



ensino
SUPERIOR

negócios da
comunicação

CECOM 
CENTRO DE ESTUDOS DA COMUNICAÇÃO





Inteligência para os Negócios

O Novo Profissional de Comunicação na Era da Convergência Digital

27 de Agosto de 2014



✓ **Projeto**

✓ **Fase Qualitativa**

✓ **Fase Quantitativa**

Há uma crítica muito comum de que os profissionais de comunicação saem da Universidade **sem a preparação adequada** para o mercado de trabalho.

O objetivo deste projeto é contribuir para o apontamento dos principais **pontos descobertos** pela formação acadêmica e para abrir um canal de **diálogo** entre as **Universidades e o próprio mercado**.

A FASE QUALITATIVA



AMOSTRA

10 ENTREVISTAS LÍDERES DO SETOR

- ✓ 40% Empresas
- ✓ 20% Diretores de Redação
- ✓ 20% Diretores Agências
- ✓ 20% Universidades

EXPERIÊNCIA PROFISSIONAL

- ✓ 60% com mais de 20 anos
- ✓ 20% entre 10 e 20 anos
- ✓ 20% com até 10 anos

FORMAÇÃO

- ✓ 60% Jornalismo
- ✓ 20% Relações Públicas
- ✓ 20% Marketing

ROTEIRO

Competências desejáveis

Papel das universidades no desenvolvimento das competências desejáveis

Principais deficiências técnicas

Como o **mercado** vem suprindo estas deficiências?

COMPETÊNCIAS ESSENCIAIS

Conhecimentos

Habilidades

Atitudes

CONHECIMENTOS E HABILIDADES DESEJÁVEIS

Domínio do
Português

Boa apuração

Bom texto

Inglês

Mídias Sociais

Comunicação com
diferentes públicos

Desenvolvimento
de Campanhas

Noções de
Planejamento

Noções sobre
Posicionamento de
Marca e Reputação

ATITUDES DESEJÁVEIS

Disponibilidade
para Aprender

Interação com
a Equipe

Vibração pelo
desafio

Receptividade
a mudanças

Cultivar boas
fontes

Saber que tem
um papel a
crescer

**O cultivo de boas fontes de
informação depende da capacidade
de interpretar o mundo e o mercado**

UNIVERSIDADE



COMO?

100% dos formadores
de opinião ouvidos
acreditam que a academia
pode e deve
desenvolver as
competências
essenciais

- Atuação dos **professores**
- Aproximação da universidade e **disponibilidade das empresas**

PRINCIPAIS DEFICIÊNCIAS

100% DAS EMPRESAS
PRECISAM INVESTIR
NA FORMAÇÃO TÉCNICA



90% PLANEJAMENTO
VISÃO ESTRATÉGICA, MULTISTAKEHOLDER
ENTENDIMENTO DO NEGÓCIO

90% POSTURA PROFISSIONAL
COLEGAS, HIERARQUIA, CLIENTE

SUPRINDO DEFICIÊNCIAS

**DISPONIBILIDADE
DOS LÍDERES**



**CRIAÇÃO DE
AMBIENTES DE APRENDIZADO
DENTRO DAS ORGANIZAÇÕES**

**APROXIMAÇÃO
com a universidade**

**2 A 3 ANOS PARA FORMAR UM BOM
PROFISSIONAL APÓS A SUA ENTRADA
NO MERCADO**

A FASE QUANTITATIVA



AMOSTRA

220 ENTREVISTAS

- ✓ 80% Sudeste
- ✓ 10% Sul
- ✓ 5% Nordeste
- ✓ 5% Centro-Oeste

EXPERIÊNCIA PROFISSIONAL

- ✓ 30% com até 5 anos
- ✓ 38% até 10 anos
- ✓ 20% com até 20 anos
- ✓ 12% + de 20 anos

INTERAÇÃO ESPONTÂNEA

- ✓ Convite espontâneo para participação no blog Relações e RP Versátil
- ✓ Informações sobre o evento em diversos grupos do LinkedIn

De 7 a 21 de Agosto

Esta discussão é um dos temas centrais para o setor

FORMAÇÃO



ATUAÇÃO

Predominância na formação de Jornalismo

60% Jornalismo

20% RP

20% PP& Mkt

Atuação equilibrada em todas as áreas

22% Assessoria de Imprensa

17% Relações com outros públicos de interesse

16% Comunicação Interna

14% Publicidade

14% Jornalismo

4% Atividades de Gestão

PRINCIPAIS HABILIDADES

Desenvolvidas na Academia

71% REDAÇÃO DE TEXTOS

52% TRABALHO EM EQUIPE

42% REPORTAGEM

26% CRIAÇÃO DE CAMPANHAS



APENAS 30% AFIRMAM

QUE A FORMAÇÃO É ADEQUADA

- 33% POUCO ADEQUADA
- 34% NÃO ADEQUADA

O QUE PRECISA MELHORAR?

