SÍNTESE

PENSA RIO

TEMA O QUE O RIO PRECISA PARA SE TORNAR UMA SOFT POWER HOUSE?

14 JULHO 2021

CONVIDADOS

Alessandra Baiocchi
Professora de Administração de Empresas pelo IAG/PUC-Rio

Sérgio Sá Leitão
Secretário de Cultura do Estado de São Paulo

Luiz Calainho
Empresário, controlador na L21 Corp. e ex-vice presidente da Sony Music Entertainment

ABERTURA

Leonardo Edde
Presidente do Sindicato da Indústria Audiovisual (Sicav) e sócio-fundador da Urca Filmes

CURADORIA
José Luiz Alquéres

MEDIAÇÃO
Julia Zardo

GERÊNCIA DE AMBIENTES DE INOVAÇÃO | GERÊNCIA GERAL DE DESENVOLVIMENTO E INOVAÇÃO EMPRESARIAL DA FIRJAN

"O soft power é o poder de influência exercido por um lugar pela sua cultura. (...) onde a arte de uma cidade vai agir como embaixador desse lugar".

Alessandra Baiocchi

AS FUNÇÕES DA CIDADE

Por José Luiz Alquéres

1. *"Proporcionar abrigo e segurança aos seus habitantes, (...) Estamos meio longe disso no Rio de Janeiro, para não dizer altamente."*

2. *"A cidade deve ser um mercado, um lugar onde as pessoas trocam coisas. Umas produzem, outras consomem e cada uma se realiza nesse processo econômico"*

3. *"...dessa interação surgem as instituições que conferem a cada cidade um grau de sacralidade. Sacralidade no sentido amplo, não é só igreja, é sacralidade do trabalho, da instituição, das relações."*

SOFT POWER NO MUNDO

Por Alessandra Baiocchi

Caso Coreia - Kpop

"O governo da Coreia começou a investir na Indústria da música e colocou o K de Coréia, no estilo Kpop, e ganhou o mundo."

Caso Itália - Gastronomia

"Por exemplo, eu adoro gastronomia italiana, então vou querer ir para a Itália para aprender a fazer pizza,(...) viver essa cultura no lugar de origem, isso é soft power."

Rio de Janeiro - Música, eventos e mais

"E o Rio de Janeiro? Identidade super conectada com sua música, temos música ao vivo, temos grandes eventos. A cidade é um cenário incrível."

"Hoje não adianta você ter um exército e não ter a sua cultura dominando territórios, e territórios hoje virtuais. Então, um olhar holístico e um planejamento totalmente interdisciplinar, criando um ecossistema de negócios seguro principalmente, (...) é fundamental. O empreendedorismo é a base do Rio de Janeiro."

Leonardo Edde

COMO USAR O SOFT POWER PARA POTENCIALIZAR O TURISMO?

Planejamento

Uma agenda coordenada de eventos para o estado.

Alessandra Baiocchi

Ambiente de Negócios

Que favoreça o investimento, empreendedorismo e multiplique receitas

Sérgio Sá Leitão

Comunicação Estratégica

Com as mídias sociais é preciso ter o cuidado para administrar o que se fala da cidade. O audiovisual pode ser uma ferramenta forte.

Alessandra Baiocchi

Roteiros

O turista fica perdido, temos uma riqueza tão grande, mas essa informação se perde

Alessandra Baiocchi

Tecnologia

Tem inúmeras possibilidades para melhorar a experiência do visitante.

Alessandra Baiocchi

CASE DE MONTREAL

Por Alessandra Baiocchi

Planejamento de longo prazo (2007- 2017) com os diversos atores que são afetados pelas políticas públicas da cultura. Foi realizado um grande encontro de governo, acadêmicos, artistas, empresários.

Todos os investimentos tinham como foco tornar a cidade uma metrópole cultural: infraestrutura, educação, inclusão e compromisso.

"Montreal tem uma agenda de festivais riquíssima ao longo do ano todo. Como é uma agenda que se repete então as pessoas se planejam para isso e atraem turistas do mundo inteiro"

MOMENTOS HISTÓRICOS DO SOFT POWER

ANOS 40

Segunda Guerra Mundial

"Na Segunda Guerra, os Estados Unidos trabalham isso com Hollywood no mundo inteiro no audiovisual. Ainda não existia streaming, internet, e os Estados Unidos já estava trabalhando seu American Way of Life que até hoje influencia 90% do mundo."

Leonardo Edde

ANOS 80

Mercado Publicitário no Rio

"A verdade nua e crua é que a gente tem percebido ao longo dos últimos 30 anos um tremendo esvaziamento (...). O mercado publicitário era no Rio de Janeiro nos anos 80 e literalmente hoje o mercado publicitário chega próximo a inexistência".

Luiz Calainho

ATUALMENTE

4a Revolução Industrial

"No contexto em que vivemos, inteligência, criatividade, sensibilidade, conhecimento e disposição para a inovação são os principais vetores de desenvolvimento, de criação de valor, de criação de riqueza."

Sérgio Sá Leitão

CASE DE SÃO PAULO Por Sérgio Sá Leitão

Governo Comprometido

Sucessão de governos sérios e responsáveis com atuação em desenvolvimento, permitindo continuidade nas políticas.

Investe São Paulo

Agência com mais de 10 anos voltada para a atração de investimentos. Trabalha com pesquisas, estudos e planejamento.

