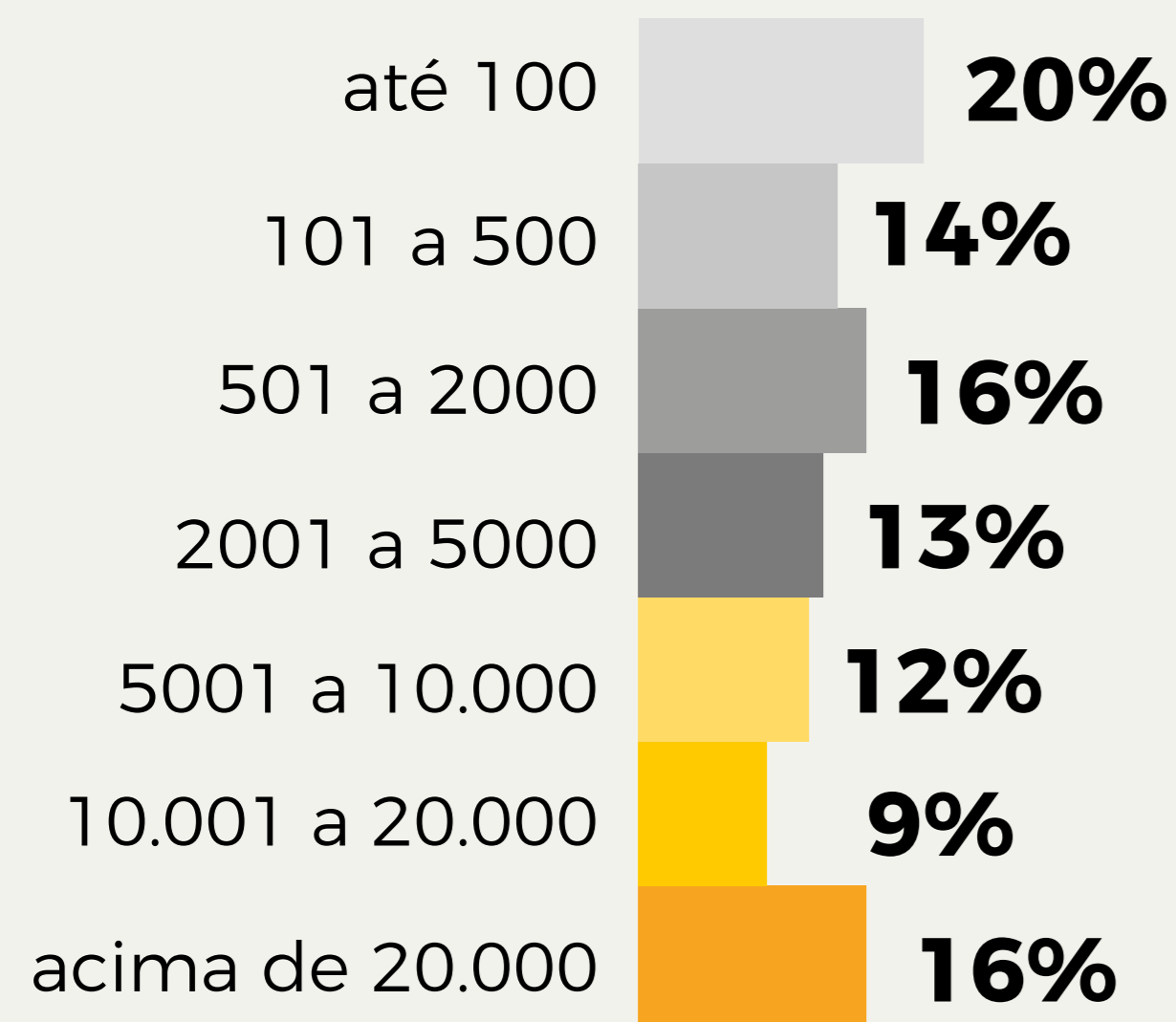
As empresas onde trabalham distribuem-se por praticamente todos os segmentos da economia, com destaque para o setor de serviços, que inclui agências de comunicação, com 27%.

Em termos de região, se distribuem por 20 estados, com a maioria (57%) no estado de São Paulo.

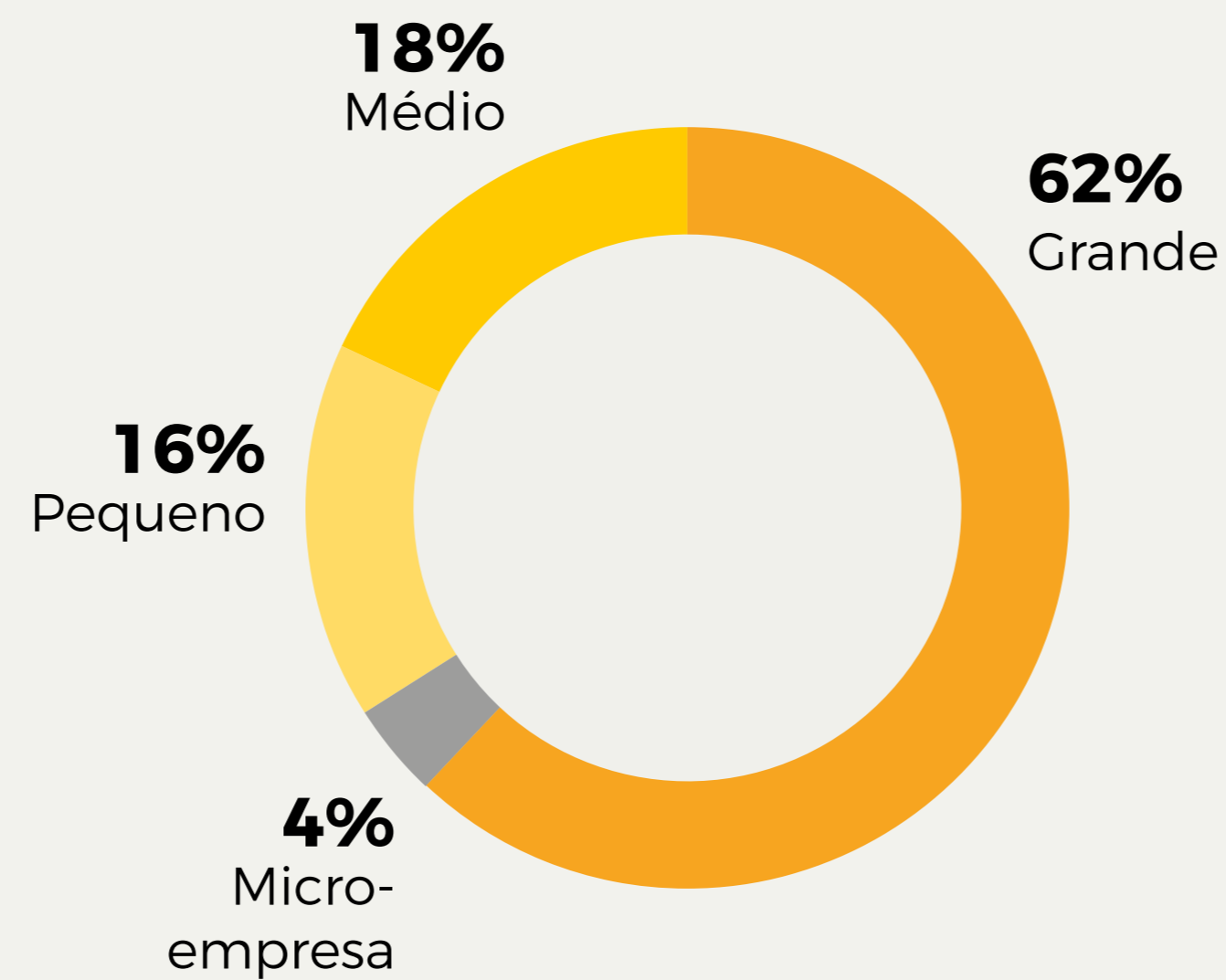


EMPRESAS ONDE TRABALHAM

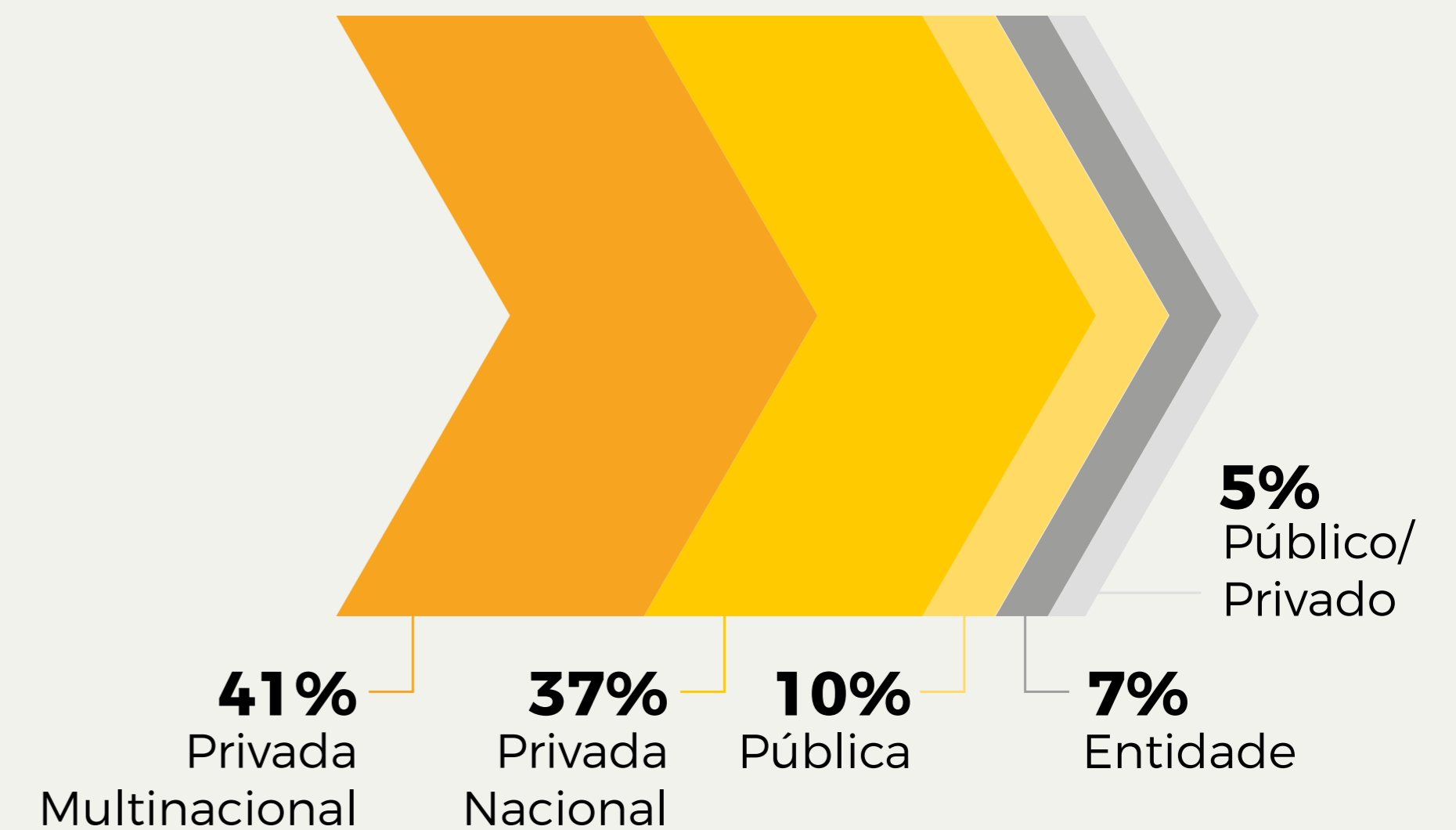
TOTAL DE FUNCIONÁRIOS DA EMPRESA



PORTE DA ORGANIZAÇÃO

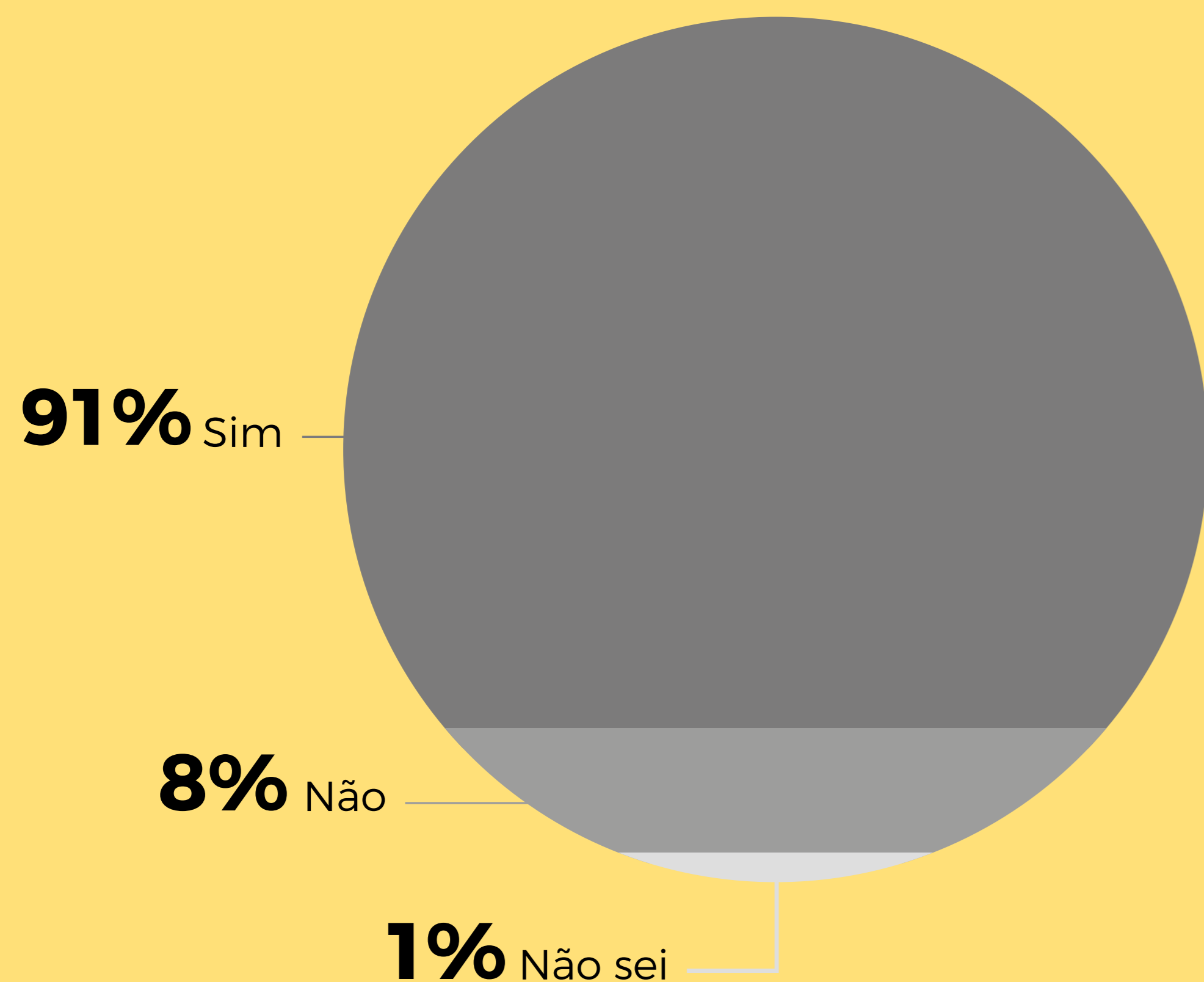


TIPO DE ORGANIZAÇÃO



EMPRESAS

A ÁREA DE COMUNICAÇÃO É CONSIDERADA ESTRATÉGICA PELA ORGANIZAÇÃO EM QUE VOCÊ TRABALHA?



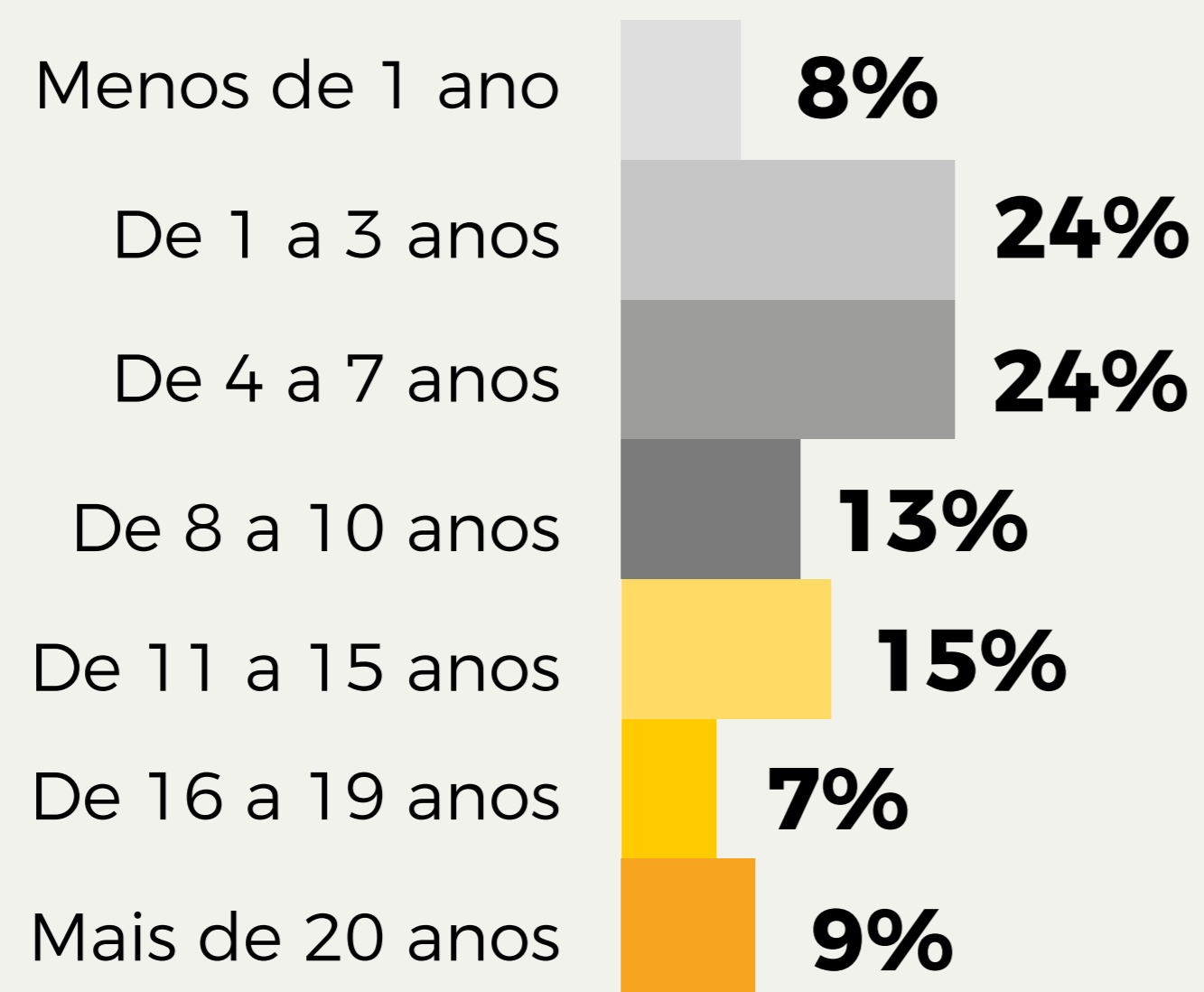
91% acreditam que a área de Comunicação é considerada estratégica pela empresa.

74% dos profissionais estão contratados sob o regime da CLT e 11% sob regime societário.

