

## **Além dos portões: impactos do Rock in Rio ultrapassam os limites da Cidade do Rock**

*Confira como um dos maiores festivais de música do mundo desenvolve a economia do Rio de Janeiro e promove a imagem da cidade no exterior*



*Rock in Rio - foto: Ariel Martini*

A 22ª edição do Rock in Rio será este ano, no Parque Olímpico, na Zona Oeste do Rio de Janeiro. Nos dois primeiros fins de semana de setembro, amantes de diferentes gêneros musicais vão à Cidade do Rock para acompanhar as atrações oferecidas. A expectativa não é exclusiva do público, mas de todos os moradores e trabalhadores do Rio, que são afetados direta ou indiretamente pelos shows.

Uma pesquisa realizada pela Revista Eletrônica de Administração e Turismo (ReAT) e publicada em 2021 fez um levantamento do impacto do Rock in Rio no turismo e na economia cariocas. Na edição de 2013, 275 mil das 595 mil pessoas que foram ao festival eram turistas. A taxa de ocupação dos hotéis do Rio de Janeiro foi de 90%, com uma diária média de R\$100. A edição de 2015 também impressionou. A Secretaria Municipal de Turismo declarou que 46% do público do Rock in Rio foi composto por pessoas de fora do Rio de Janeiro. Ao todo, foram vendidos 14 mil pacotes turísticos, o triplo da edição anterior. No segundo final de semana do megaevento, os hotéis da Barra da Tijuca tiveram 81% dos quartos ocupados.

O secretário municipal de turismo do Rio de Janeiro, Antônio Mariano, afirma que o Rock in Rio movimentou, em média, R\$1,7 bilhões para a cidade. O dinheiro gerado é referente aos empregos dentro e fora da Cidade do Rock e à chegada de turistas, que gastam com hotéis, transporte, lazer e alimentação. Para Mariano, apesar de São Paulo receber mais turistas que o Rio de Janeiro, a Cidade Maravilhosa ainda é a “porta de entrada imaginária” do Brasil.

“O Corcovado é uma das sete maravilhas do mundo moderno. Além de ser a única do Brasil, ela está no Rio. Além disso, temos o Carnaval, a festa mais popular do mundo; Copacabana, com a praia mais famosa do mundo; e o Réveillon, a festa de ano novo que reúne 2 milhões de pessoas na praia em uma única noite. Você pensa no Brasil e, obrigatoriamente, lembra da cidade do Rio de Janeiro”, observa.

Antônio Mariano acredita que o Rio ter quase 7 milhões de habitantes e estar inserido em uma região metropolitana extensa demonstra a capacidade da cidade de receber um grande contingente de pessoas. Para o secretário, o Rio de Janeiro não tem só o potencial, mas o planejamento necessário para ser o palco de grandes acontecimentos artísticos e culturais. Ao longo dos anos, a cidade não sediou só o festival de música, mas outros megaeventos, que interferiram positivamente na economia. Mariano assegura que, além de possibilitar melhores políticas públicas e meios de conservação com a renda gerada, o Rock in Rio é uma propaganda positiva do país.

“Eu acho que a importância deste evento pra cidade, em uma escala de zero a dez, é de vinte. No mundo, existem vários festivais de música e todos eles têm um nome próprio. O Rock in Rio leva a marca do Rio de Janeiro para onde for. Na edição de Lisboa, por exemplo, o nome foi Rock in Rio Lisboa. Independentemente de onde ele aconteça, vai continuar sendo o Rock *in Rio*”, exprime.

O secretário municipal de turismo esclarece que o Rock in Rio interfere ainda mais na vida do cidadão que mora perto de onde é o festival. A gerente de treinamento e coach de carreiras, Lorena Serra, atua na indústria hoteleira há oito anos. No período entre 2017 e 2019, ela trabalhou no Hilton Barra e morou no Rio 2. O hotel e o condomínio ficam a menos de dois quilômetros do Parque Olímpico e a gestora pôde acompanhar o impacto do Rock in Rio de perto. Segundo Lorena, o megaevento é muito positivo para os negócios. Durante as semanas do festival, a ocupação sobe, em média, de 30% para 100%. O hotel recebe todos os tipos de público: os artistas, que desejam ficar próximos

de onde vão fazer as apresentações; a equipe técnica dos cantores internacionais; e, também, as pessoas que vão aos shows. Para a gerente, só existem ganhos.

