

PINGA-FOGO

■ **GOVERNADOR FAZ MARATONA** - O governador do Estado do Rio, Cláudio Castro, fará uma verdadeira maratona nas cidades do Médio Paraíba. Irá visitar nada menos do que 12 municípios da região a partir desta quarta-feira, dia 04, e participará de seminários, inaugurações, e discutirá sobre desenvolvimento econômico, segurança pública, entre outros temas voltados para o interesse da população. Barra Mansa, que comemora 191 anos, amanhã, dia 03, e Resende, que completou 222 anos, no dia 29 de setembro, também serão apresentadas pela visita de Castro.

■ **INVESTIMENTOS, EMPREGO E RENDA** - O ponto alto em Barra Mansa é o condomínio industrial, às margens da Via Dutra, que servirá para abrigar novas empresas e gerar emprego e renda. Em Porto Real, o governador participará de um encontro no Cluster Automotivo, no auditório do Grupo PSA, onde já tem laços estreitos. Em meados de setembro, a Stellantis, dona das marcas Citroën, Fiat, Jeep e Peugeot, anunciou investimentos da ordem de R\$ 2,5 bilhões até 2025 na fábrica do interior do Estado. O anúncio foi feito pelo presidente da Stellantis para América do Sul, Antonio Filosa, no Palácio Guanabara, em meados de setembro. O executivo também apresentou o Novo SUV Citroën C3 Aircross, modelo que começa a ser produzido em breve em Porto Real.

■ **EMPREENDEADORISMO EM BARRA MANSÁ** - A vice-prefeita de Barra Mansa, Fátima Lima, participou de um encontro na Aciap-BM voltado ao empreendedorismo feminino. O evento contou com o lançamento do prêmio, o 'Rosângela Maia Salgado Ferreira', uma honraria promovida pelo Rotary Club Barra Mansa Alvorada, em parceria com a Aciap, Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas (Sebrae RJ), Ordem dos Advogados do Brasil (OAB-BM) e a Câmara de Dirigentes Lojistas (CDL).

■ **PRESENCAS** - Também marcaram presença o presidente da Aciap, Matheus Gattás; o

vice-presidente da diretoria da CDL, Almir Esteves Correia; a analista de negócios do Sebrae, Caroline Cristina de Carvalho; o vice-presidente do Rotary Club de Barra Mansa Alvorada, Marcos Vinícios Salazar; e a presidente da comissão OAB Mulher de Barra Mansa, Adriana Ribeiro Fonseca. Já a palestrante do encontro foi a jornalista e coach, Renata Alarcão. No evento, a vice-prefeita destacou o valor das mulheres na sociedade e enalteceu a luta das empreendedoras.

■ **DIREITO PARA TODOS** - O presidente da Aciap, Matheus Gattás, pontuou que o espaço deve ser para todos. "Todas as pessoas têm o direito de empreender. Precisamos dessa equidade, sejam homens, mulheres, deficientes, entre outros", ressaltou. Ainda compareceram as vereadoras Maria Lúcia Moura da Fonseca, autora da lei municipal que instituiu o empreendedorismo feminino, Paola Sapede (a Paola da Pizzaria) e Fernanda Carreiro. "O empreendedorismo é feito na sua maior parte por mulheres. Aqui em Barra Mansa nós temos as artesãs que estão cadastradas na Prefeitura, e diversas outras ações que fortalecem o mercado. É muito bom participar do lançamento desse prêmio e quero destacar que Barra Mansa é uma cidade de mulheres empreendedoras", frisou a vice-prefeita, durante a solenidade, na noite de quinta-feira.

■ **PETRÓPOLIS BUSINESS** - Após um hiato de dezesseis anos, Petrópolis volta a promover um dos maiores eventos de negócios do interior do RJ: Petrópolis Business. Realizado pela Associação Comercial e Empresarial (ACEP), conta com o patrocínio do Fecomércio, Sistema Firjan, Secretaria de Desenvolvimento Econômico, Indústria, Comércio e Serviços, Sebrae, Unifase, Concer e Prefeitura. Entre os nomes confirmados estão o vice-presidente Executivo de Operações da Embraer, Luiz Marinho, que fará a palestra de abertura; e o economista-chefe da XP Investimentos, Caio Megale. O evento acontecerá entre os dias 26 e 29 de outubro, no Centro Cultural Sesc.