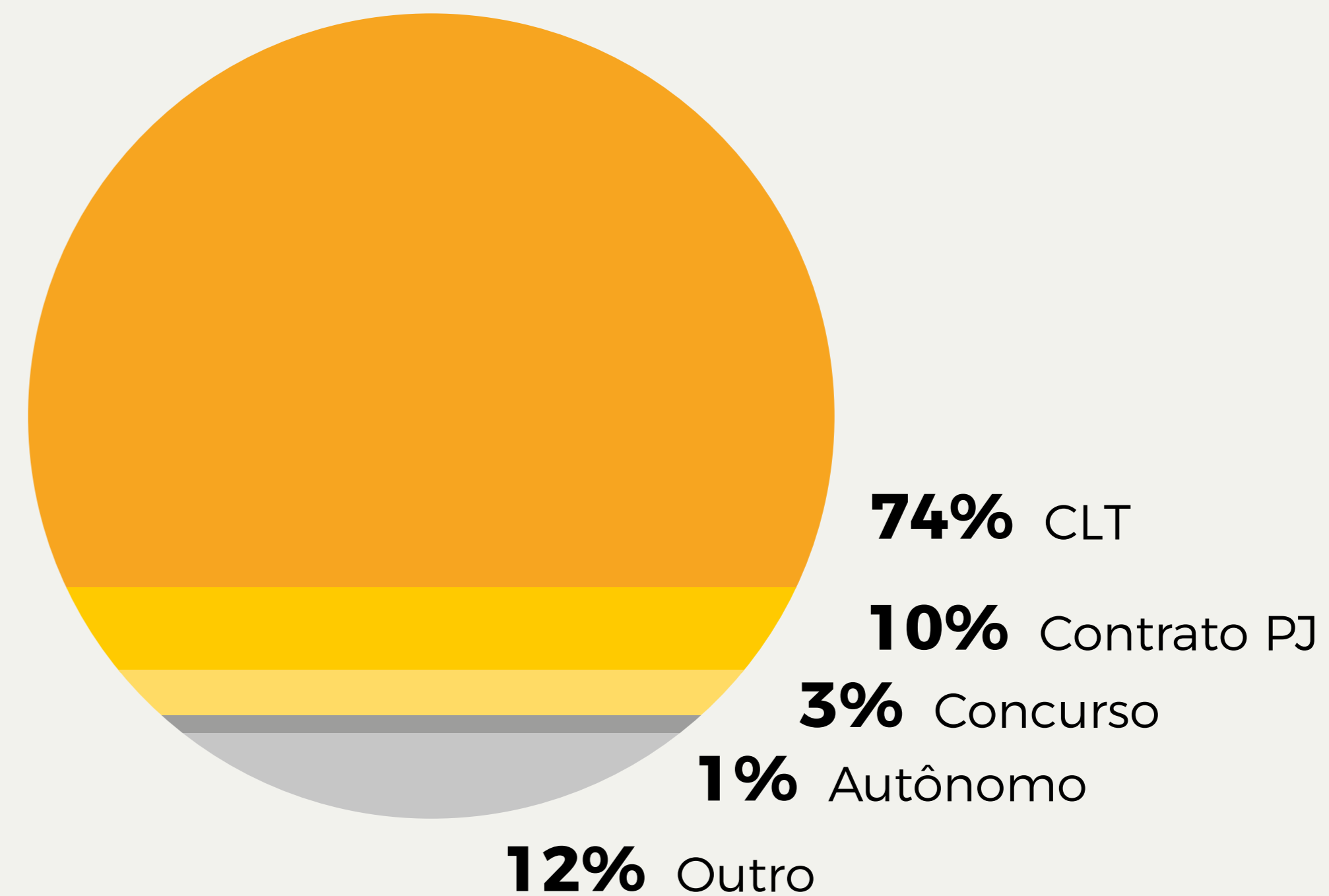
A maioria dos profissionais participantes trabalham na empresa atual há até 7 anos, sendo que: 8% trabalham há menos de 1 ano, 24% entre 1 e 3 anos e 24% entre 4 e 7 anos.

EMPRESAS

HÁ QUANTO TEMPO VOCÊ TRABALHA
NESTA ORGANIZAÇÃO?

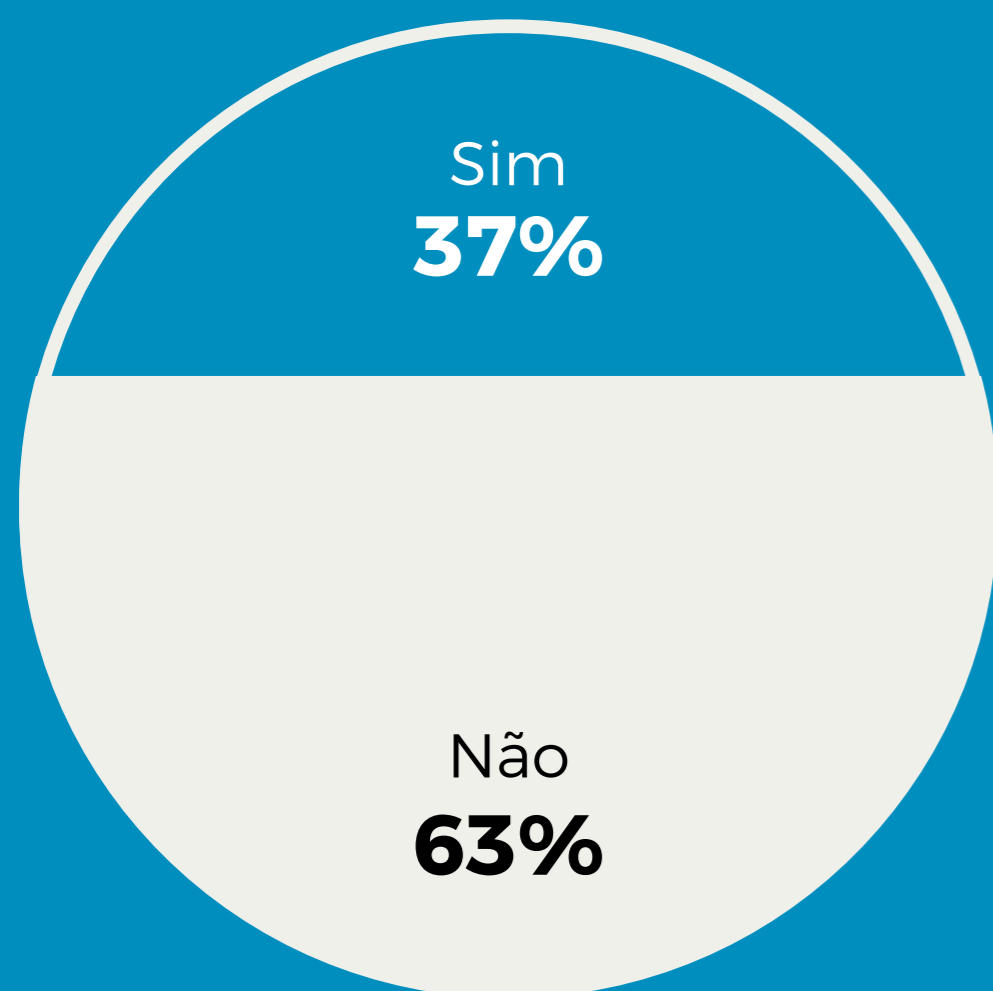


SOB QUE REGIME DE CONTRATAÇÃO
VOCÊ TRABALHA?



CARACTERÍSTICAS DO CARGO

VOCÊ FAZ PARTE DO BOARD DA ORGANIZAÇÃO EM QUE TRABALHA?

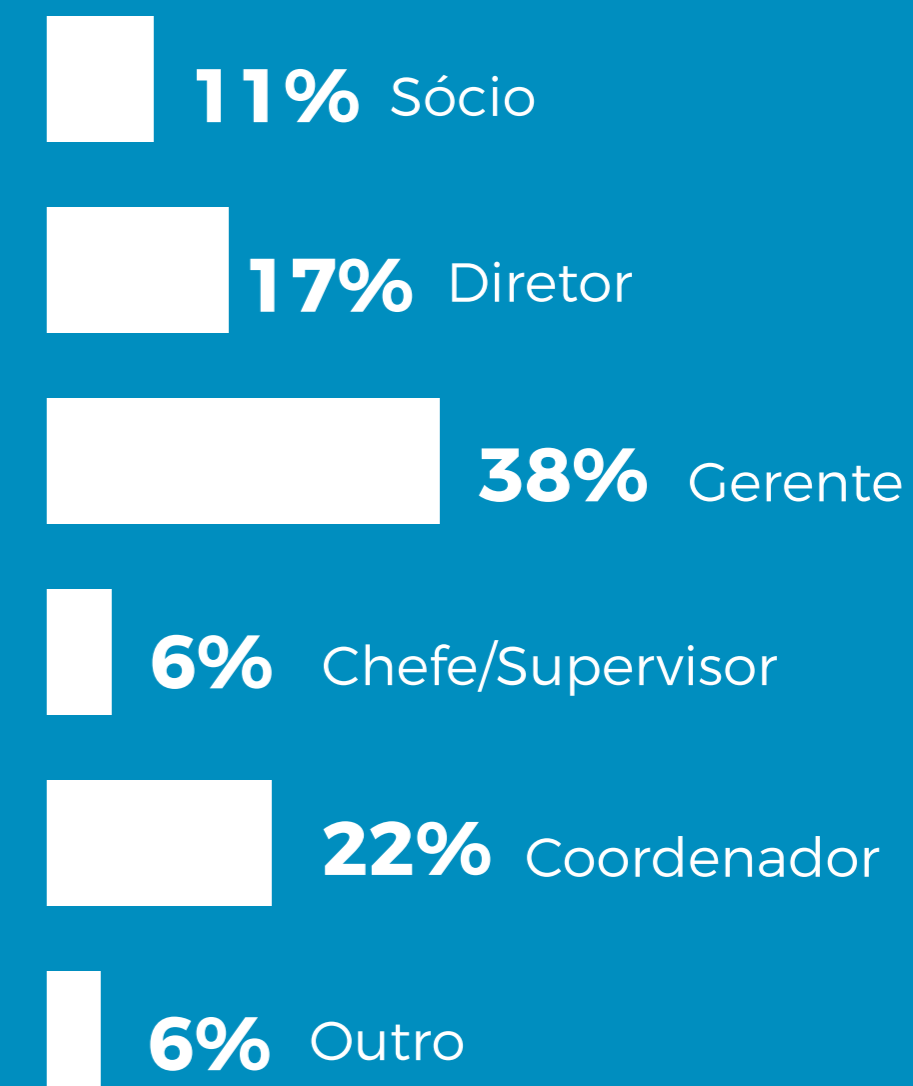


38% dos participantes exercem cargos de liderança em nível gerencial e 17% em nível de diretoria.

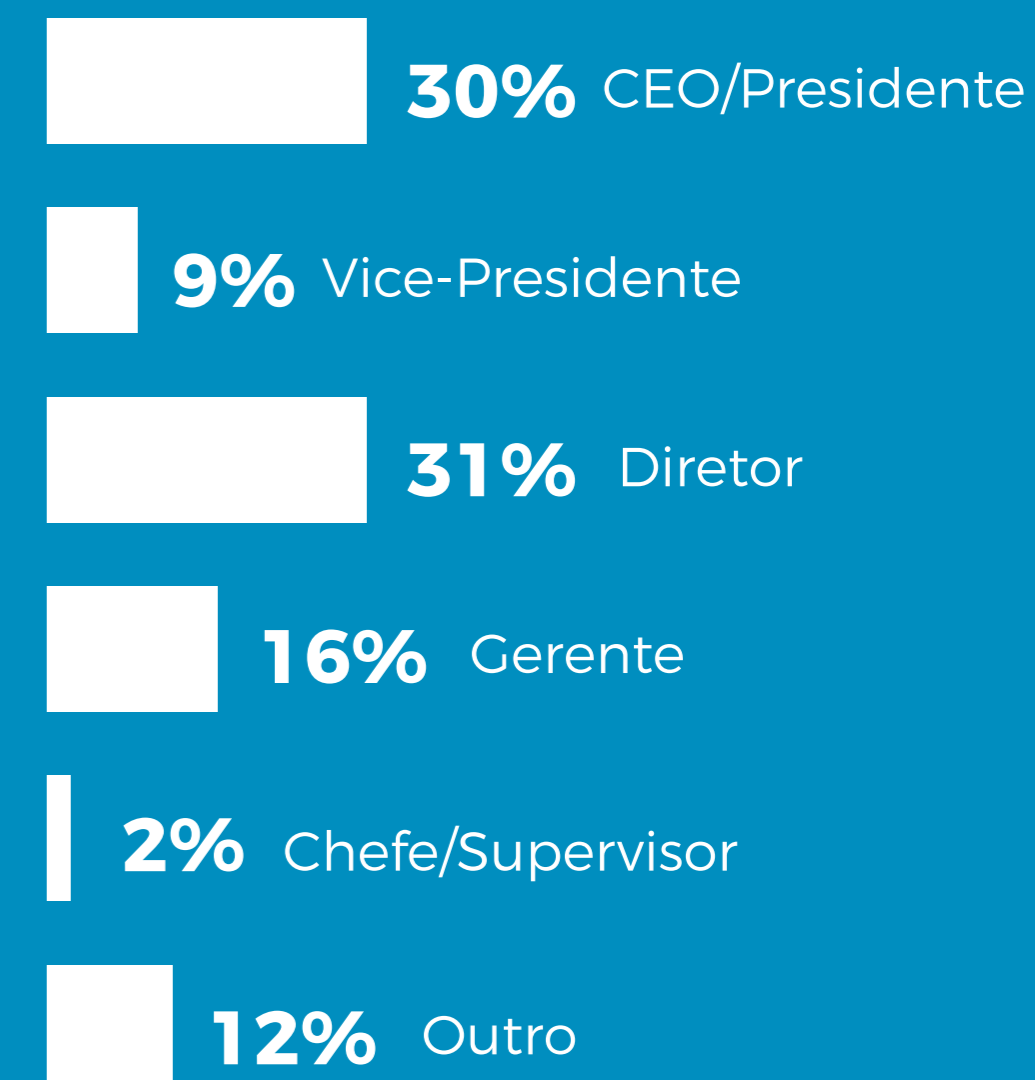
Em termos de reporte, o quadro aponta para uma compactação da estrutura da área da Comunicação nas empresas onde os participantes trabalham, uma vez que 28% dos que exercem cargos de gerência se reportam diretamente ao CEO/Presidente e 46% dos que exercem cargos de coordenação se reportam diretamente a um diretor ou ao CEO/Presidente.

Mesmo com 55% dos participantes exercendo cargos executivos (diretoria e gerência), apenas 37% fazem parte do board da organização em que trabalham.

QUAL É O NÍVEL DO SEU CARGO ATUAL?



A QUAL NÍVEL DA ORGANIZAÇÃO VOCÊ SE REPORTA?

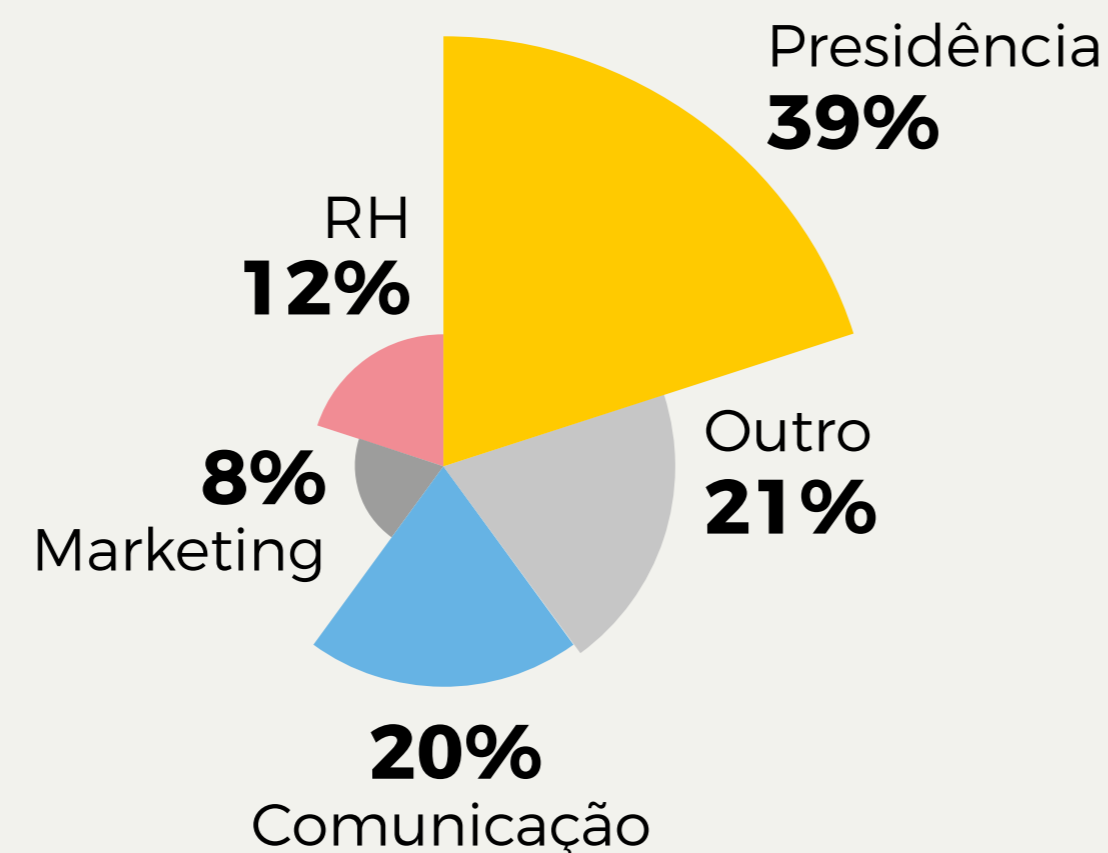


ABRANGÊNCIA DO CARGO

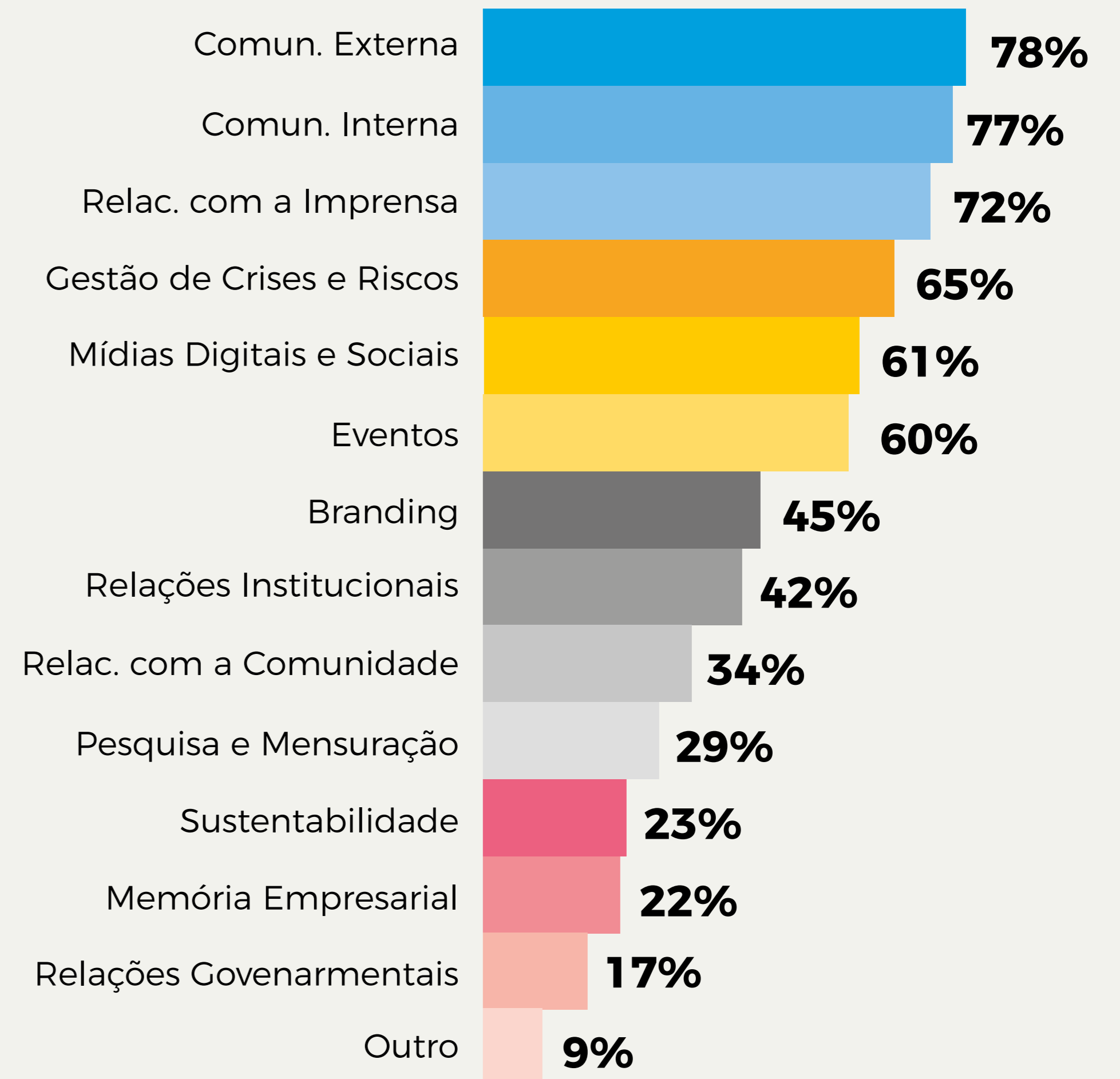
A ÁREA DE COMUNICAÇÃO EM 39% DAS EMPRESAS DOS PARTICIPANTES SE REPORTA DIRETAMENTE À PRESIDÊNCIA, ENQUANTO QUE EM 12% SE REPORTA À ÁREA DE RECURSOS HUMANOS.