“É um excelente negócio, apesar de termos um aumento do custo fixo mensal. O Hilton Barra fazia o traslado do hotel para o Rock in Rio. Tínhamos que contratar mais vans, tanto para a Cidade do Rock quanto para a praia, porque os hóspedes não podem alugar carros, devido ao isolamento da rua. Mas, mesmo com a contratação de mais veículos e de seguranças, o retorno cobre os custos”, explica.



*Hilton Barra e Rio 2 – foto: divulgação*

Nas duas últimas edições do Rock in Rio, o trânsito foi alterado pelas interdições no entorno da Avenida Embaixador Abelardo Bueno, na Barra da Tijuca. Táxis, vans e veículos não credenciados não puderam passar pelos bloqueios. Lorena Serra diz que, na rede hoteleira, o fechamento não interferiu, já que os hóspedes e os funcionários foram cadastrados. No Rio 2, a percepção é outra. A coach de carreiras ressalta que o barulho, a multidão e o trânsito conturbado eram incômodos, mas o lucro da rede hoteleira compensava.

“O meu aniversário é perto das datas do Rock in Rio. Eu não podia comemorar, porque os convidados não conseguiam chegar na minha casa. Por outro lado, o hotel ia muito bem. As taxa de serviço de 10% a 15% eram divididas entre todos os funcionários, no final do mês. Então, não era só o hotel que ganhava dinheiro. Nós também tínhamos essa bonificação dobrada ou triplicada”, coloca.

A estudante de Direito, Giulia Lobo, tem 20 anos e mora no Rio 2 desde 2019. A jovem foi nas duas últimas edições do Rock in Rio e teve experiências diferentes. Em

2017, quando morava em outro condomínio, Giulia lembra que precisou sair de casa bem cedo para chegar ao festival. O tio, que tinha o carro com o adesivo de morador, foi buscá-la na escola. Em 2019, ela não teve pressa e a mãe pôde deixá-la na porta da Cidade do Rock. A estudante universitária defende que morar perto do megaevento pode ser inconveniente, em alguns momentos, mas é mais vantajoso.

“Quando as apresentações eram em uma sexta ou um sábado, foi ótimo! De casa, eu consegui ver na TV e ouvir todos os shows ao vivo. A energia da galera é muito legal, também. Mas, no domingo, quando eu precisava descansar para ir à escola no dia seguinte, foi um problema. Não era algo negativo pelo barulho em si, mas porque eu não queria dormir para acompanhar! O trânsito no trecho antes do bloqueio era bem tenso. Demorava porque eles precisam verificar os adesivos. Imagino que, para as pessoas que não vão pro Rock in Rio, seja ruim, mas, para um evento que acontece de dois em dois anos e que movimenta absurdos a economia da cidade... o negativo é sobreposto pelos elementos positivos”, opina.

Giulia Lobo pensa que, com a pandemia, o número de trabalhadores em home office aumentou, o que pode ser um problema. A jovem afirma que a organização do evento e o controle da entrada de veículos a deixam mais segura, já que a falta de reforço na segurança ao redor de shows já provocou tragédias. Giulia acha que o Rock in Rio desenvolve a cultura e a economia cariocas e lamenta não poder ir este ano. A estudante sente falta dos momentos que viveu na Cidade do Rock e tem certeza de que a 22ª edição do festival será marcante.

“Mesmo que o *line-up* não tenha sido o que as pessoas esperavam, há muita expectativa ao redor desta edição. Depois do Carnaval, que foi atípico, o Rock in Rio vai ser o primeiro grande evento dos cariocas. Os ingressos de quase todos os dias esgotaram em poucas horas. As pessoas estão animadas para poderem ter um contato mais próximo com a música e deixar de só ouvir no fone de ouvido, ver lives ou vídeos nas redes sociais. Pular, gritar, jogar as mãos pro alto... pode parecer bobo, mas faz falta sentir a música, além de escutar”, reforça.

Giulia Lobo espera que todos aqueles que vão ao Rock in Rio possam presenciar o que viveu em 2017 e 2019. Segundo a jovem, os momentos estão guardados nas memórias pessoais e do celular.

“Eu não acredito até hoje que vi o Adam Levine cantando Garota de Ipanema. Eu tenho o vídeo no meu celular e, mesmo assim, questiono se foi real. Este momento vai ficar guardado pra vida! Em 2019, ir com os meus amigos, no último ano do ensino médio, para ver uma banda que tivemos contato na escola e que nos uniu foi maravilhoso. Eu comecei a conversar com o meu melhor amigo por causa dos Imagine Dragons! Viver um momento com pessoas que compartilham da mesma sensação não tem preço!”, diz.