



A voz do Comitê Olímpico Brasileiro

A revista Comunicação Empresarial entrevistou o diretor de Comunicação e Marketing do Comitê Organizador dos Jogos Rio 2016, Leonardo Gryner, para saber sua opinião sobre o impacto desses eventos esportivos na comunicação empresarial.



Wander Roberto/ Arquivo Rio 2016

Como o mercado de comunicação empresarial no Brasil será impactado?

O setor de comunicação empresarial

será tremendamente impactado pelos dois eventos. Além da necessidade de comunicação dos Comitês Organizadores, os parceiros comerciais e governamentais de ambos, desenvolverão planos específicos voltados para ativação da associação deles com os dois eventos. Isso atrairá tanto empresas nacionais quanto internacionais e, em ambos os casos, haverá necessidade de se comunicarem com o público brasileiro, tanto na comunicação B2C quanto na comunicação B2B.

Quais são as expectativas e os desafios a serem superados?

Esses dois eventos provocarão uma demanda por um período longo, quase sete anos, e a vinda de um conjunto de instituições públicas e privadas muito grande. Cada um desses eventos envolve mais de 100 empresas diretamente, com algum nível de parceria com os

Comitês Organizadores. Em contrapartida, haverá o desafio da disponibilidade de mão de obra especializada para reforçar os times das atuais agências e a qualificação dos profissionais deste mercado, tanto em termos de habilidade de se comunicarem com as empresas estrangeiras, quanto com a familiaridade com os métodos e técnicas utilizadas lá fora na comunicação empresarial.

Como os profissionais e as empresas de comunicação devem se preparar para estes desafios?

Investindo na qualificação. Todos os profissionais devem investir no conhecimento de línguas para ganhar perfeita fluência e se informar sobre os métodos utilizados lá fora na comunicação empresarial. Bem qualificados os profissionais do setor poderão surfar uma grande onda de oportunidade que se apresentará nos próximos sete anos.