No exercício de seu papel de liderança em Comunicação na empresa atual, os participantes são responsáveis, principalmente, pelos processos: Comunicação Externa (78%); Comunicação Interna (77%); Relacionamento com a Imprensa (72%); Gestão de Crises e Riscos (65%), Mídias Digitais e Sociais (61%) e Eventos (60%).

A QUAL ÁREA A COMUNICAÇÃO SE REPORTA EM SUA EMPRESA?



QUAIS SÃO OS PRINCIPAIS PROCESSOS DE ATUAÇÃO ABRANGIDOS PELO SEU CARGO?



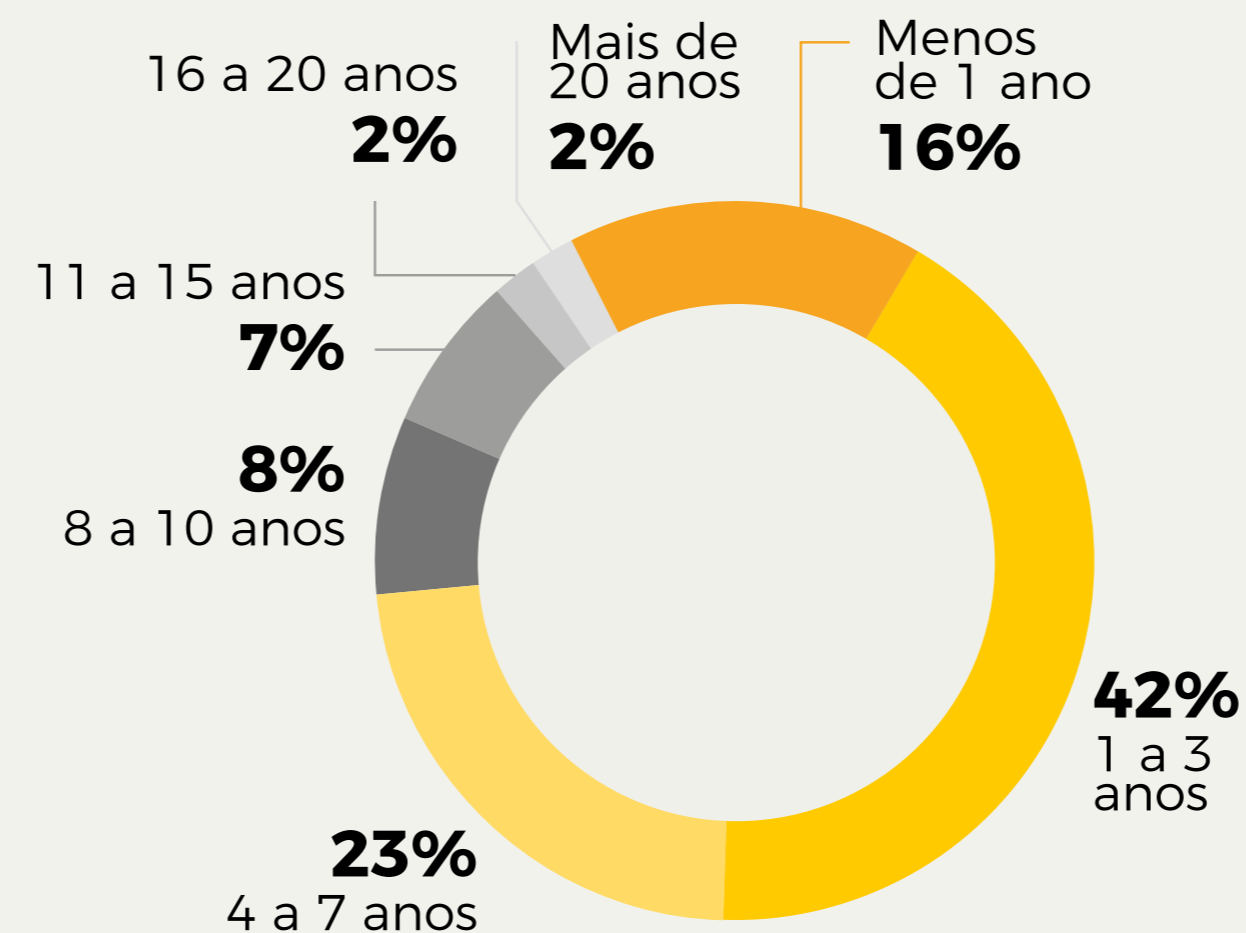
EXPERIÊNCIA

O MERCADO PRIVILEGIA A EXPERIÊNCIA QUANDO DA CONTRATAÇÃO OU PROMOÇÃO PARA CARGOS DE LIDERANÇA.

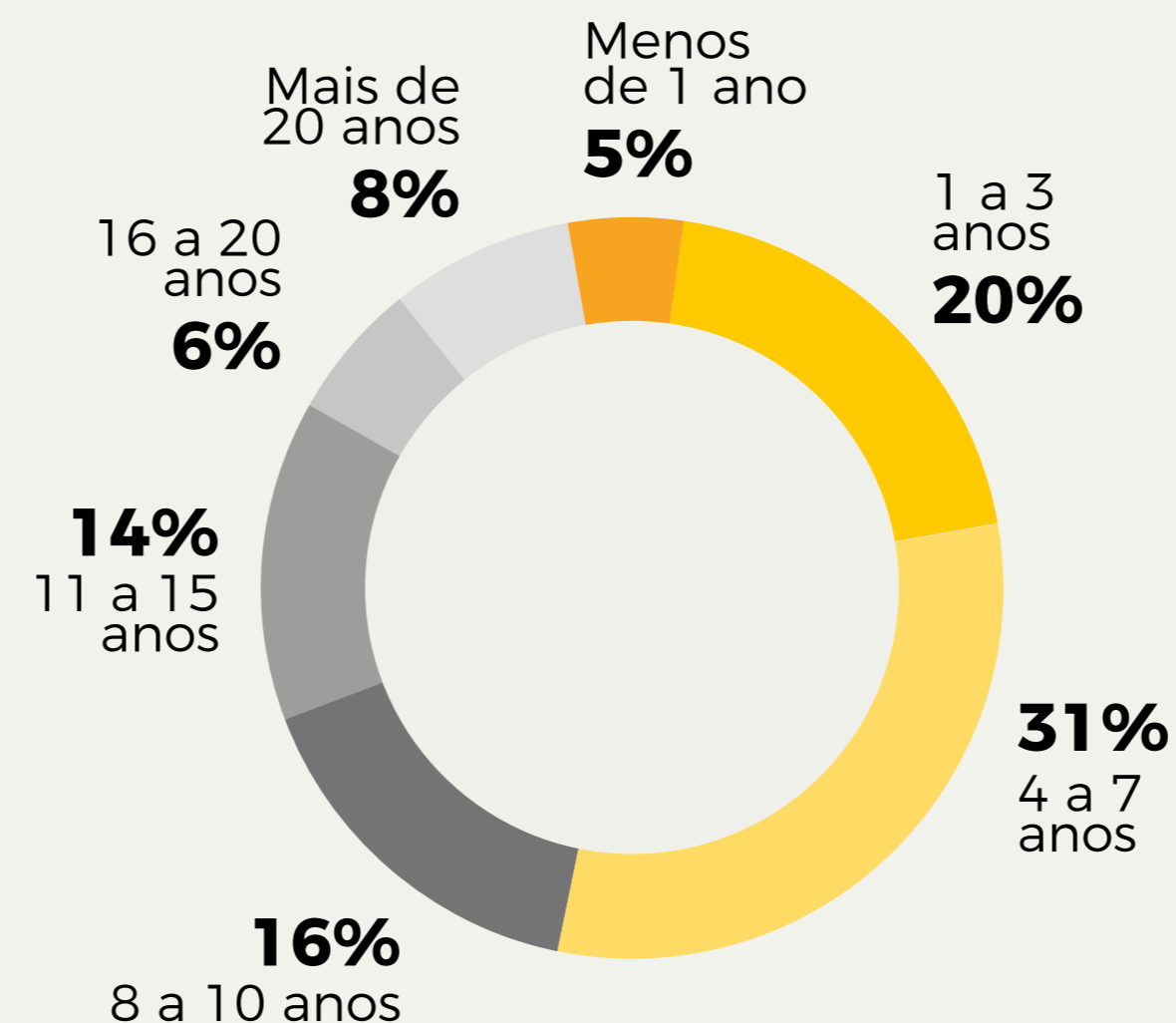
Os participantes têm, em média, 5 subordinados diretos e 7 subordinados indiretos. A maioria (65%) ocupa o cargo por um período compreendido entre 1 e 7 anos, o que sugere que grande parte deles(as) já foram contratadas(os) para os cargos atuais.

Em termos de experiência, 44% dos participantes exercem cargos de liderança na área de comunicação há mais de 8 anos, confirmando que o mercado privilegia a experiência quando da contratação ou promoção para cargos de liderança.

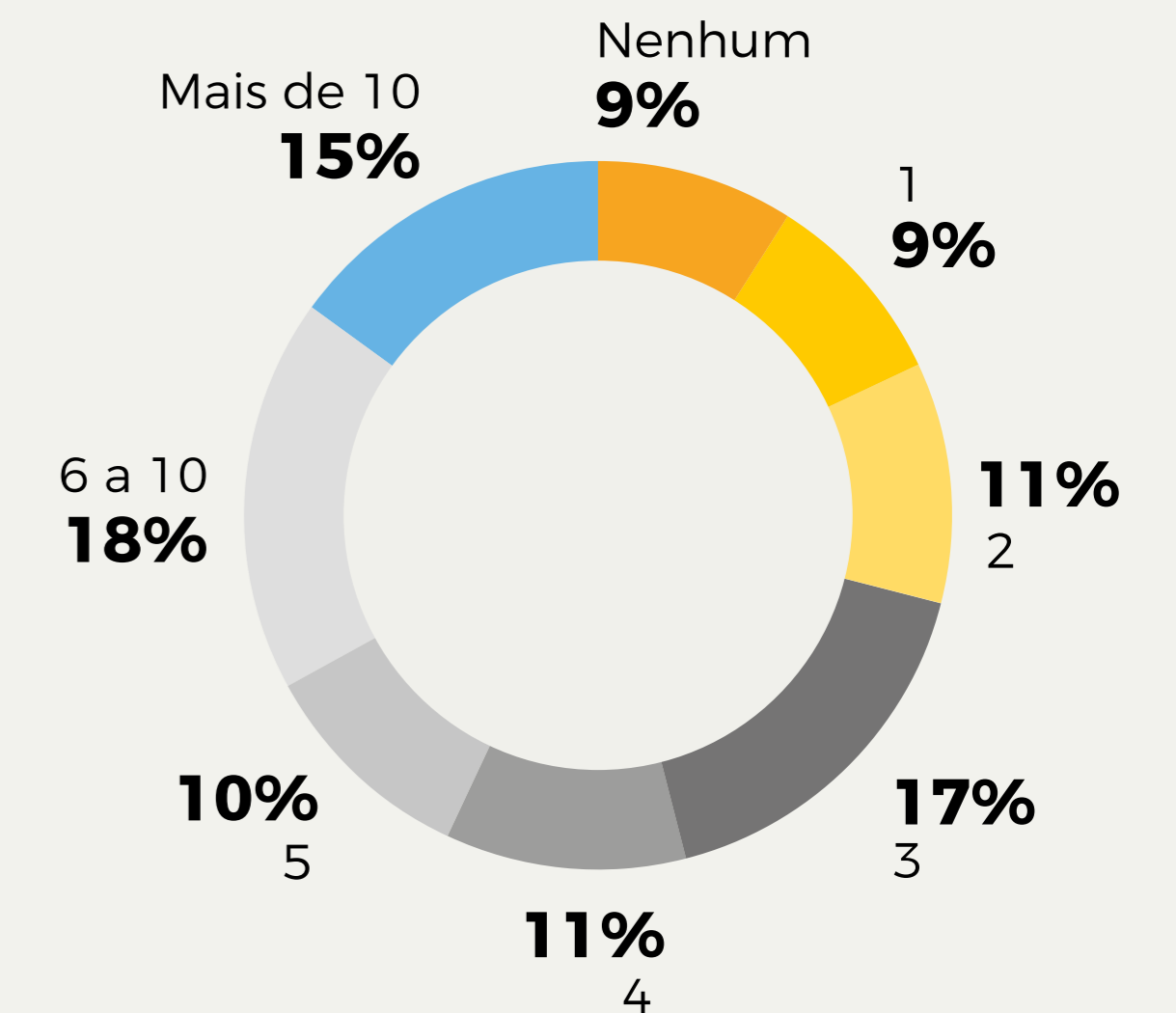
HÁ QUANTO TEMPO VOCÊ OCUPA ESTE CARGO?



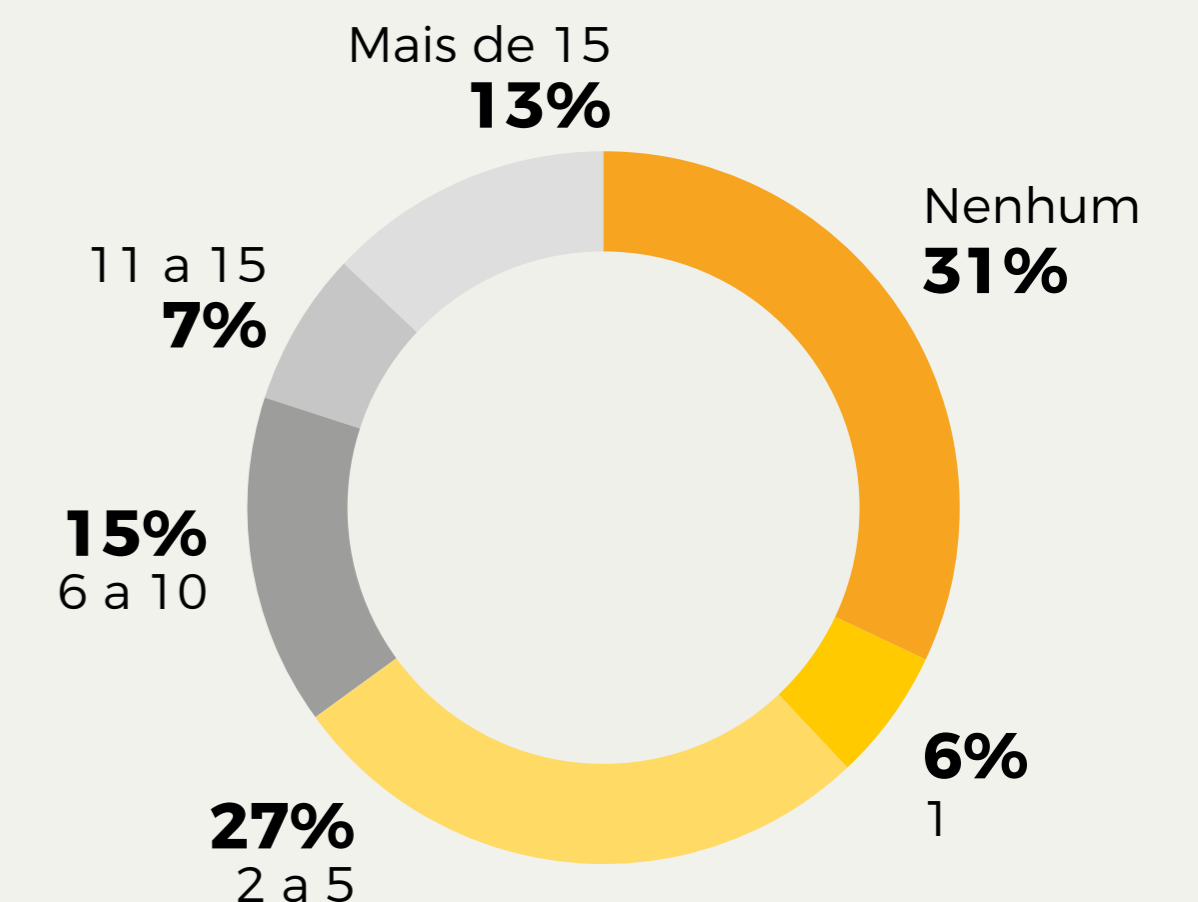
HÁ QUANTO TEMPO VOCÊ EXERCE CARGO DE LIDERANÇA NA ÁREA DE COMUNICAÇÃO?



QUANTOS SUBORDINADOS COM REPORTE DIRETO VOCÊ TEM?



QUANTOS SUBORDINADOS COM REPORTE INDIRETO VOCÊ TEM?



REMUNERAÇÃO

Para 59% dos participantes, a remuneração mensal varia entre 7 mil e 20 mil reais.



QUAL É SUA
REMUNERAÇÃO
MENSAL ATUAL?

POR NÍVEL DE
CARGO TEMOS:

Coordenadores

68% entre 7 mil
e 15 mil reais

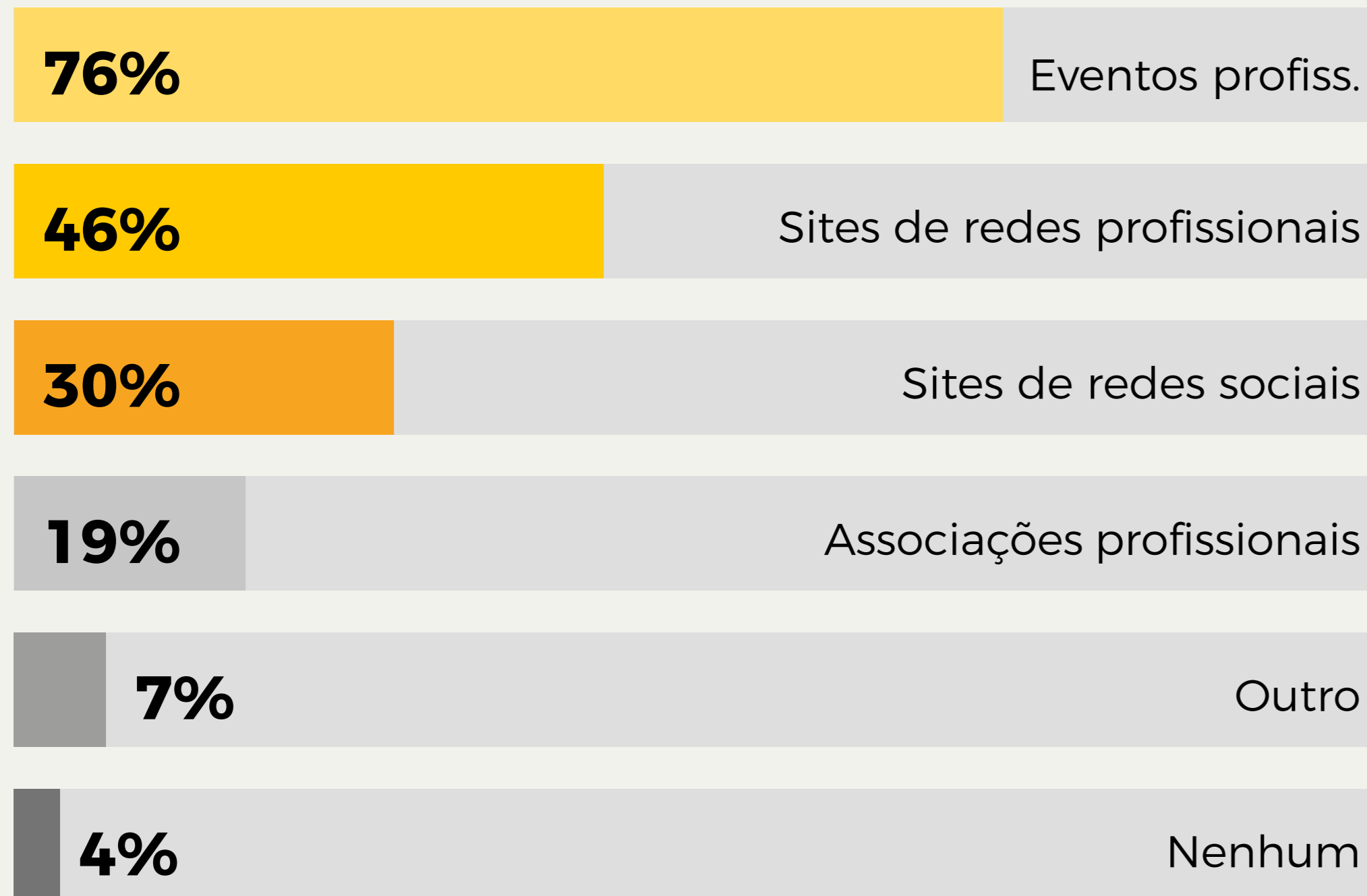
Gerentes

71% entre 10 mil
e 30 mil reais

Diretores

71% entre 15 mil reais
à mais de 30 mil reais

REMUNERAÇÃO



QUAIS MÉTODOS VOCÊ MAIS UTILIZA PARA A REALIZAÇÃO DO SEU NETWORKING? (assinale os 2 principais)

SÃO PROFISSIONAIS QUE PARA A REALIZAÇÃO DE SEU NETWORKING UTILIZAM-SE, PRINCIPALMENTE, DA PARTICIPAÇÃO EM EVENTOS PROFISSIONAIS (76%) E DE SITES DE REDES PROFISSIONAIS (46%).