MAGNAVITA

claudio.magnavita@gmail.com

@colunamagnavita

Nova marca do turismo do Rio foi escolhida sem conhecimento do Prefeito

Reprodução



A Fundação Rio Convention e Visit Bureau, presidida por Carlos Werneck e com Luís Strauss na presidência do Conselho Curador, lançou festivamente no dia 27 de setembro, na feira de turismo realizada no Riocentro a nova marca do Visit Rio, que segundo o vídeo institucional da Fundação, será a nova marca da cidade. O convite foi assinado pela Prefeitura do Rio através da Secretaria Municipal de Turismo e da Riotur. A solenidade foi realizada no estande da municipalidade.

■ O que seria uma atitude aparentemente louvável para a promoção do Rio, acabou se misturando em um terreno onde não fica claro o uso de um ativo municipal. Ou seja, patrimônio público e a Fundação Rio Convention Bureau, uma entidade tutelada pelo Ministério Público Estadual, através da curadoria de fundações, razão pela qual deveria ter de forma bem clara esta relação com o poder público.

■ Para se compreender a gravidade do cenário, no mundo do turismo os sites "Visit" são portais oficiais geridos sob a tutela da municipalidade ou por concessão por organizações governamentais. É assim com os portais VisitMiami, VisitBerlim e outros grandes destinos mundiais. Com o advento da Copa e das Olimpíadas de 2016, a Prefeitura, na gestão de Eduardo Paes, criou o VisitRio. Com a aprovação do domínio Rio, o Implan, braço de informática da prefeitura, a pedido das autoridades municipais de turismo, registrou o VisitRio como patrimônio da capital. Esta marca mãe, pertence, sem dúvida, à Prefeitura da Cidade do Rio, tendo sido feito investimentos públicos para a sua criação e divulgação.

■ Com a eleição de Marcelo Crivella, a gestão municipal do turismo, para efeito de salvaguardar o VisitRio, permitiu que a Fundação Convention Bureau fosse a guardiã da marca, inclusive com registro no INPI - Instituto Nacional de Propriedade Industrial, com o compromisso de devolução. Foi tudo feito em um cenário amigável, até que houve uma mudança de gestão na Fundação, que resolveu assumir o papel de proprietária e não apenas de guardiã, iniciando uma série de embates com a prefeitura do Rio.

■ Neste cenário, foi criado um paradoxo, no INPI, a marca criada pela prefeitura passou a pertencer à Fundação Rio Convention Bureau, processo 910961999 e no registro de domínios, o www.visitrio continua da Prefeitura. Para lançar o seu portal, criou em 01 de fevereiro de 2022, o domínio www.visitrio.com.br, em uma afronta ao litígio que tentava abduzir a marca da prefeitura.

■ Este litígio, que começou na gestão de Sonia Chami, no Rio Convention, teve desdobramento já no comando de Carlos Werneck e Luiz

Strauss, com a assinatura de um plano de trabalho formado com a Riotur, no qual recebia por um ano o direito do uso do domínio www.visitrio.com com o compromisso de criar um portal para a cidade. Com vigência de um ano, com renovação até dezembro de 2024, o uso cancelado pela cidade dá uma outra dimensão ao portal, algo mais oficial. O plano de trabalho não prevê, porém, a comercialização. Na prática, o documento firmado na gestão de Werneck e Strauss transforma o portal na janela oficial da cidade.

■ Ao firmar o plano de trabalho, este convênio deixa o VisitRio submetido às regras de fiscalização, prestação de contas ao Tribunal de Contas e à Câmara Municipal. É neste cenário que começam a ocorrer os problemas na gestão comandada pelos dois, que demonstram não compreender que passam oficialmente a dever satisfação à prefeitura do Rio, aos auditores do TCM, à própria mídia e ao poder legislativo municipal.

■ A nova marca da cidade, como o novo logotipo é apresentado, foi lançada sem ser submetida a avaliação ou apresentação ao prefeito do Rio, Eduardo Paes. Surpreendente foi a resposta do presidente da Riotur, Ronnie Aguiar, quando questionado pela coluna, sobre a razão da nova marca não ter sido levada ao prefeito. Por Whatsapp ele respon-

deu: "Ele (Paes) não tinha que ser consultado para isso. E nem a Riotur e nem a Setur, eles (Convention) foram gentis e nos apresentaram antes de divulgar publicamente".

■ O prefeito Eduardo Paes afirmou à coluna que a primeira vez que viu a marca foi quando recebeu o questionamento do Correio da Manhã, que enviou uma cópia do logotipo.

