

[Notícia anterior](#)[Próxima notícia](#)

17 mar 2017 | O Globo

CLAUDIO DA ROCHA MIRANDA FILHO E PEDRO NONATO Claudio da Rocha Miranda Filho e Pedro Nonato são diretores do Rio Music Conference

Vocação para o entretenimento

A sociedade carioca e sua classe política vêm tomando consciência do tamanho da importância da efervescência da atividade cultural ligada a eventos, festas e shows

Onovo prefeito tomou posse em janeiro, e o Rio continua lindo. Até aí, nenhuma novidade. Ser maravilhosa sempre foi a maior commodity da nossa cidade. Mas, hoje, isso não basta. Não dá para viver apenas de nossas belezas naturais. É por isso que o setor de entretenimento do Rio, realizador de eventos, shows e festividades de pequeno, médio e grande portes, presta muita atenção à nova administração municipal.

O chamado PIB Criativo continua a crescer no Brasil, mesmo em meio à turbulenta crise que atingiu o país. Tanto do ponto de vista da produção quanto do mercado formal de trabalho, o papel da área criativa é hoje fundamental. São Paulo, com 3,9%, e Rio de Janeiro, com 3,7%, foram os estados em que o PIB Criativo mais cresceu dentro do PIB total brasileiro entre 2013 e 2015, segundo a Firjan. Os números comprovam que este é um setor estratégico para garantir a retomada do crescimento.

Para as cidades, é ainda mais necessário incentivar a indústria criativa, já que ela, efetivamente, é feita de eventos locais. A sociedade carioca — e sua classe política — vêm tomando consciência do tamanho da importância da efervescência da atividade cultural ligada a eventos, festas e shows para o turismo, desenvolvimento econômico, geração de emprego e renda locais. Todos os meses, são realizados no Rio cerca de 500 eventos culturais, para ficar apenas entre os cadastrados nos principais sites de tíquetes.

Logo, as políticas para o fomento deste setor devem ser de Estado, não de governo ou de ocasião. O novo Conselho de Turismo afirma que o Rio precisa de um calendário consistente, organizado e com a presença de grandes marcas. Não poderíamos estar mais de acordo. O turismo no Rio tem potencial para ir muito além do réveillon, do carnaval e de mais um ou outro grande evento ou festival. O setor de entretenimento está inteiramente disposto a colaborar neste sentido.

Há cerca de três anos, foi fundada a Associação de Entretenimento do Rio de Janeiro (Assenrio), que tem como missão dar voz ao setor na articulação entre as esferas públicas e entidades, organizar suas pautas e demandas, ajudar na atração de novos eventos para a cidade, profissionalizar os existentes e buscar soluções conjuntas nos principais desafios de empresários e produtores.

No passado, o Sindicato de Bares e Restaurantes (SindRio) e até mesmo a ABIH-RJ (associação da indústria de hotéis) já foram interlocutores desta classe, pela similaridade e convergência de interesses. Mas, com o passar do tempo, o rebuscamento e as especificidades do setor esculpíram demandas próprias e uma necessidade maior de representatividade.

Também é urgente a definição de uma política transparente de ocupação de espaços públicos, até mesmo repensando a forma de gestão do nosso rico patrimônio histórico-cultural, para que estejam mais em sintonia e aliados aos protagonistas das áreas criativas e culturais. Um olhar contemporâneo, sem abrir mão da manutenção e da preservação, mas que atraia o interesse das novas gerações para a nossa rica história e nosso patrimônio, evitando que caiam no esquecimento e na degradação.

Por fim, também é preciso estar inserido como prioridade nas pautas de órgãos de desenvolvimento econômico, reconhecendo e apoiando a mobilização de entidades como a Firjan em torno do tema. Essa agenda, por sinal, está na ordem do dia.

Um bom exemplo foi a nona edição do Rio Music Conference, conferência internacional de música e entretenimento ao vivo, no MAR. O evento reuniu produtores, músicos, DJs, políticos, empresários e entidades de classe em torno de um objetivo comum. A Assenrio teve sala com painéis, palestras e debates sobre o setor no Rio. Foi um excelente momento para olhar adiante e enxergar novos horizontes para a cultura e o entretenimento em nossa cidade. Que tem tudo para ser ainda mais maravilhosa.

Impresso e distribuído por NewspaperDirect | www.newspaperdirect.com, EUA/Can: 1.877.980.4040, Intern: 800.6364.6364 | Copyright protegido pelas leis vigentes.

[Notícia anterior](#)[Próxima notícia](#)