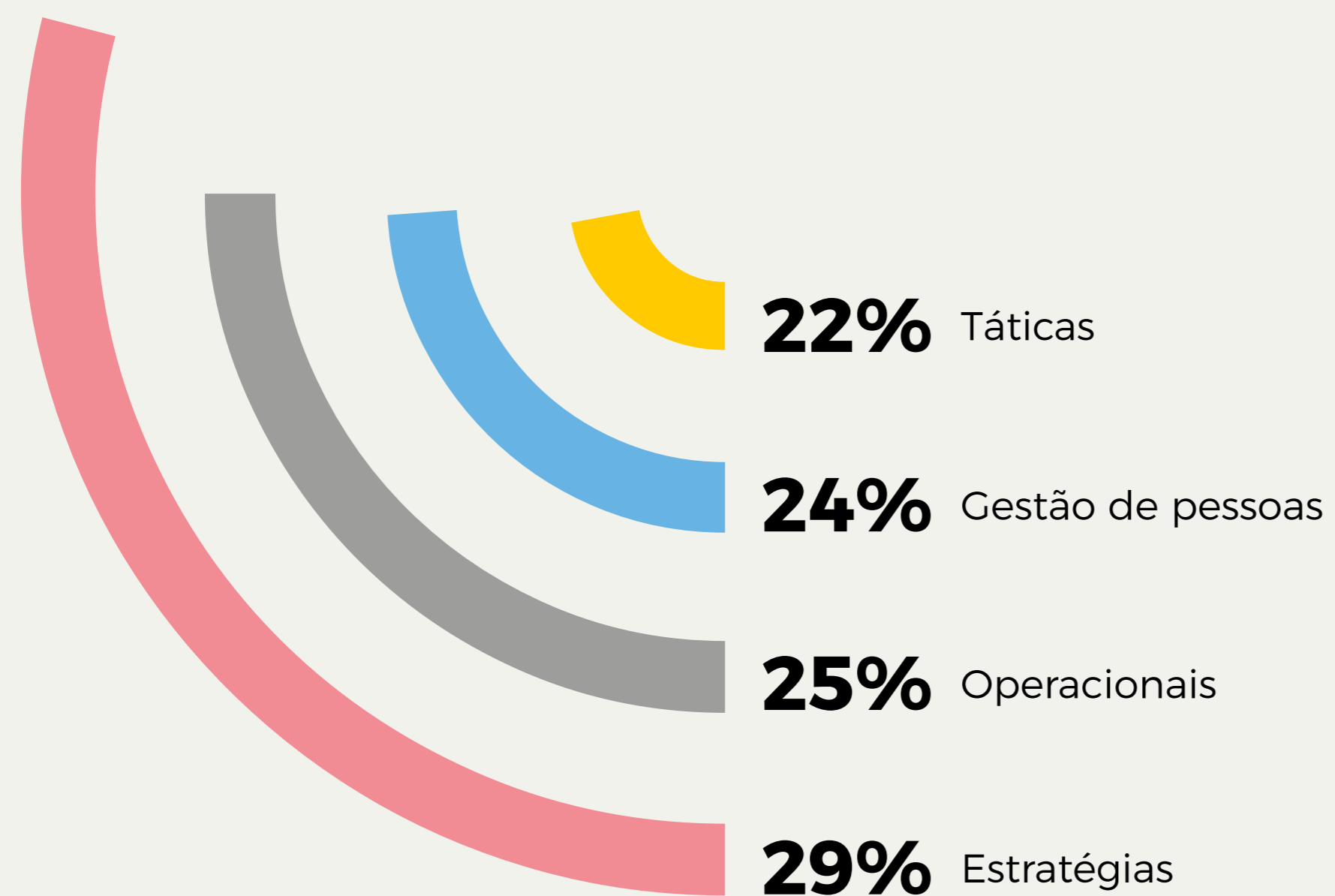
Para a realização de suas atividades, 53% dos participantes acreditam que o budget de sua área irá permanecer no mesmo nível do definido para este ano (2018).

PERFIL DE LIDERANÇA



ATIVIDADES

AS ATIVIDADES DOS PARTICIPANTES ENQUANTO NO EXERCÍCIO DO CARGO DE LIDERANÇA, SE DISTRIBUEM DE FORMA PRATICAMENTE HOMOGÊNEA



Essa distribuição quando vista pelos níveis dos cargos:

COORDENADORES

é maior a alocação do tempo em atividades operacionais (32%)

GERENTES

é maior a alocação do tempo em atividades estratégicas (32%)

DIRETORES

é maior a alocação do tempo em atividades estratégicas (32%) e de gestão de pessoas (29%).

PRINCIPAIS COMPETÊNCIAS

As principais competências para um líder da comunicação, indicadas pelos participantes, foram:

1ª



**ANÁLISE
DE CONTEXTO
E AVALIAÇÃO
DE TENDÊNCIAS**

PARA 55% DOS
PARTICIPANTES

2ª



**FLEXIBILIDADE E
ADAPTABILIDADE
À MUDANÇA**

PARA 51% DOS
PARTICIPANTES

3ª



**ORIENTAÇÃO
PARA
RESULTADOS**

PARA 47% DOS
PARTICIPANTES

4ª



**PROFUNDO
CONHECIMENTO
DO SETOR EM
QUE ATUA**

PARA 46% DOS
PARTICIPANTES

5ª



**GESTÃO
DE PESSOAS**

PARA 46% DOS
PARTICIPANTES

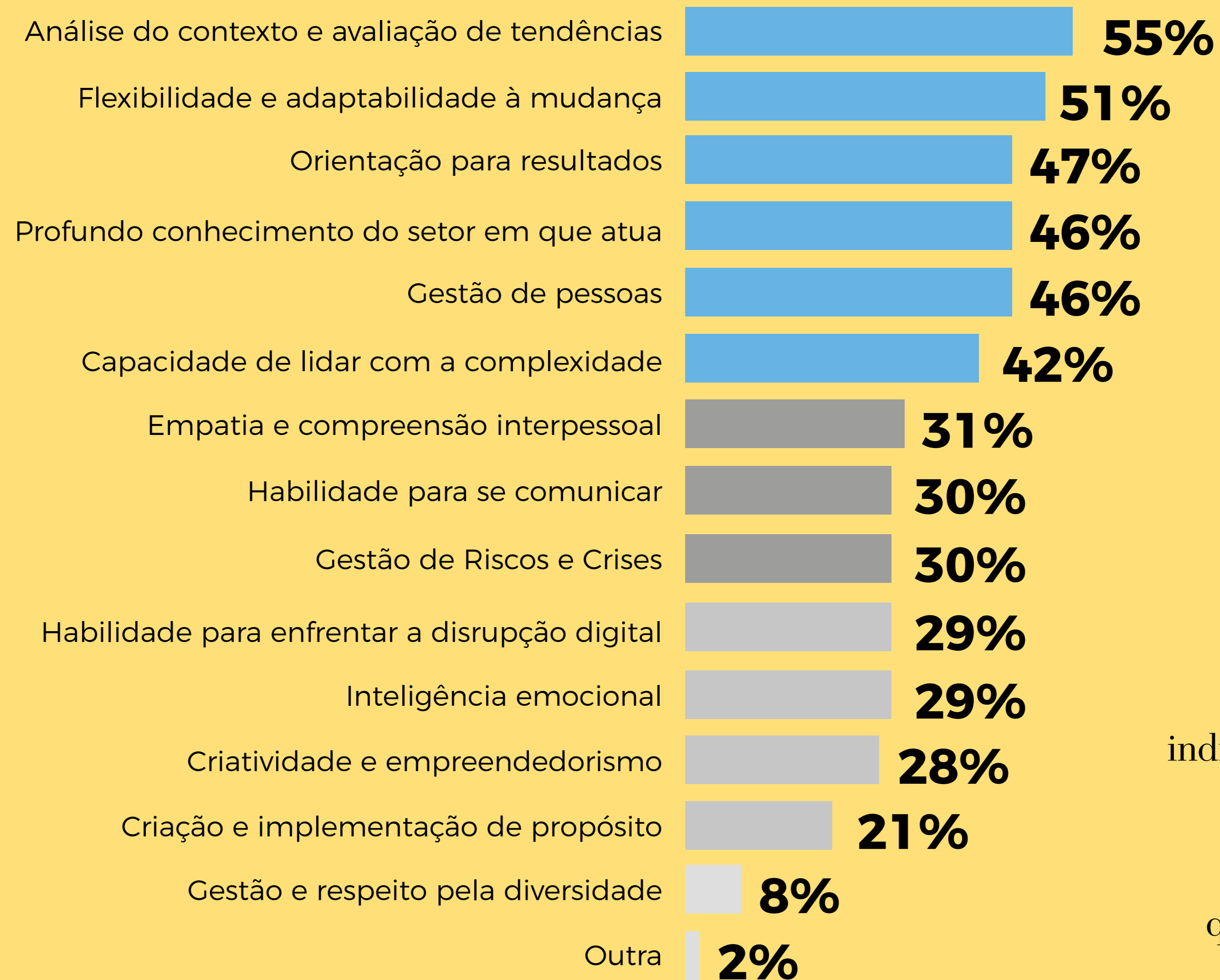
6ª



**CAPACIDADE
DE LIDAR COM A
COMPLEXIDADE**

PARA 42% DOS
PARTICIPANTES

COMPETÊNCIAS



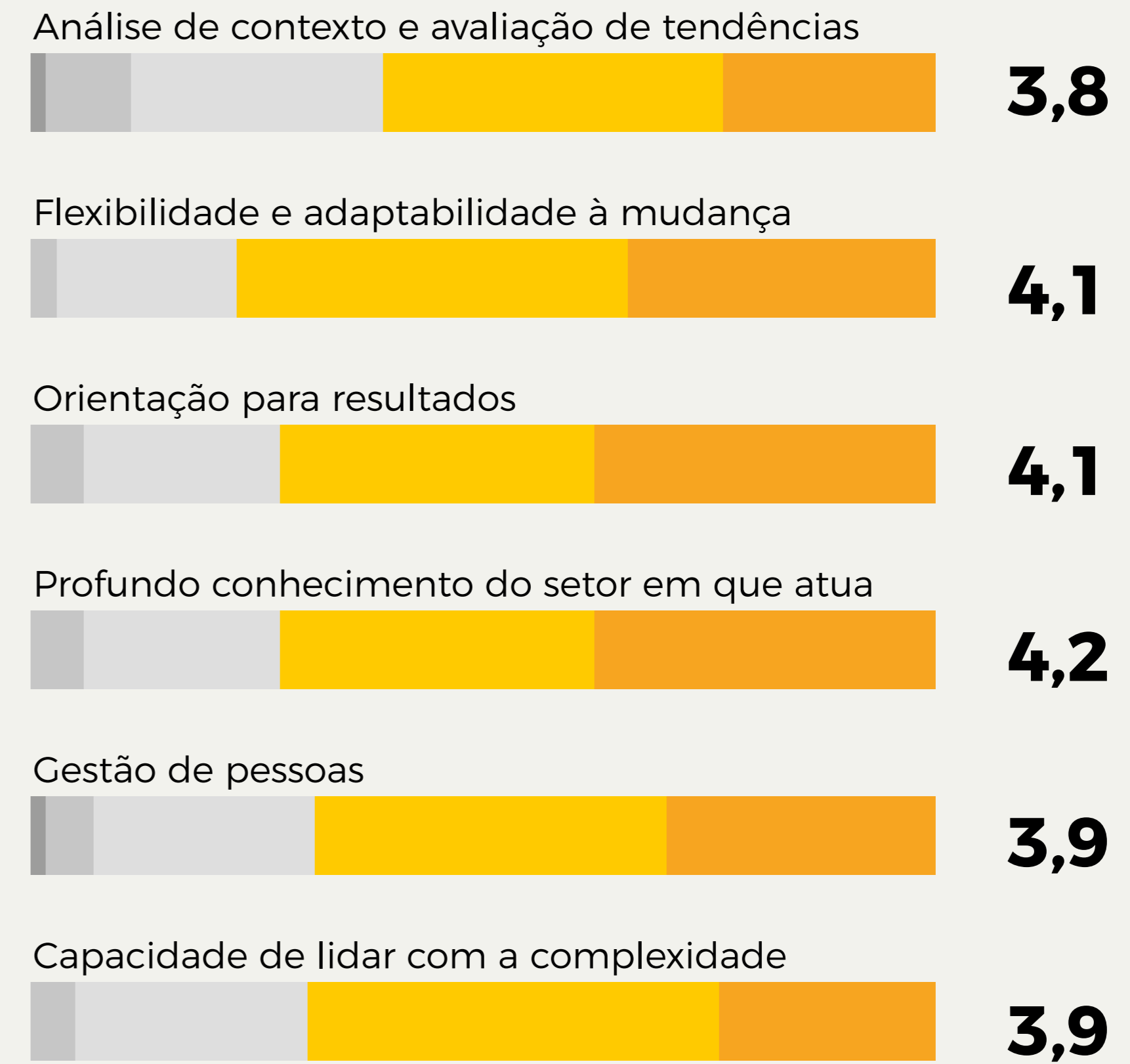
As demais competências indicadas situaram-se na faixa de 20% a 30% dos participantes, com exceção a Gestão e Respeito pela Diversidade, que teve a indicação de apenas 8% dos participantes.

PROFICIÊNCIA/GAPS

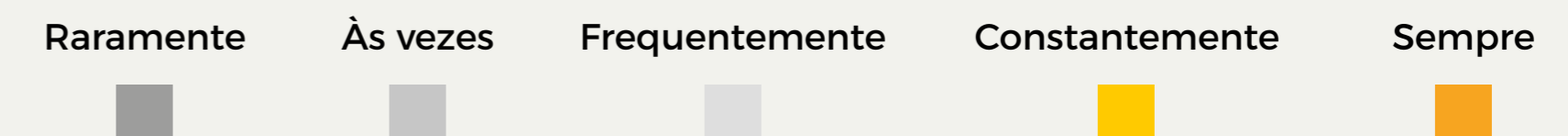
Ao classificarem o nível de sua proficiência, em cada uma das competências que elegeu como sendo principal para um líder de comunicação, a “Análise de contexto e avaliação de tendências” foi a que apresentou o maior gap.

A COMPETÊNCIA “PROFUNDO CONHECIMENTO DO SETOR EM QUE ATUA” É A QUE OS LÍDERES APRESENTAM O MENOR GAP DE PROFICIÊNCIA.

UTILIZANDO UMA ESCALA QUE VAI DE [1] – RARAMENTE APRESENTA A COMPETÊNCIA A [5] – SEMPRE APRESENTA A COMPETÊNCIA, OS RESULTADOS FORAM:



APRESENTA A COMPETÊNCIA:



DESAFIOS



ASSINALE OS CINCO PRINCIPAIS DESAFIOS QUE VOCÊ ENFRENTA NO TRABALHO (máximo de 5 desafios)

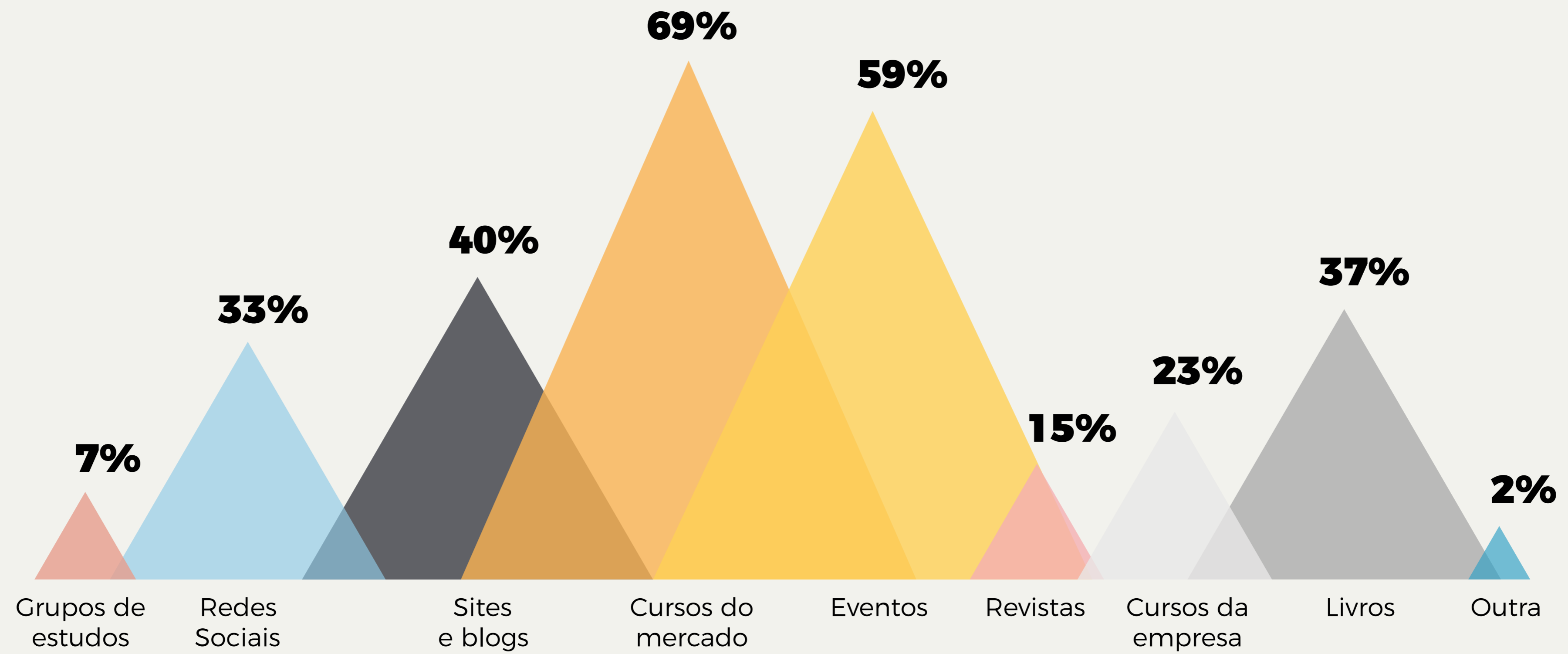
Entre os principais desafios que os participantes atualmente enfrentam em seu ambiente de trabalho destacam-se:

1. GERIR A VOLATILIDADE, INCERTEZA, COMPLEXIDADE E AMBIGUIDADE
2. ALINHAR AS METAS COM A MISSÃO E A ESTRATÉGIA DA ORGANIZAÇÃO
3. ADMINISTRAR O TEMPO
4. PRIORIZAR AS ATIVIDADES
5. REINVENTAR OS MODELOS DE NEGÓCIOS

Com destaque para Gerir a equipe, Desenvolver a equipe e Pensar estrategicamente, indicados por 1/3 dos participantes, os demais desafios indicados situaram-se na faixa de 15% a 25%, com exceção feita a Observar as diretrizes de compliance e Aprender com os erros, indicados respectivamente por apenas 6% e 2% dos participantes.