■ Na apresentação da nova marca, registrada no INPI no processo número 931538300, em 15/08/2023, foi solicitado pela Secretaria de Turismo que houvesse uma apresentação formal ao Conselho Municipal de Turismo, a concordância inicial de Carlos Werneck foi abortada e o lançamento foi mantido na feira de turismo.

■ Assumidamente inábil na relação governamental e regimental, como já afirmou a coluna, Luiz Strauss tem colecionado problemas de relacionamento com o poder estadual de turismo, agravado por recentes atitudes do presidente executivo, Carlos Werneck, como já foi também relatado pela coluna. Agora, a Fundação se coloca como dona de uma marca criada com fundos do erário público e complementada com a cessão formal em convênio com a prefeitura.

■ A nova imagem tem sido constatada por profissionais de marketing, que não concordam com o visual

final, decidido sem concurso público ou envolvimento dos setores do turismo. "Parece uma rabisco de estagiário" afirmou um conceituado publicitário do Rio, ao avaliar a marca a pedido do Correio da Manhã.

■ A Prefeitura do Rio possui três grandes agências de publicidade licitadas que poderiam auxiliar na criação da nova marca para o turismo do Rio. Questionada sobre o processo de escolha dos criadores da agência, a Fundação informou que só poderá responder na segunda, porém, o seu presidente executivo, Carlos Werneck, teve tempo de enviar a seguinte resposta/ameaça aos questionamentos: "Lamentamos muito sua conduta em relação à Fundação. Enviar às 11h da manhã de um domingo uma mensagem solicitando diversas informações para resposta até 17:00 do mesmo dia não é minimamente razoável. E logo no domingo, quando todos estão em seu momento de descanso junto a seus familiares. Parece que é proposital para evitar qualquer resposta da Fundação e se valer desse expediente para atacar a entidade. Pior, uma mensagem repleta de premissas equivocadas e informações distorcidas. Só temos mesmo a lamentar a sua postura e forma de atuar. Por fim, em caso de qualquer notícia veiculada para atacar ou causar prejuízo à Fundação, as medidas cabíveis serão adotadas para defesa dos direitos da entidade e sua devida reparação."

■ Insistimos no pedido de questionamentos simples, que deveria ser do conhecimento de um gestor aparentemente dedicado e recebemos finalmente uma resposta objetiva e não passional: "As respostas e informações solicitadas somente poderão ser levantadas e respondidas em dia e horário comercial".

■ Por ironia, depois de tanto litígio e termo de concessão, quem digitar na internet o endereço www.visitrio.com.br será direcionado ao www.visitrio.com.br, que "pertence" à Fundação. Um caso que contém um erro histórico e que precisa ser colocado a lupa pelo Tribunal de Contas do Município, Ministério Público Estadual, Câmara Municipal e Curadoria de Fundações.

Sérgio Cabral

A paz é para todos

Curioso que toda vez que se discute a presença permanente da polícia em favelas e comunidades, o assunto é tratado como "ocupação".

Agora mesmo, em função da excelente reportagem do repórter Paulo Renato Soares, à partir de uma longa investigação da polícia civil do Rio de Janeiro no Complexo da Maré, as autoridades de segurança do governo federal e estadual refutaram qualquer "ocupação" nas comunidades da Maré.

Bem, o Complexo da Maré é formado por dezenas de comunidades. São mais de 100 mil moradores. Como assim "ocupação"? Que distorção é essa a que nós nos habituamos? Ocupação é a milícia e o tráfico ditarem o modus vivendi nessas comunidades, assim como em tantas outras do Grande Rio. Isso é ocupação.

Ou será que os moradores dos bairros têm direito à segurança ostensiva e os moradores das favelas não têm esse direito?

Segurança Pública é pressuposto civilizatório. Sem paz, as pessoas não

vivem com dignidade. Creches, escolas, postos de saúde, UPAs 24h, e todos os serviços públicos e privados ficam prejudicados. O direito de ir e vir, em paz, é condição preliminar para todas as atividades humanas.

No Rio, tivemos a maior e melhor experiência de policiamento nas comunidades: as UPPs, Unidades de Polícia Pacificadora. Os índices criminais nas favelas pacificadas foram ao chão. Reduzimos todos. Várias delas passaram anos sem homicídios. Negócios legais foram abertos, os furtos de energia caíram drasticamente, as escolas funcionaram sem problemas. A ex-secretária de educação da prefeitura do Rio, Claudia Costin, declarou que com o advento das UPPs, alunos das escolas instaladas nessas comunidades pacificadas tiveram um excelente rendimento escolar.