Desenvolve São Paulo

Banco de desenvolvimento com recursos e que desenvolve linhas de crédito sincronizadas com as politícas governamentais.

Parcerias em gestão

modelo de gestão público-privada, por organizações sociais.

SEADE

fundação voltada para estudos econômicos.

RESULTADOS

Por Sérgio Sá Leitão

60 *instituições culturais em excelente estado e atuação.*

25 *milhões de pessoas alcançadas em 2020.*

MATRIZ S.W.O.T DO RIO DE JANEIRO

"O Rio pode sim ser uma potência, o Rio tem essa vocação de alma, de espírito, mas a gente também tá caminhando para perder no campo da Economia Criativa. Ou a gente acorda ou a gente vai literalmente perder essa 4a revolução."

Luiz Calainho

Forças

"A cidade que é berço de estilos musicais nascidos aqui, o samba, o choro, bossa nova, funk. É uma cidade que tem grandes eventos, que são de visibilidade mundial"

Alessandra Baiocchi

"A cidade é um cenário incrível, com palcos ao ar livre inclusive."

Alessandra Baiocchi

"Essa ideia do Rio como vitrine do Brasil surgiu justamente porque o Rio atrai talentos e capacidades do Brasil inteiro, que viviam aqui para prosperar e acontecer."

Sérgio Sá Leitão

Fraquezas

"O Rio é uma locação, o Rio não é uma produtora. Às vezes até as fotos que são feitas aqui são tratadas em outros lugares, por quê?"

Alessandra Baiocchi

"Eu acredito que a estrutura de serviços ainda pode melhorar, a gente ainda precisa de capacitação."

Alessandra Baiocchi

"É um lugar caro para ser trabalhado, a gente precisa desburocratizar, a gente precisa trazer de volta as empresas aqui para a cidade"

Alessandra Baiocchi

Oportunidades

"Temos que trabalhar com comunicação estratégica. Para projetar pro Brasil e pro mundo a soft power house que nós somos"

Alessandra Baiocchi

"Esse binômio poder público e empresariado é absolutamente fundamental"

Luiz Calainho

"O setor de audiovisual, por exemplo. É só a gente lembrar o quanto somos influenciados pelo modo de vida americano por conta dele."

Alessandra Baiocchi

Ameaças

"Patrocinadores que são vitais para Economia Criativa, eles hoje nos assistem com um certa desconfiança, essa é verdade."

Luiz Calainho

"A gente perdeu 100% da publicidade, e está caminhando para perder no campo da Economia Criativa.

Luiz Calainho

"Mesmo em determinadas 'Eras de Ouro' os governantes nunca consideraram a Economia Criativa como um negócio absolutamente fundamental."

Luiz Calainho

"As pessoas precisam juntar a criatividade ao contínuo em suas vidas. (...) Não é um modismo, não é carnaval e o resto do ano não se pensa nisso não. Temos que fazer da nossa vida um carnaval permanente."

José Luiz Alquéres

COMO APLICAR SOFT POWER NO RIO DE JANEIRO?

Summit Economia Criativa

Trazer pro Rio de Janeiro talentos, fazendo com que a cidade sedie um dos maiores eventos da Economia Criativa

Luiz Calainho

Secretaria de Economia Criativa

Uma super Secretaria de Economia Criativa, um negócio completamente onectado.

Luiz Calainho

Roteiros não-convencionais

Por que não um roteiro de rodas de samba, de boteco, de choro, bossa nova, enfim, das experiências que a cidade pode proporcionar?

Alessandra Baiocchi

Políticas de Longo Prazo

Precisamos ter uma política de longo prazo baseada em planejamento, investimento e promoção para que esses ativos possam ser rentabilizados.

Sérgio Sá Leitão

Políticas Públicas Inclusivas

Políticas públicas eficientes são inclusivas. Devem ser desenvoluidas com a participação de quem afeta e quem é afetado por elas.

Alessandra Baiocchi

Agência de Políticas Transversais

Que coordene, planeje e que não entenda só de política pública de cultura, desenvolvimento industrial, social, é tudo isso junto.

Sérgio Sá Leitão

Políticas de Atração

Tanto de capacidades, cérebros, recursos, investimentos, e quanto também de ativos para que a cidade seja catalisada.

Sérgio Sá Leitão

Capacitação Cidadã

Para o carioca receber de braços abertos, acreditar na cultura da cidade e como pode melhorar a vida e a economia da cidade.

Alessandra Baiocchi

"Essas atividades que estão no cerne da 4a revolução industrial são atividades altamente geradoras de renda e emprego, e altamente atraente para jovens, mas sem capacitação as atividades não serão aproveitadas. É fundamental que haja esse investimento público de forma planejada e inteligente, (...), de forma eficiente e eficaz, e que seja um fator de atração e de estímulo do investimento privado.

Sérgio Sá Leitão

68

segmentos da Economia são impactados pela Indústria Criativa, ou seja, é uma indústria completamente transversal.

Leonardo Edde

100

% dos serviços de streaming, sejam da música ou do audiovisual, estão em São Paulo.

Luiz Calainho

INDICAÇÕES DOS CONVIDADOS

FGV Projetos - Dados de Economia Criativa
https://fguprojetos.fgu.br/

Julia Zardo, Veja Rio - Um caminho para consolidar vocações criativas e naturais
uejario.abril.com.br/blog/julia-zardo/caminhos-industria-criativa/