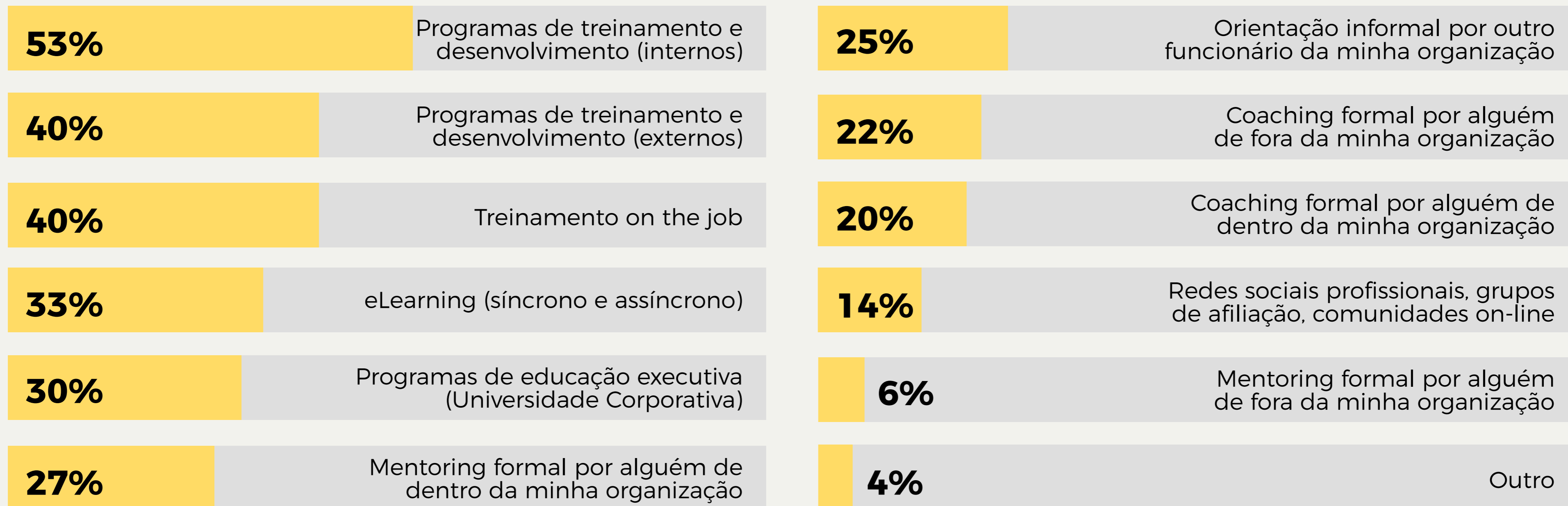
DESENVOLVIMENTO

QUAIS SÃO AS SUAS PRINCIPAIS FONTES DE ATUALIZAÇÃO PROFISSIONAL? (assinale as 3 principais)



DESENVOLVIMENTO

COMO A ORGANIZAÇÃO EM QUE VOCÊ TRABALHA
DESENVOLVE SEUS LÍDERES? (assinale todos que se aplicarem)



Os programas de treinamento, tanto desenvolvidos internamente (53%) quanto externamente (40%) e o treinamento onthejob(40%), são as formas mais utilizadas para desenvolvimento da liderança pelas empresas em que os participantes trabalham.

Em seu desenvolvimento profissional, os participantes utilizam-se de: cursos oferecidos pelo mercado (69%), participação em eventos (59%) e acompanhamento de sites e blogs (40%).

PERFIL PESSOAL



CARACTERÍSTICAS PESSOAIS

OS PROFISSIONAIS QUE EXERCEM CARGOS DE LIDERANÇA, PARTICIPANTES DA PESQUISA, SÃO EM SUA MAIORIA (69%) DO GÊNERO FEMININO, COM IDADE ENTRE 26 E 40 ANOS (53%), CASADOS E COM 1 OU 2 FILHOS (50%).

Embora as mulheres sejam a maioria dos profissionais participantes da pesquisa, quando olhamos para os cargos de direção (diretor e vice-presidente), elas representam 45% do total.

INDIQUE QUAL A
SUA IDENTIDADE
DE GÊNERO:

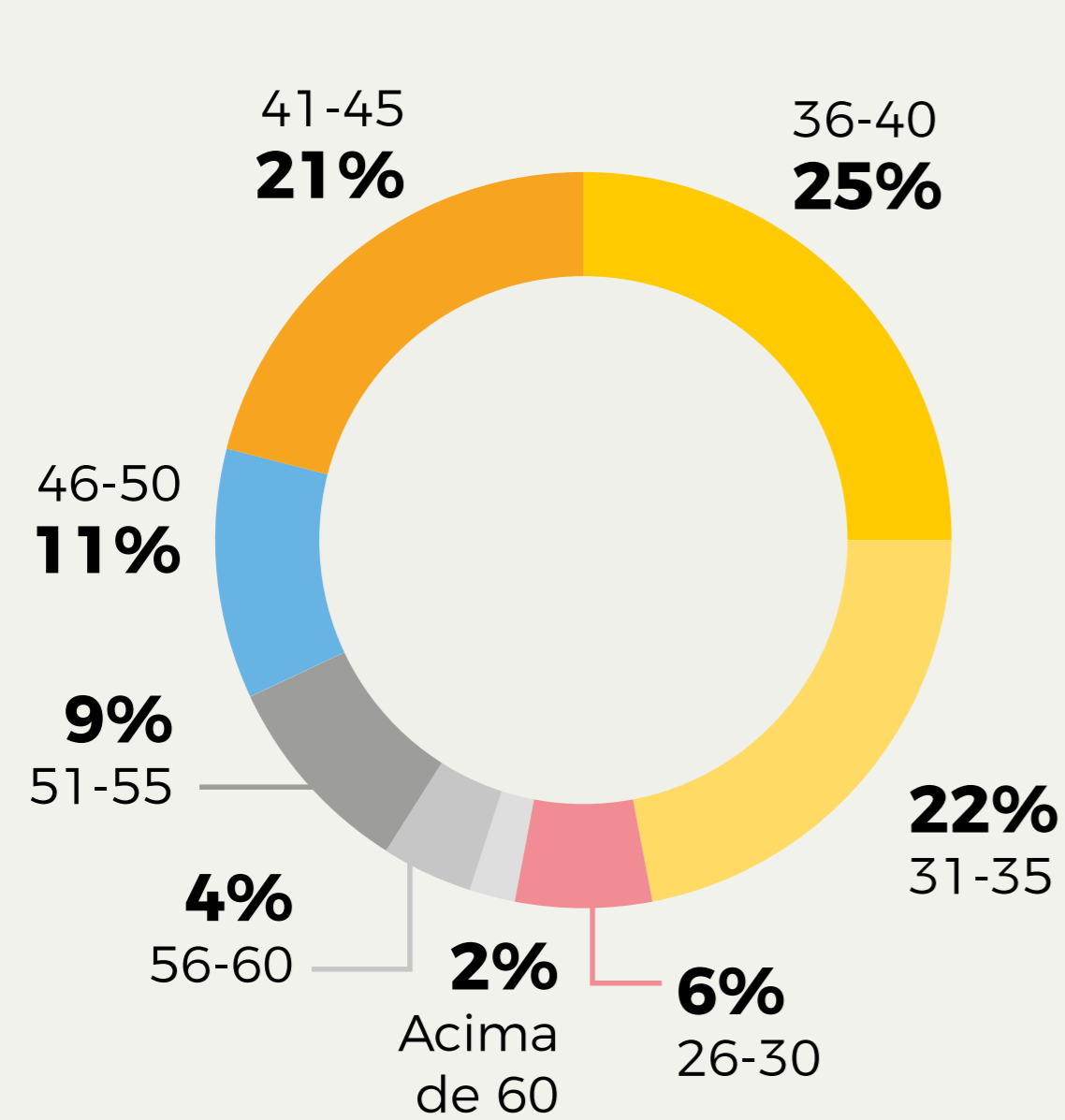
Masculino
31%

Feminino
69%

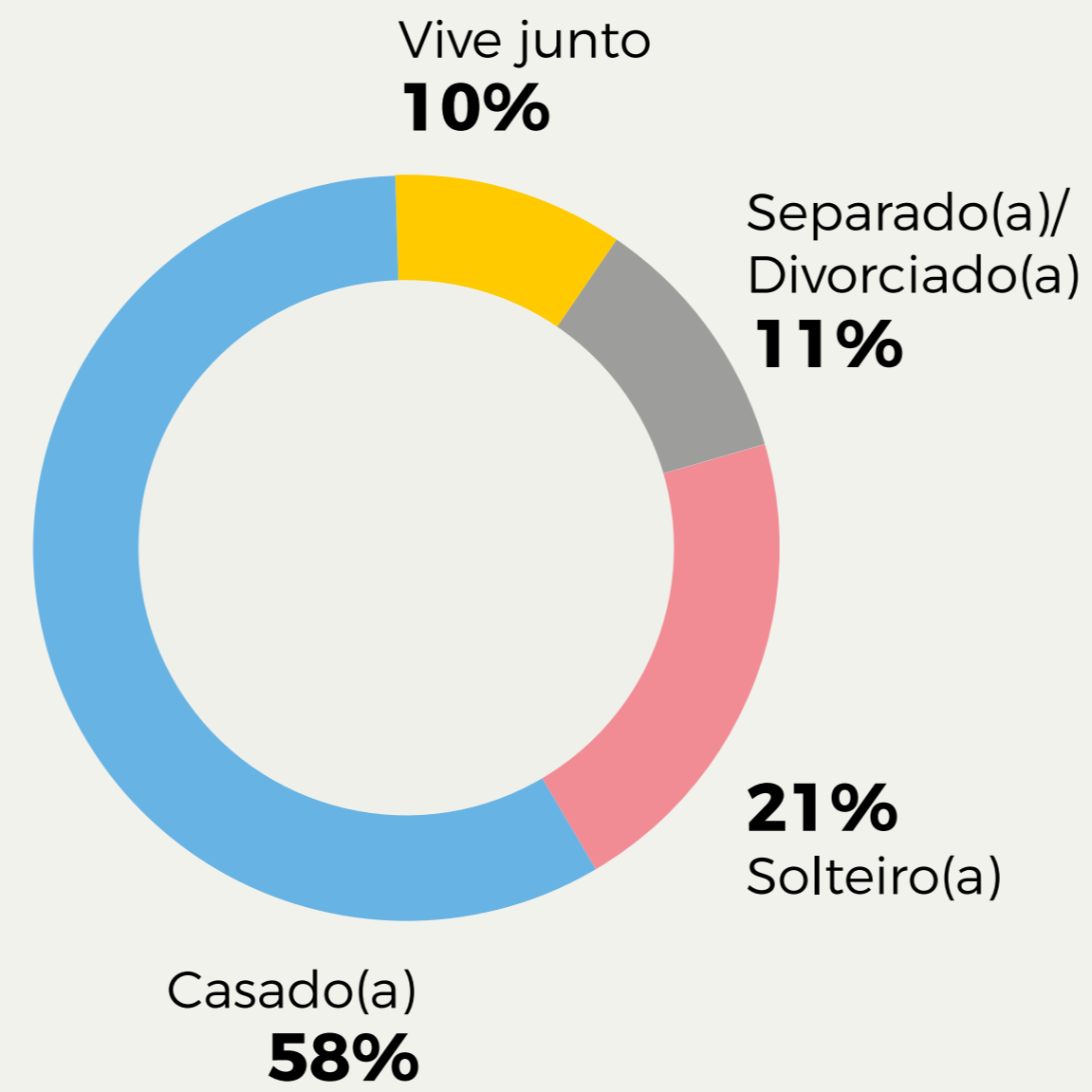


CARACTERÍSTICAS PESSOAIS

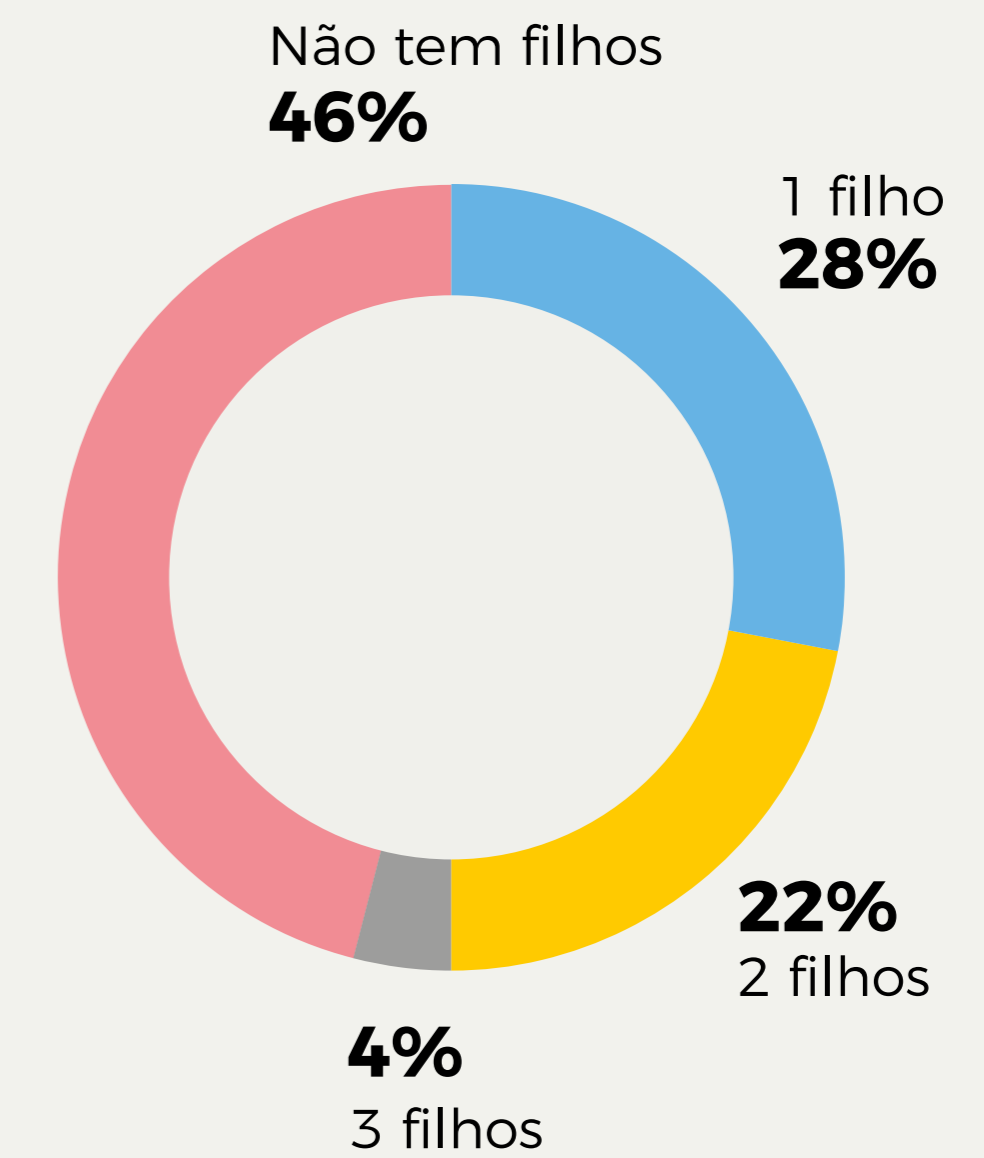
FAIXA ETÁRIA



ESTADO CIVIL



FILHOS



**Não há
diversidade
entre os
cargos de
líderança.**

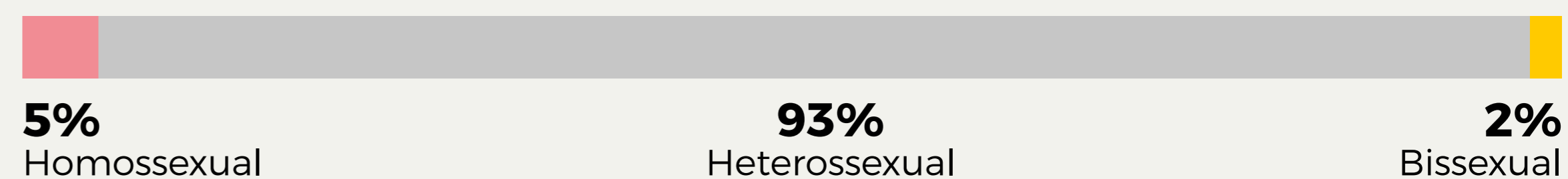
CARACTERÍSTICAS PESSOAIS

81% se declaram brancos, 93% são heterossexuais e 99% não são pessoas com deficiência (PcD).

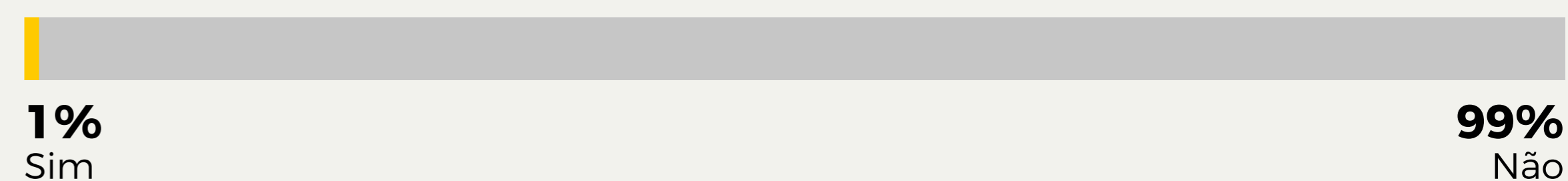
QUAL A SUA COR/ETNIA?



INDIQUE A SUA ORIENTAÇÃO SEXUAL:

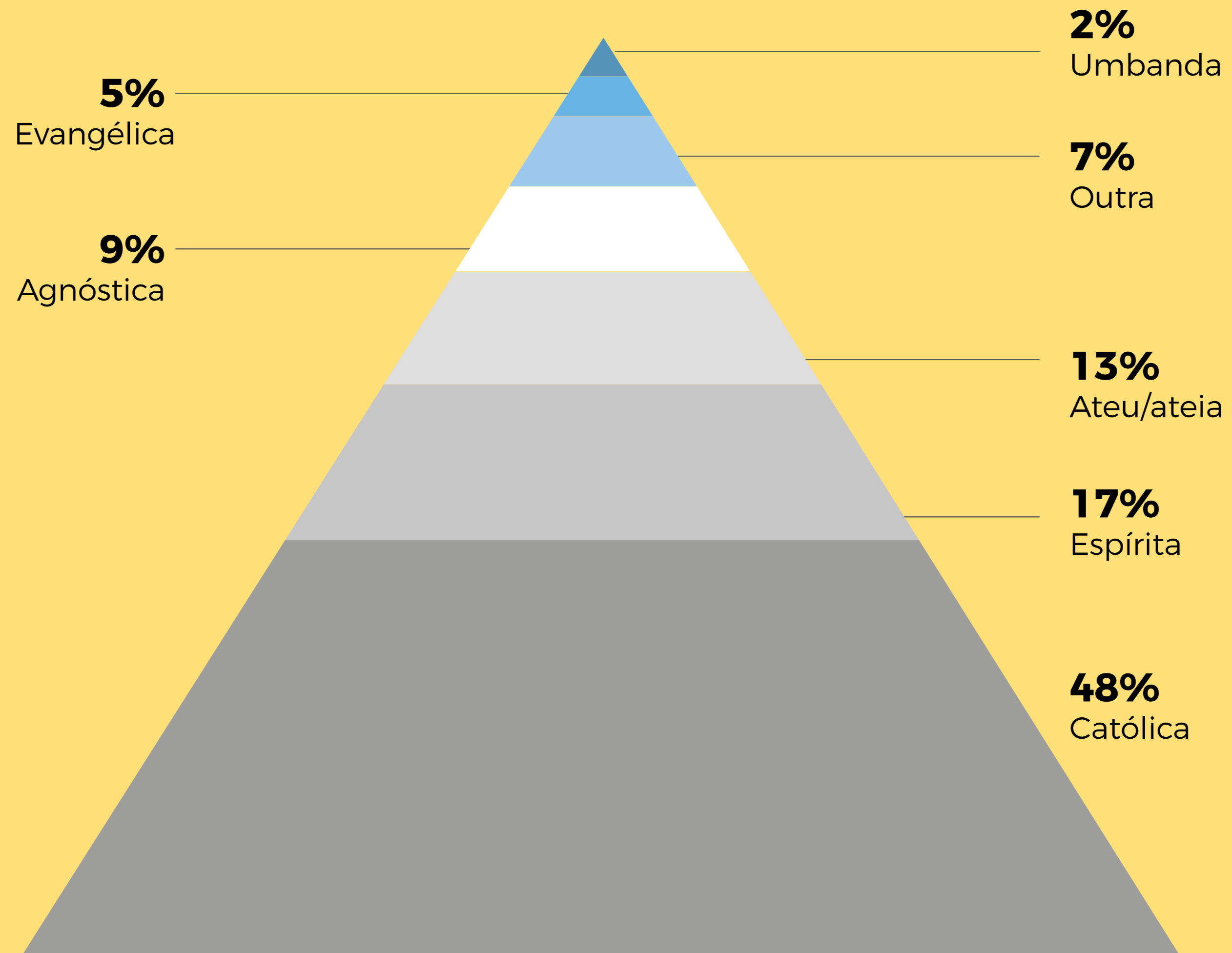


VOCÊ É UMA PESSOA COM DEFICIÊNCIA (PCD)?