Investimos muito em infraestrutura e serviços nas favelas. A AgeRio, agência de desenvolvimento do governo de estado, financiou mais de 10 mil empreendedores nas comunidades. Muitos negócios novos abert-

tos. Complexo Esportivo, UPA24, metrô, biblioteca-parque são exemplos de investimentos na Rocinha, o maior complexo de favelas da zona sul. O povo trabalhador de lá teve paz e atenção do poder público.

Fizemos o mais extenso teleférico da América Latina dentro de comunidades, no Complexo do Alemão. Ligando diversas comunidades desde o ponto mais alto até a estação de trens em Bonsucesso. Com capacidade para 30 mil viagens/dia está desativado desde o fim de 2016...

Portanto, autoridades federais, estaduais e municipais desejosas de enfrentar o problema da crise de segurança no Rio: façam o óbvio! Fornecer segurança permanente nas comunidades.

Por que deve ter policiamento ostensivo na Vieira Souto e não pode ter no Parque União, na Maré? Cidadão favelado não tem direito ao policiamento que os bairros estruturados da cidade têm?

*Jornalista. Instagram: @sergiocabral_filho

Marcelo Alves*

Visual sem padrão

A cidade do Rio de Janeiro é a capital do entretenimento do Brasil. Nossa vocação, ou melhor, solução imediata para geração de renda e empregos vem desse segmento vital para a cidade mais encantadora do mundo. Já provamos ao planeta que entregamos brilhantemente e continuaremos a entregar mega eventos: Olimpíadas, Copa do

Mundo, Carnaval, Réveillon de Copacabana, Rock in Rio e tantos outros que merecem aplausos e investimentos.

O Rio de Janeiro sabe fazer — e muito bem — profissionais e empresas altamente qualificadas, que não devem nada ao mundo. E a cidade precisa, cada vez, mais respirar diariamente eventos. Temos toda a estrutura pronta para preencher o tão desejado calendário "Rio, de janeiro a janeiro", comprovadamente necessário, economicamente viável e de milionário retorno financeiro para a capital fluminense.

Os melhores hotéis, restaurantes, praias e sorrisos do mundo estão aqui, bem ao nosso lado. Um dólar investido em eventos no Rio, voltam

4 dólares para a cidade em impostos. Baita negócio! Mas sem investimento robusto, não teremos resultados parrudos.

O meu alerta nesse artigo é para um item importantíssimo, dentro de um plano de comunicação de um evento, muito estratégico e de enorme visibilidade para as marcas investidoras. Falo da comunicação visual de rua, galhardetes, banners, painéis e peças temporárias instaladas em vias de grande circulação na cidade.

Essas peças, além de comunicar, revelam que a cidade é um polo grandioso de realizações no entretenimento e eventos, seja na cultura, esporte, negócios e muito mais. Colorem e alegrem ainda mais essa capital pulsante. Mas, precisa de ordem.

Salta ao olhos de todos que circulam a falta de padrão, formato e critérios. Ao invés de alegrar e comunicar, criam uma desordem em poluição visual. Algumas peças muito bem feitas em arte conquistam seus objetivos. Outras, para quem passa, não entende e não se lê absolutamente nada. Dinheiro mal aplicado e jogado fora.

A exemplo das grandes cidades e polos de eventos do mundo, como Nova Iorque, Paris, Orlando, Las Vegas e outras, é nítido observar a padronização em formatos dessas peças, locais definidos em roteiro de visibilidade e grandes circulação, com prazos bem estipulados de exposição. Existem na maioria dessas cidades, em postes de iluminação, estruturas padrões, prontas e bem feitas, para o encaixe apenas das lonas publicitárias.

Quero e desejo, honestamente, que todos postes do dessem luz a grandes acontecimentos na Cidade Maravilhosa. Nos revela evolução do segmento, milhares de empregos, movimentação econômica e nosso grande negócio em cada ponto da cidade sendo aplaudido.

Vamos embelezar nosso Rio ainda mais com grandes e fantásticos eventos, com padrão visual, bom gosto e ordenamento. Mais eventos, mais Rio.

*Desenvolvedor de Marketing & Business. Instagram: @marceloalves.rio