1º lugar

Relações
com a
equipe e
hierarquia

2º lugar

Relações
com o
cliente

3º lugar

Planejamento
Estratégico

4º lugar

Prática

ATUALIZAÇÃO DO CURRÍCULO

Mídias Sociais

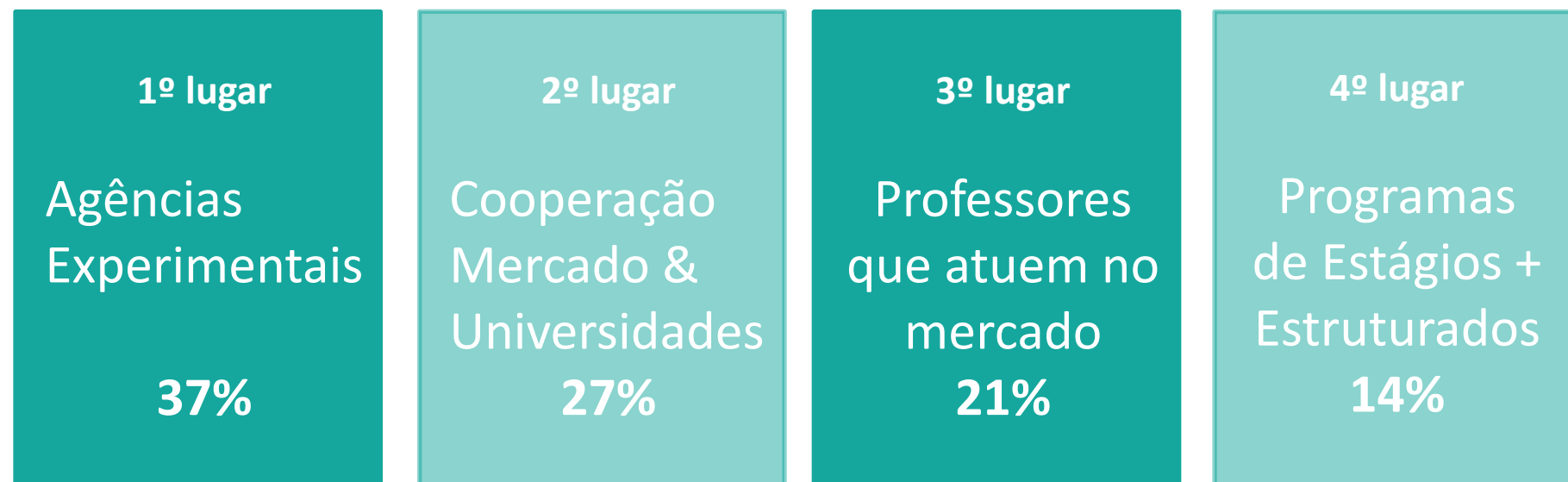
40%
RAZOAVELMENTE



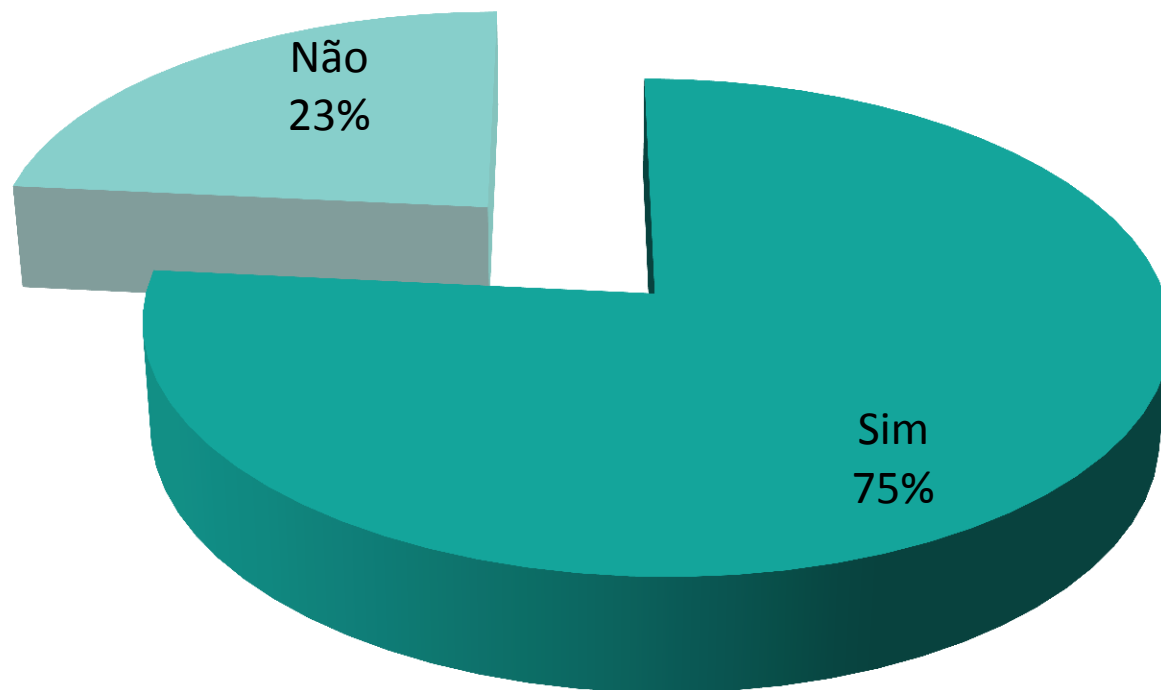
42%
MUITO POUCO

10% Não Atualizado / 8% Totalmente Atualizados

COMO MELHORAR?



PÓS-GRADUAÇÃO complementa a graduação?



CONSIDERAÇÕES FINAIS

Complementar a graduação é uma necessidade para **todos os profissionais** e não apenas para os recém-formados porque este é um setor em contínua transformação

O mercado começa a se conscientizar de que é preciso tomar para si a **responsabilidade** de se aproximar das **universidades**

CONSIDERAÇÕES FINAIS

Há muitos profissionais com **excelente potencial** chegando ao mercado

o choque de gerações é uma das questões que mais impactam todas as empresas

As **lideranças** desempenham papel fundamental no desenvolvimento dos novos profissionais

Obrigado!



Erika Rangel

Gerente de Mensuração e Pesquisa

Fundamento Análises

erangel@fundamento.com.br

Tel: 55 11 5095-3873 (direto)