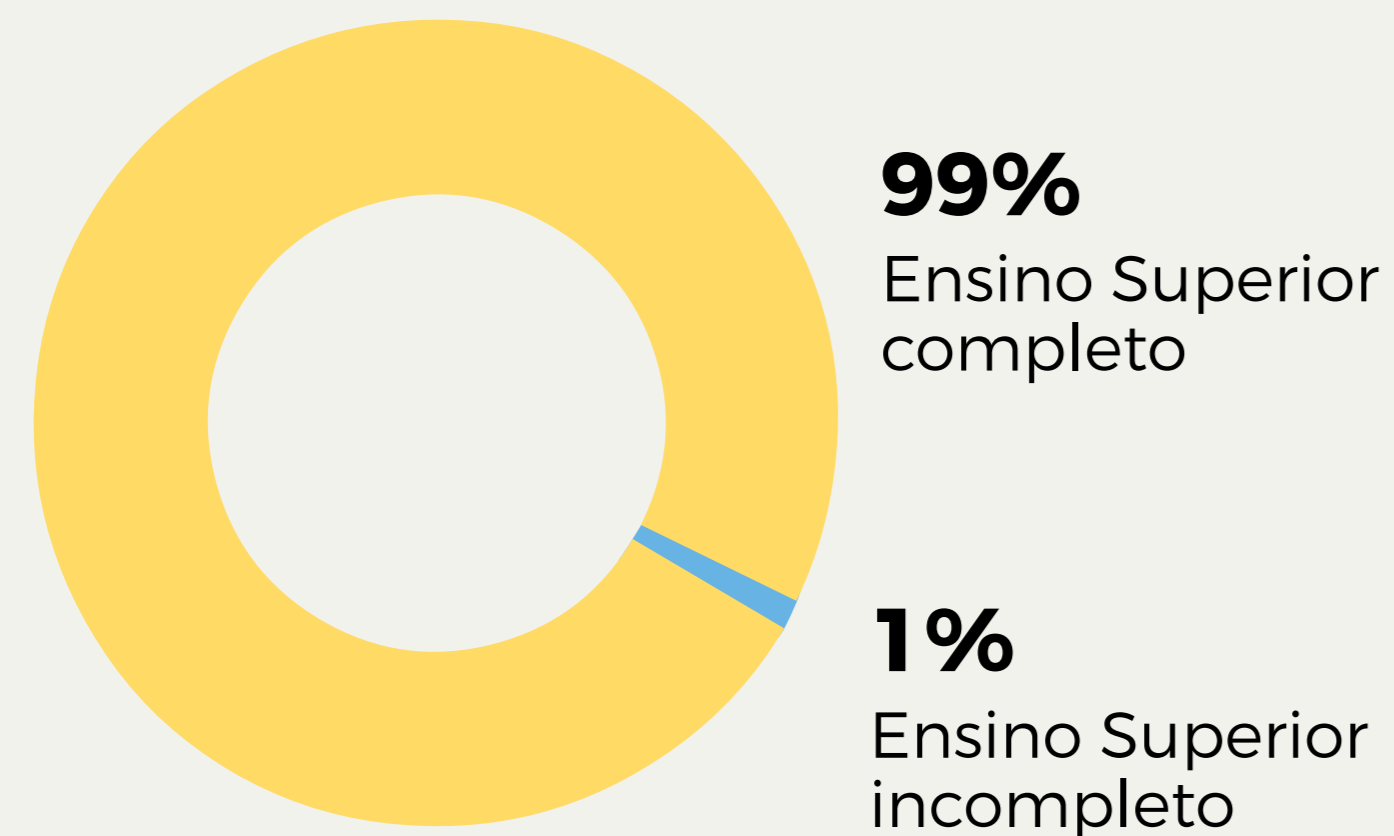
CARACTERÍSTICAS PESSOAIS

RELIGIÃO PREDOMINANTEMENTE CATÓLICA



ESCOLARIDADE

QUAL SEU GRAU DE ESCOLARIDADE?

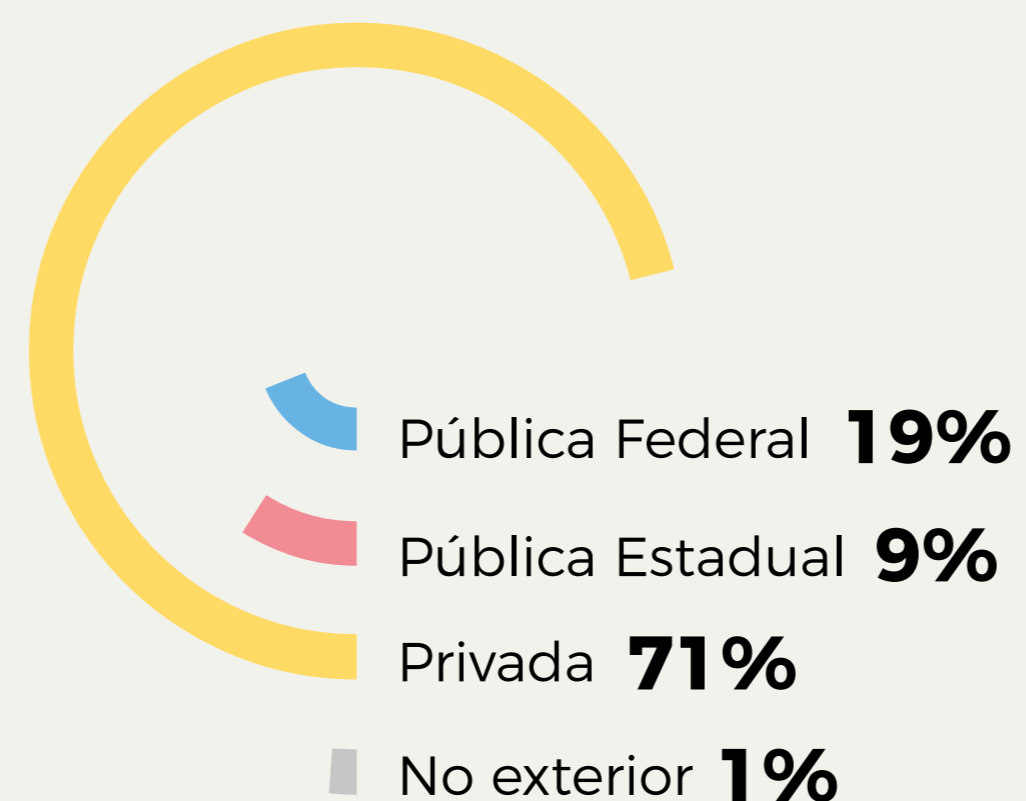


TODOS OS PARTICIPANTES DA PESQUISA TÊM FORMAÇÃO SUPERIOR (1% AINDA CURSANDO).

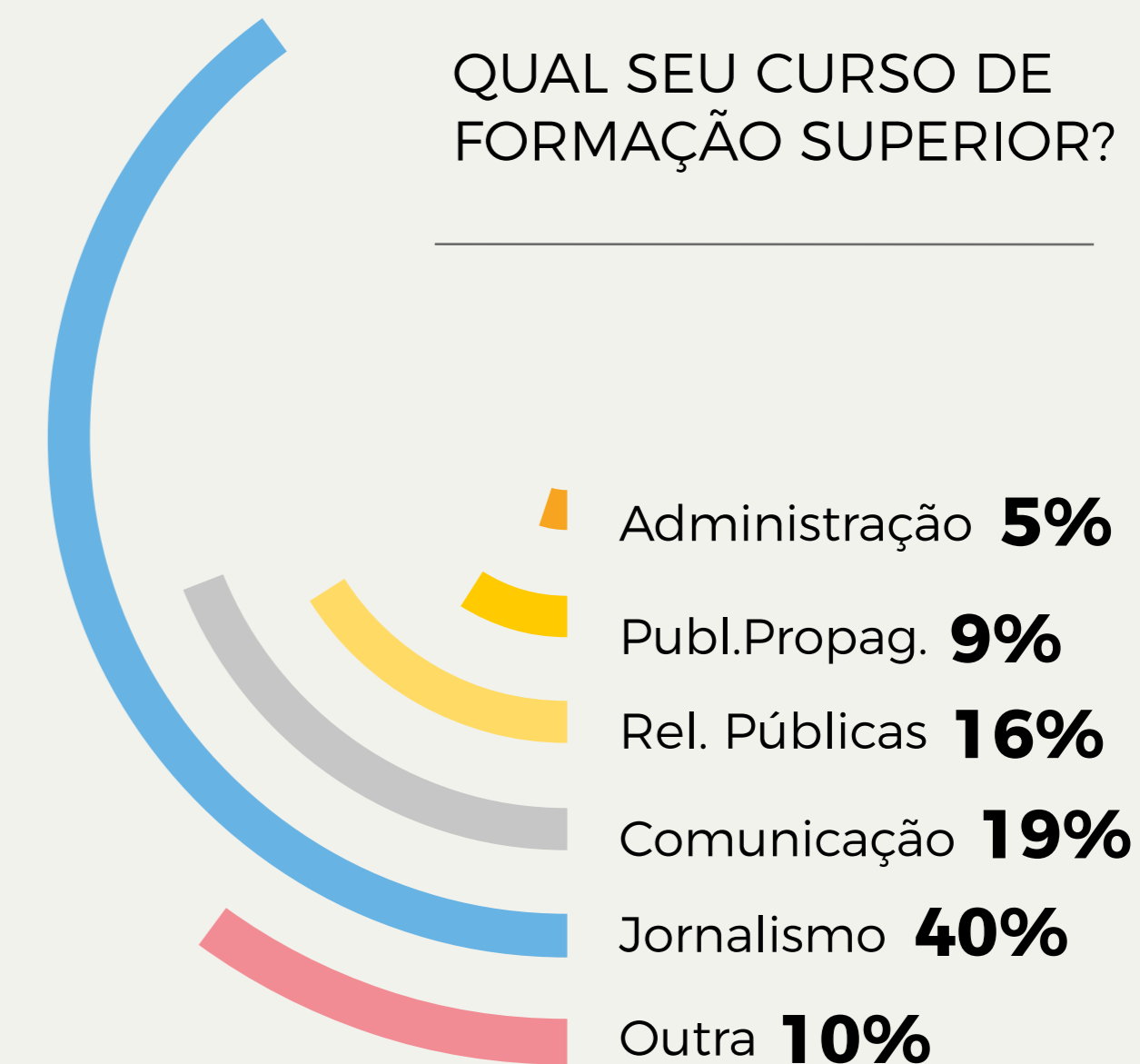
Quanto ao curso de formação, 40% são graduados em jornalismo, 19% em Comunicação e 16% em Relações Públicas.

A maioria (71%), em sua formação superior, cursou universidade privada.

ONDE VOCÊ CURSOU SUA GRADUAÇÃO?

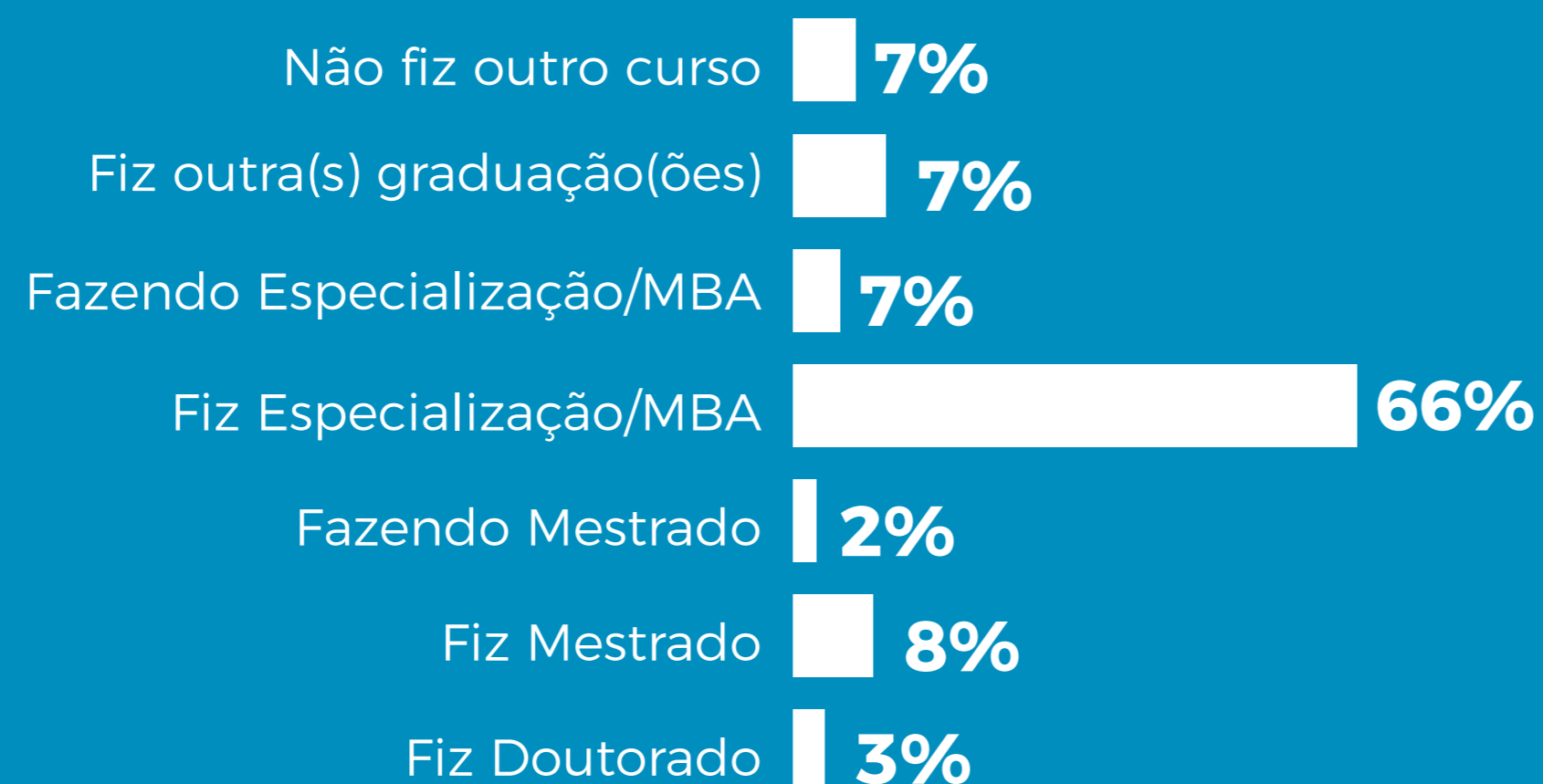


QUAL SEU CURSO DE FORMAÇÃO SUPERIOR?



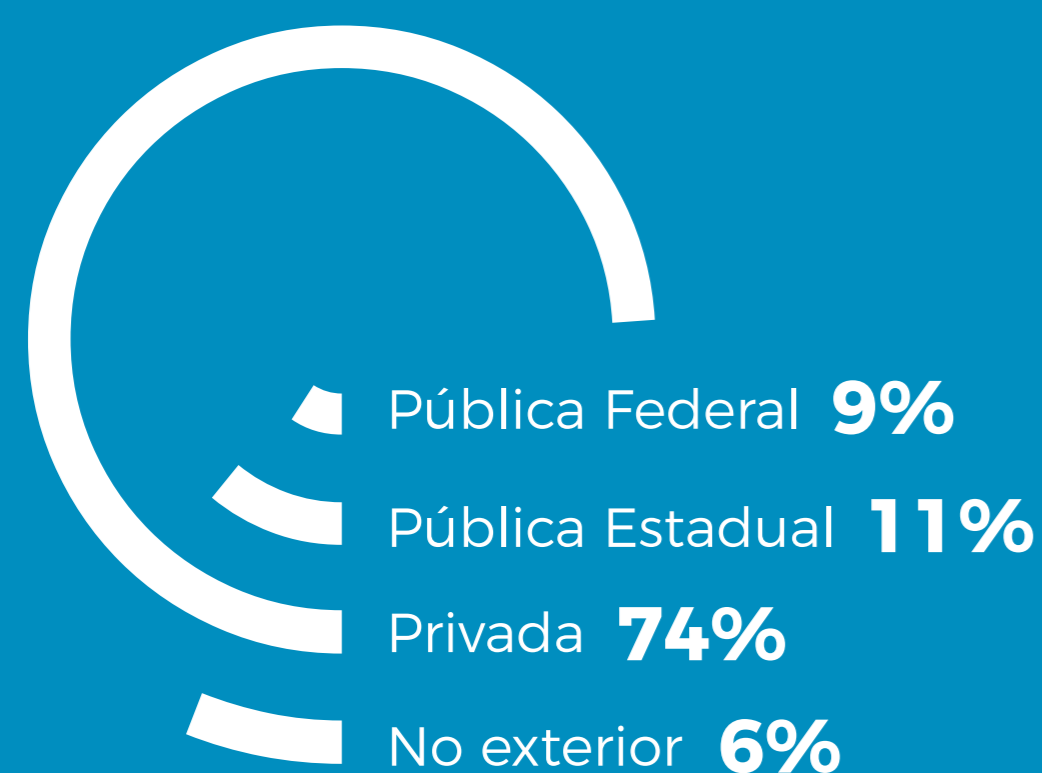
ESCOLARIDADE

ALÉM DESSA GRADUAÇÃO, VOCÊ FEZ OUTRO CURSO?



Apenas 7% dos participantes não fizeram outro curso após sua graduação.

ONDE VOCÊ CURSOU SUA PÓS-GRADUAÇÃO?



EM QUAL ÁREA?

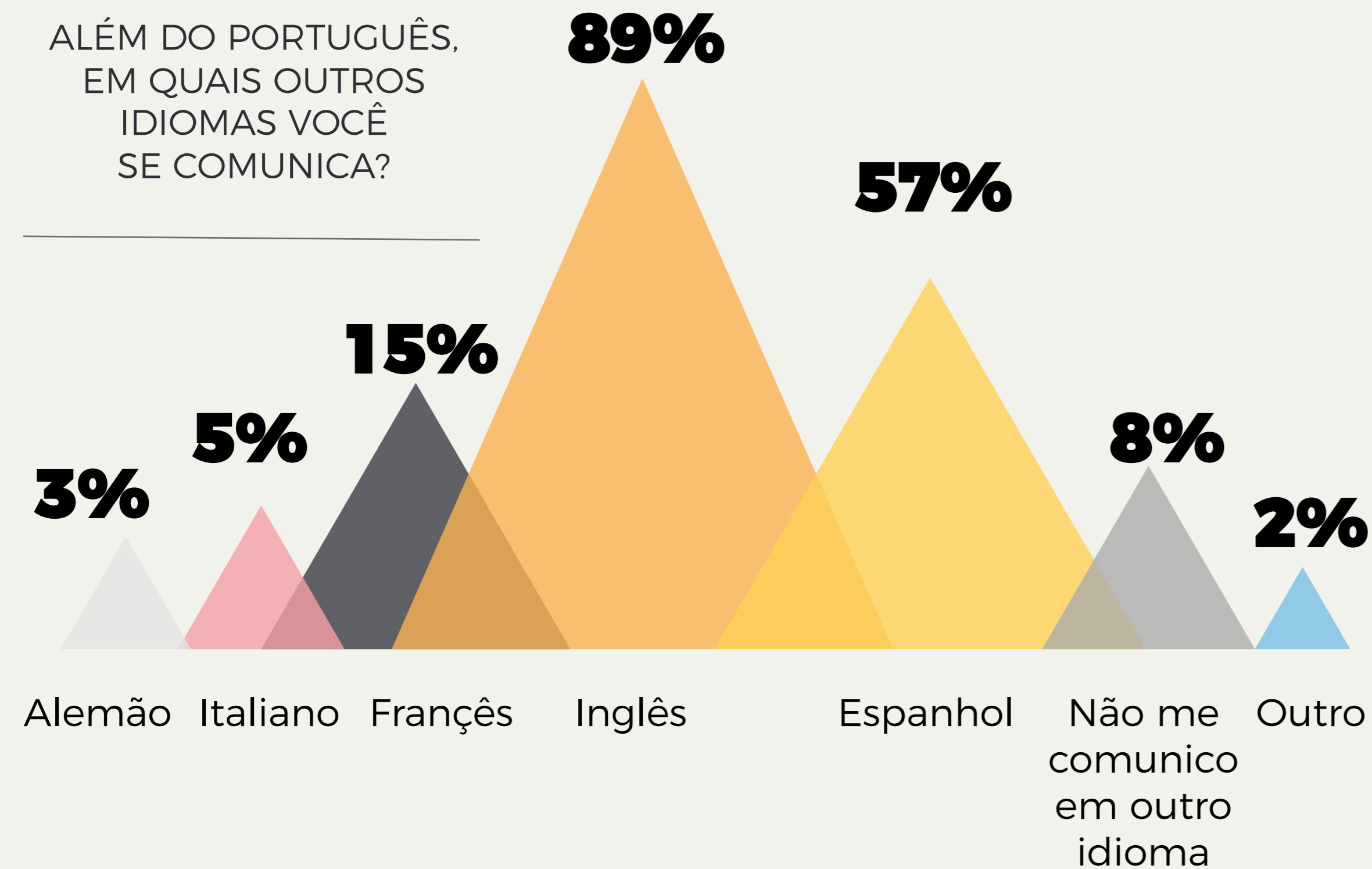


Dos que fizeram ou estão fazendo outro curso, o destaque é para a pós-graduação Lato Sensu–Especialização/MBA, com 71%

A área predominante na realização desse curso foi a Comunicação (34%), tendo sido realizado, pela maioria (74%), em universidade privada. 6% realizaram o curso em universidade no exterior.

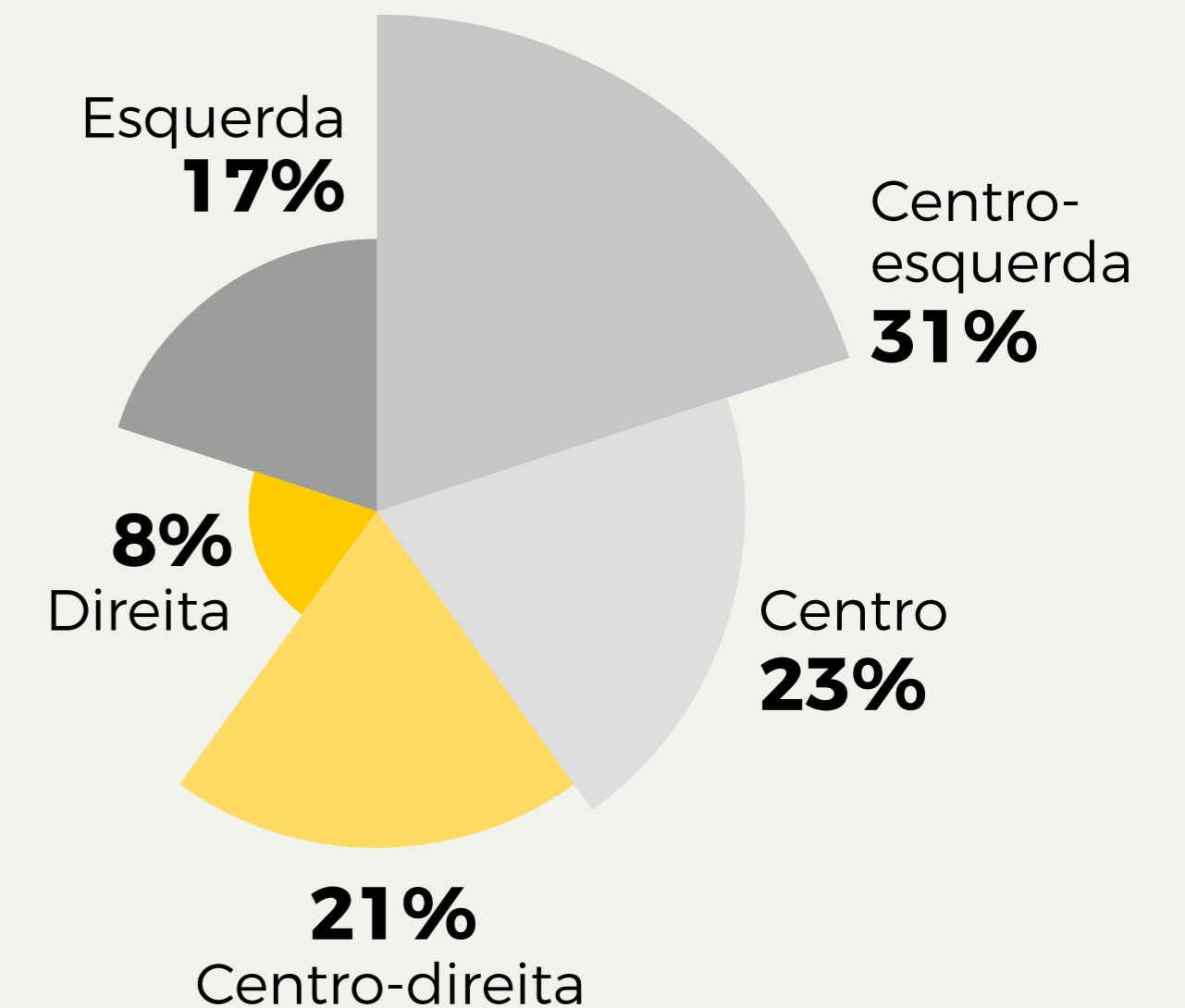
IDIOMA E POSICIONAMENTO POLÍTICO

Apenas 8% não se comunicam em outro idioma além do português. Em relação ao posicionamento político, 48% se declaram de centro-esquerda ou esquerda, enquanto que 44% se declaram de centro e centro-direita.



A maioria dos participantes se comunica em inglês e espanhol.

QUAL É O SEU POSICIONAMENTO POLÍTICO?



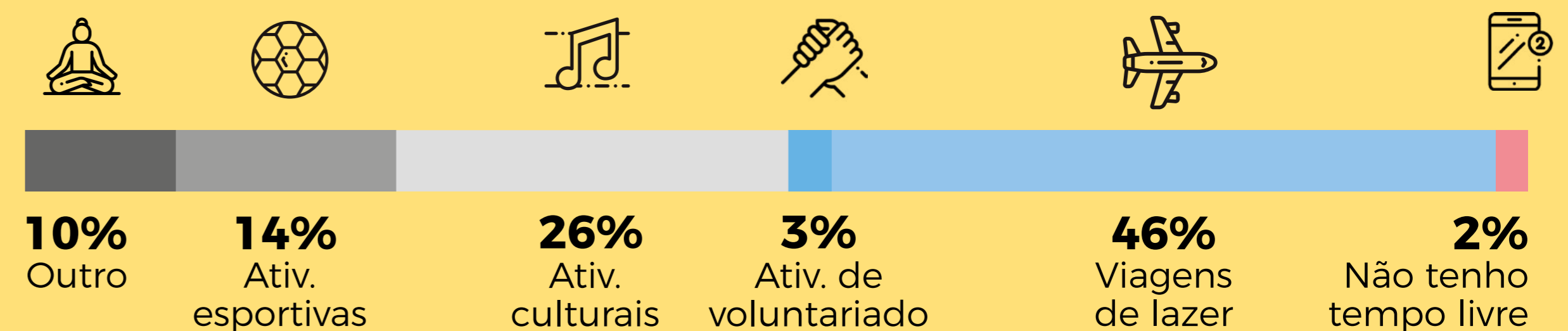
A woman with dark hair and a nose ring is smiling and looking upwards while holding a smartphone. She is wearing a teal patterned shirt and a multi-strand necklace of light-colored beads. The background is a bright, out-of-focus outdoor setting with green foliage and a dark structure. The text 'ESTILO DE VIDA' is overlaid in the center of the image.

ESTILO DE VIDA

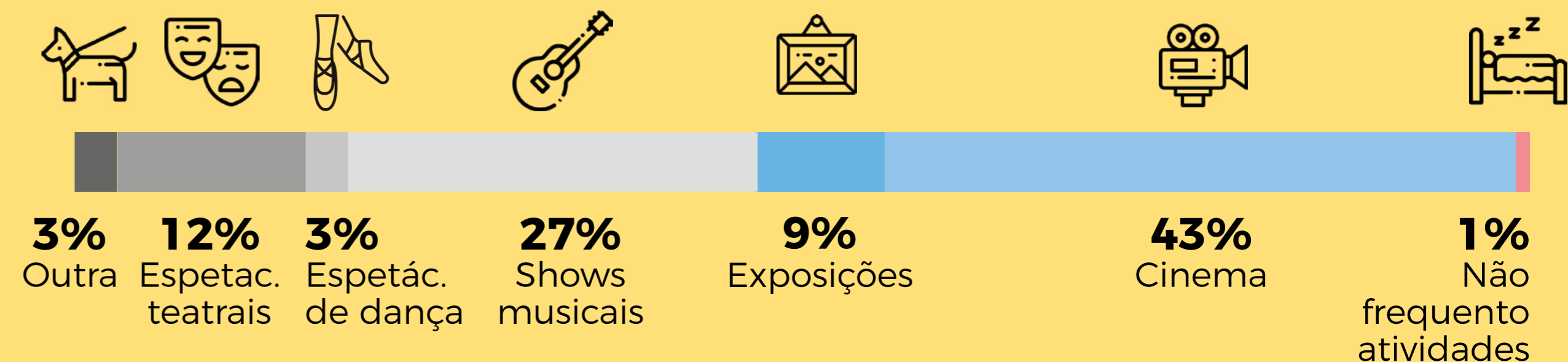
ATIVIDADE CULTURAL

46% DOS PARTICIPANTES, EM SEU TEMPO LIVRE, GOSTAM DE REALIZAR VIAGENS DE LAZER, ENQUANTO QUE 26% PREFEREM AS ATIVIDADES CULTURAIS.

O QUE VOCÊ MAIS GOSTA DE FAZER EM SEU TEMPO LIVRE?



QUAL DAS SEGUINTE ATIVIDADES CULTURAIS É A SUA PREFERIDA?



Entre as atividades culturais preferidas pelos participantes da pesquisa encontra-se o cinema para 43% e os shows musicais para 27%.

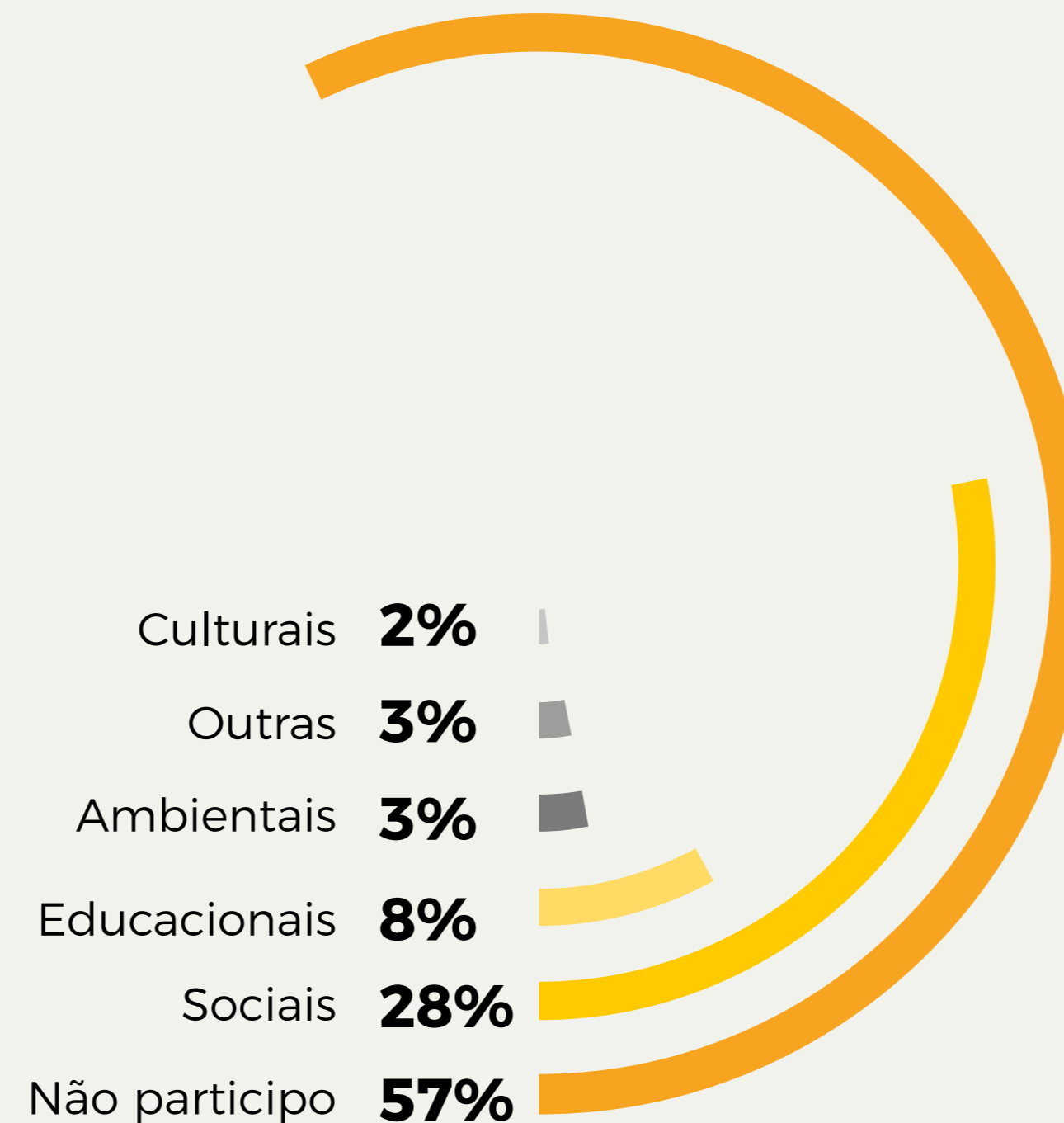
ATIVIDADE VOLUNTÁRIA

A MAIORIA DOS PARTICIPANTES (67%) NÃO REALIZA QUALQUER ATIVIDADE VOLUNTÁRIA NO MOMENTO.

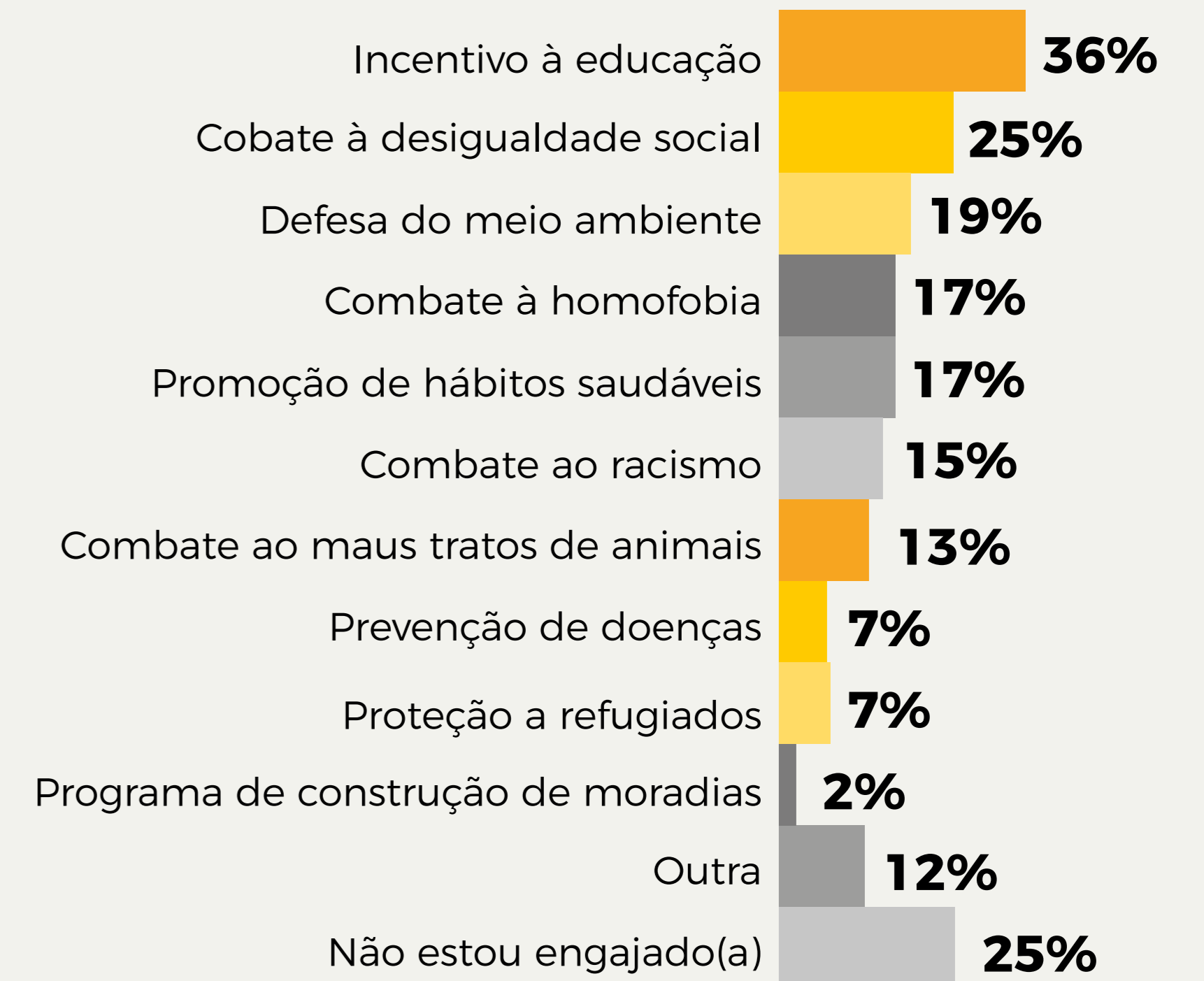
Das causas em que estão engajados, 36% com o incentivo à educação, 25% com o combate à desigualdade social e 19% com a defesa do meio ambiente.

Destacam-se ainda, o combate à homofobia com 17%, a promoção de hábitos saudáveis com 17% e o combate ao racismo com 15%.

ATUALMENTE, VOCÊ PARTICIPA DE QUAIS TIPOS DE AÇÕES VOLUNTÁRIAS?



EM QUAIS CAUSAS VOCÊ ESTÁ ENGAJADA(O)?



ATIVIDADE FÍSICA

OS ESPORTES COLETIVOS QUASE NÃO SÃO PRATICADOS

18% dos participantes não praticam qualquer tipo de atividade física. Entre os demais: 32% realizam atividades de musculação; 31% realizam caminhadas regularmente, 21% praticam corrida e 16% realizam atividades de ginástica / aeróbica.

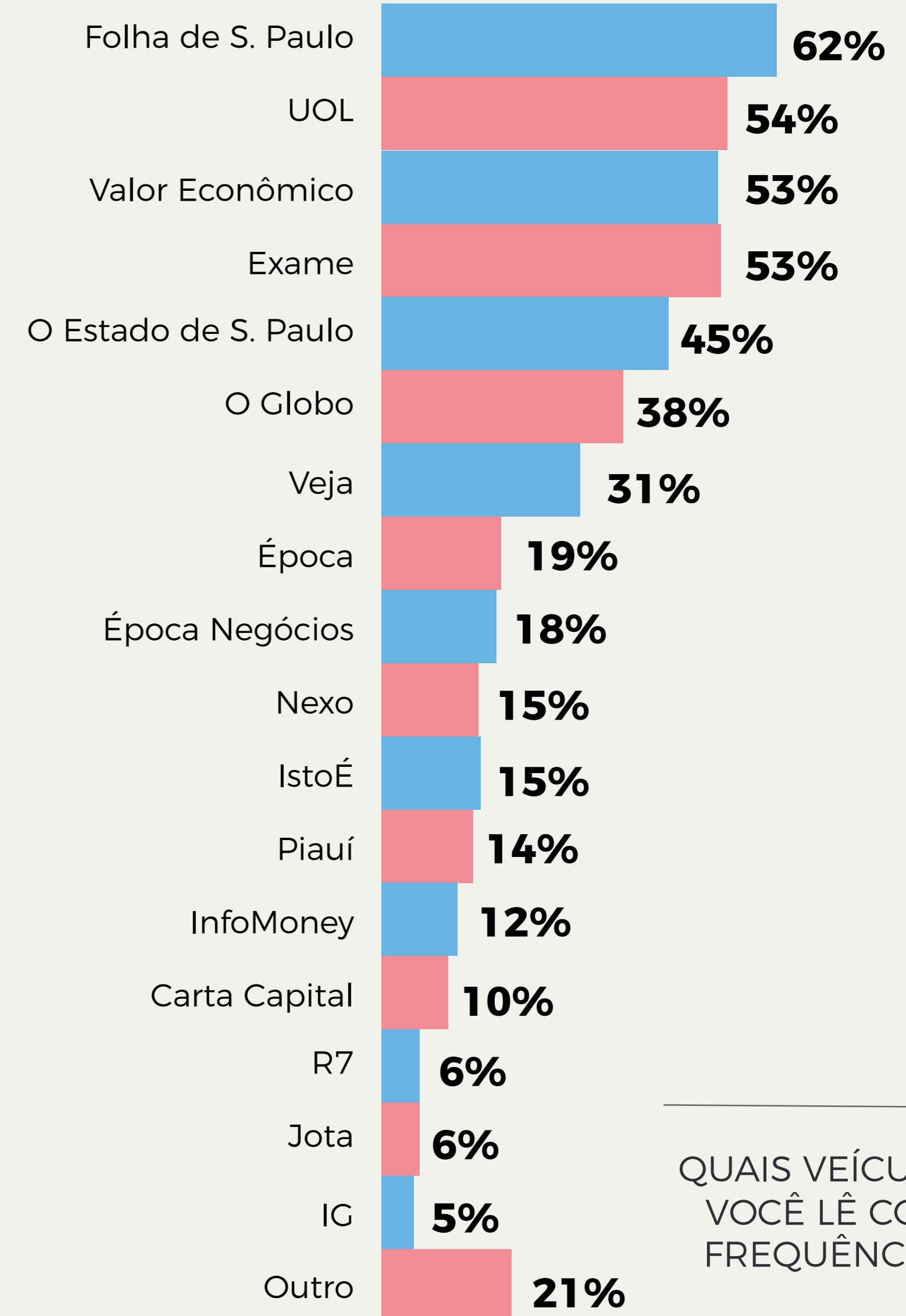
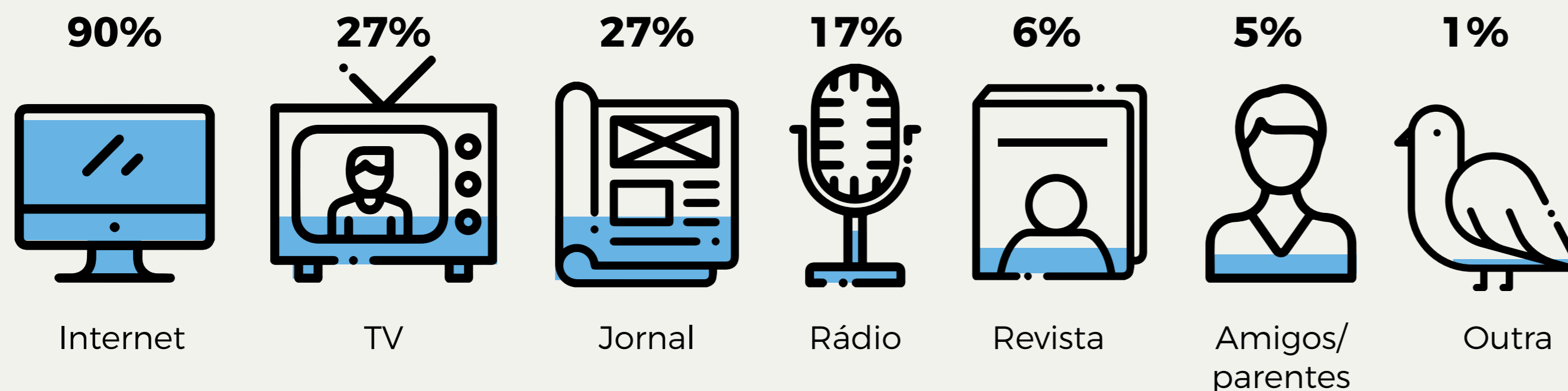


FONTES DE INFORMAÇÃO

A internet é a principal fonte de informação.

Os veículos mais lidos pelos participantes são: o jornal Folha de São Paulo (62%); o site UOL (54%), o jornal Valor Econômico (53%) e a revista Exame (53%). Ainda temos os jornais O Estado de São Paulo (45%) e o O Globo (38%) e a revista Veja (31%) com bom índice de leitura. Os demais veículos situaram-se em patamares inferiores à 20%.

QUAL SUA PRINCIPAL FONTE DE INFORMAÇÃO?

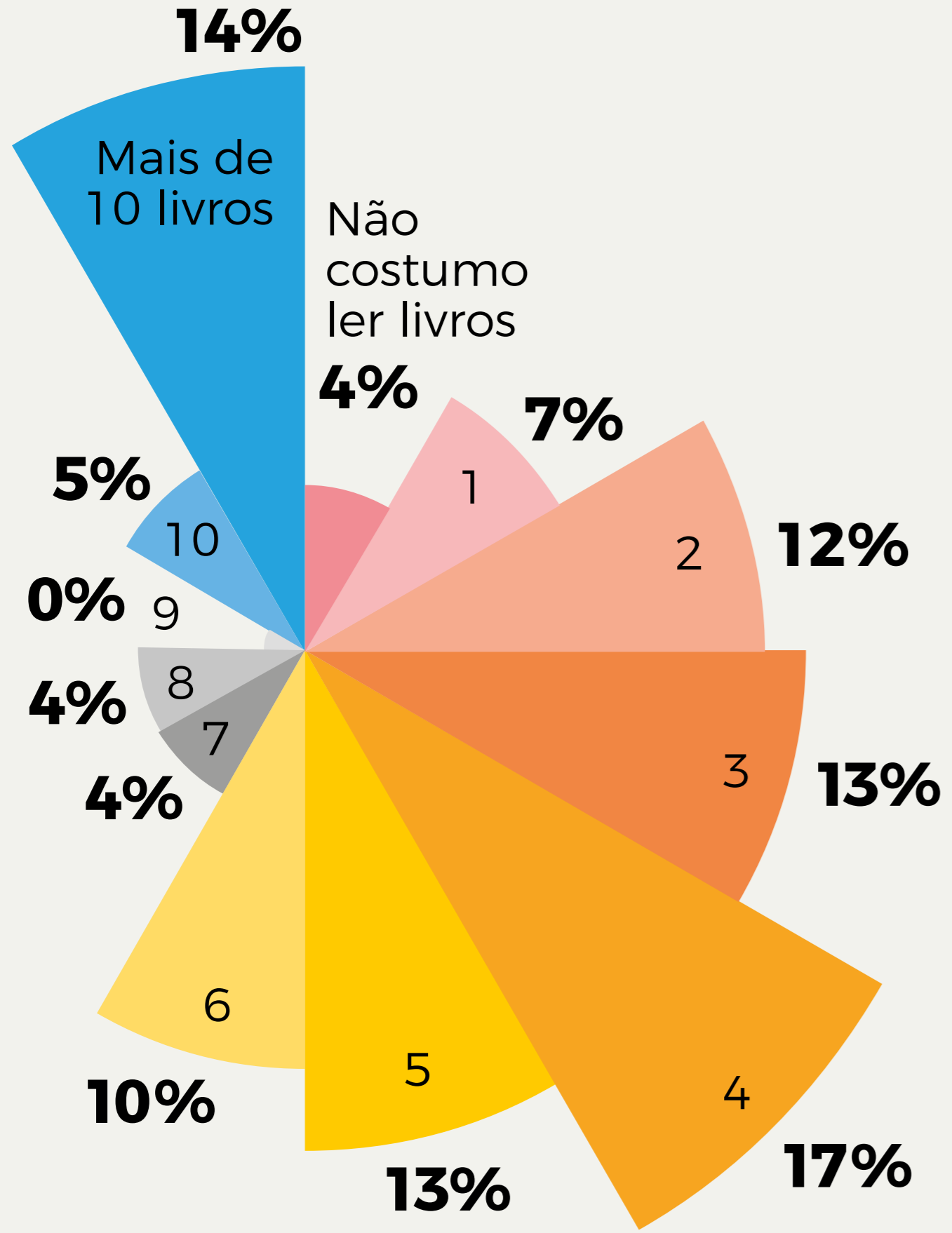


QUAIS VEÍCULOS VOCÊ LÊ COM FREQUÊNCIA?

HÁBITOS DE LEITURA

OS PARTICIPANTES LEEM, EM MÉDIA, 5,5 LIVROS POR ANO, UM POUCO ACIMA DA MÉDIA NACIONAL QUE É DE 4 LIVROS/ANO.

Os temas preferidos para leitura são os Técnicos/Profissionais (38%) e Romance (22%).



DE UM MODO GERAL, QUANTOS LIVROS VOCÊ COSTUMA LER POR ANO?

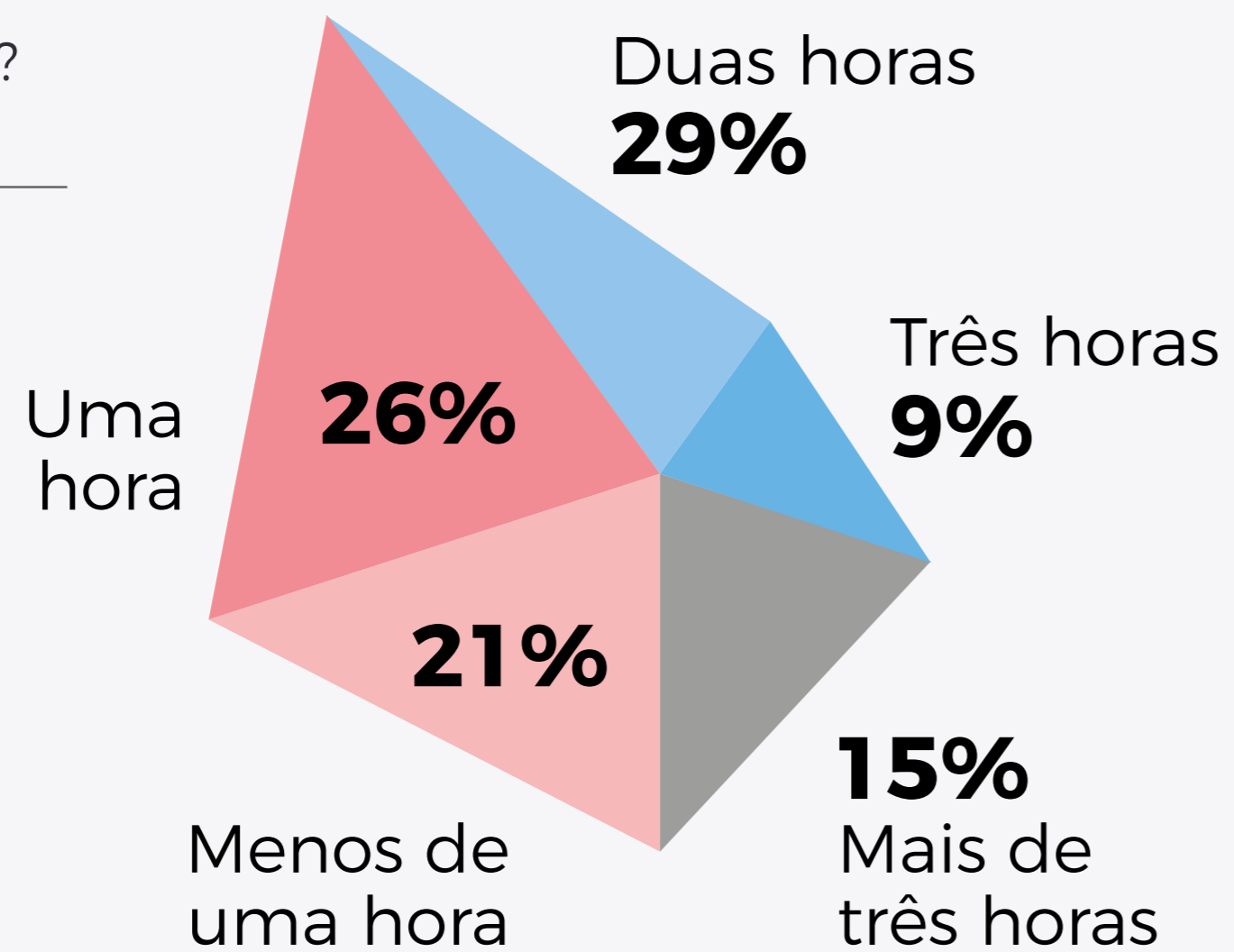
QUAL O TIPO DE LIVRO QUE VOCÊ MAIS LÊ?



REDES SOCIAIS

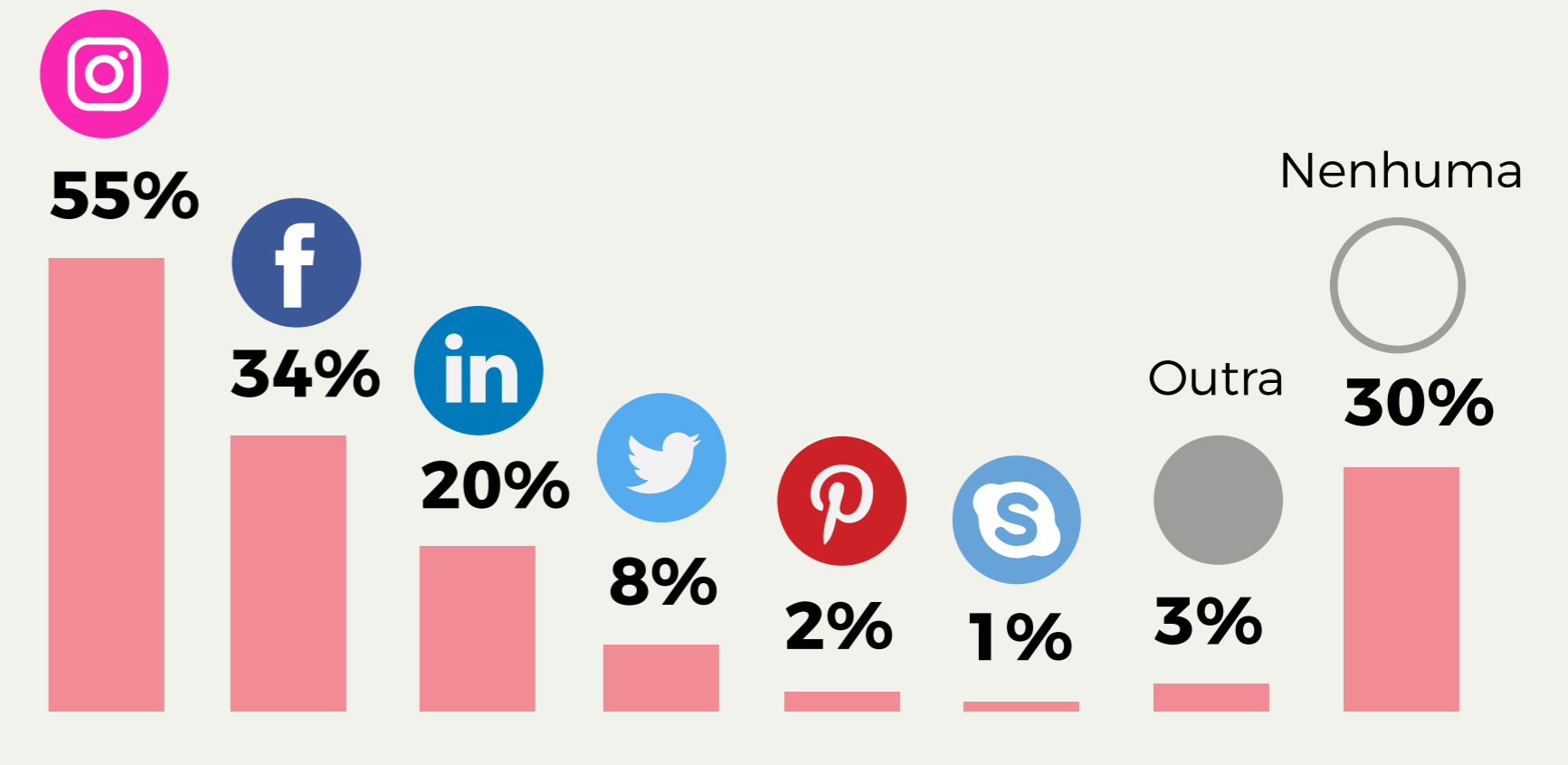
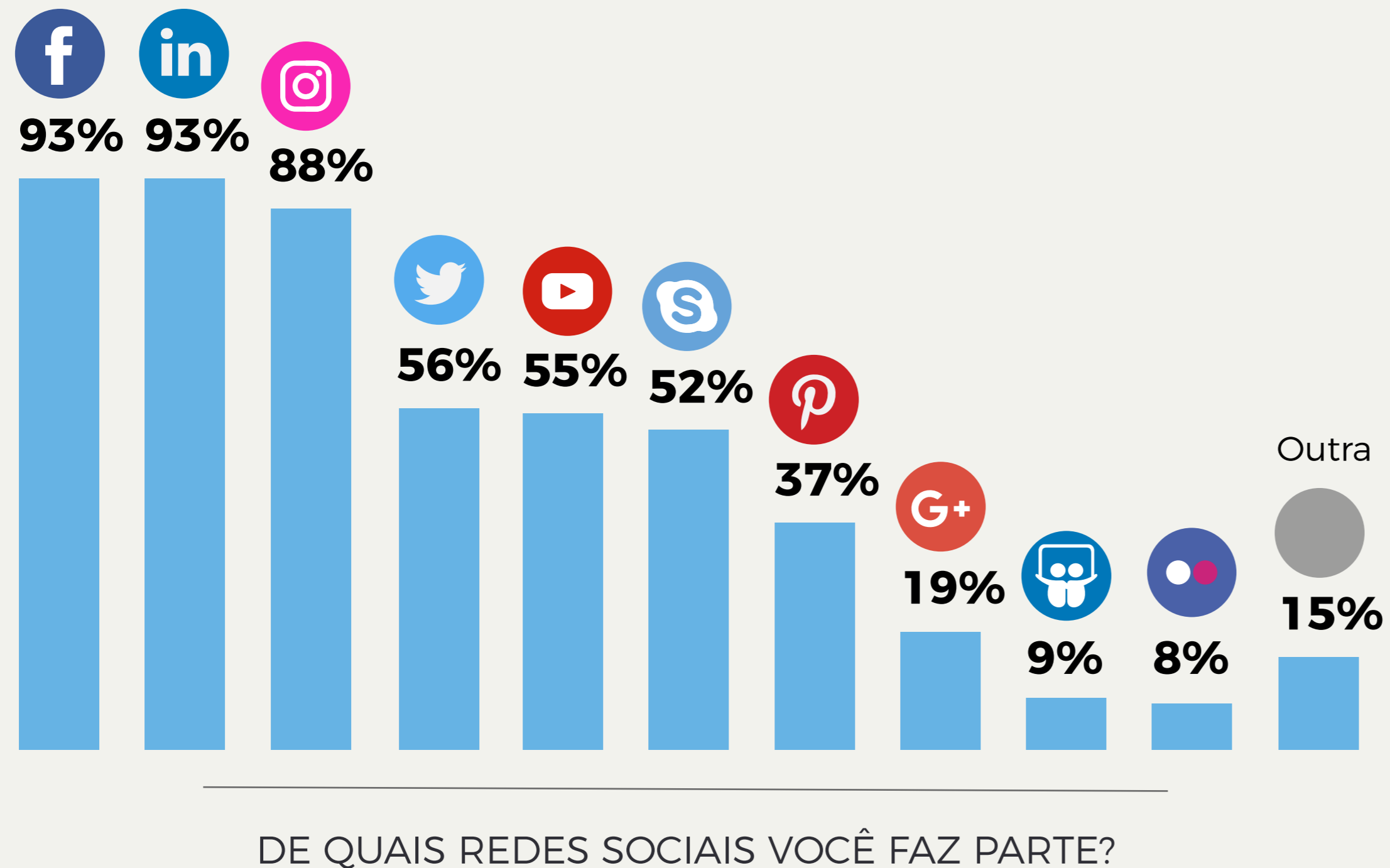
EM MÉDIA, OS PARTICIPANTES DEDICAM, DIARIAMENTE, 1 HORA E 30 MINUTOS ÀS REDES SOCIAIS.

QUANTAS HORAS POR DIA VOCÊ DEDICA ÀS REDES SOCIAIS?



REDES SOCIAIS

O Facebook com 93%, o LinkedIn com 93% e o Instagram com 88% são as redes sociais das quais os profissionais que exercem cargos de liderança mais fazem parte. O Twitter (56%), o YouTube (55%) e Skype (52%) vêm a seguir na preferência dos participantes.



Embora participando de diversas redes sociais, 30% não fazem postagens semanalmente e, daqueles que fazem, 55% postam no Instagram e 34% no Facebook.

VISÃO

Ser um Think Tank de referência global em Comunicação e Relacionamento.

MISSÃO

Produzir conhecimento e compartilhar as melhores práticas para fortalecer a Comunicação das empresas e instituições, e reforçar o papel estratégico e cidadão do comunicador.

Rua Amália de Noronha, 151 6º andar, Sumaré – São Paulo – SP.
(11) 5627-9090 | www.aberje.com.br



/ABERJE1967



@ABERJE



YOUTUBE.COM.BR/ABERJE

