

**TURISMO DE LAZER EM PARQUES TEMÁTICOS: ASPECTOS  
HISTÓRICOS E CONCEITUAIS**

LEISURE TOURISM AT THEME PARKS: CONCEPTUAL AND HISTORICAL  
ASPECTS

TURISMO DE OCIO EM PARQUES TEMÁTICOS: ASPECTOS CONCEPTUALES  
Y HISTÓRICOS

**Fabiola Fernandes Silva<sup>1</sup>**  
**Sérgio Marques Júnior<sup>2</sup>**

**Resumo:** Diante a importância do turismo de lazer e das visitas a empreendimentos do ramo de entretenimento, entre eles os parques temáticos, o presente estudo tem o objetivo de descrever a evolução histórica e tecer algumas considerações sobre aspectos conceituais dos parques temáticos no campo do turismo de lazer. Para tanto, a metodologia utilizada foi a realização de um levantamento teórico através da revisão da literatura existente sobre os parques temáticos, como forma de compor um quadro histórico-conceitual no qual se baseou a análise. Os resultados apontam que este tipo de empreendimento teve como precursores os *Pleasures Gardens* e as feiras de mercadorias e atualmente possui como os cinco parques temáticos mais visitados do mundo empreendimentos pertencentes a *Walt Disney Company*. Conclui-se também que parques temáticos proporcionam divertimento e lazer e tendem a fomentar a economia local na qual estão instalados, por meio do surgimento de outras atividades comerciais complementares, tanto em seu entorno, como em seu interior. As constatações feitas por este estudo permitiram ampliar a compreensão sobre a área do turismo de lazer.

**Palavras-Chave:** Turismo de Lazer e Entretenimento; Empreendimentos Turísticos de Lazer; Parques Temáticos.

**Abstract:** Given the importance of leisure tourism and the entertainment enterprises visitation, including theme parks, this study aims to describe the historical evolution and some considerations about conceptual aspects of theme parks in the field of leisure tourism. Therefore, the methodology used was the realization of a theoretical survey by reviewing the existing

<sup>1</sup> Doutoranda em Turismo, Mestra em Turismo e Bacharela em Turismo pela Universidade Federal do Rio Grande do Norte – UFRN. E-mail: [fabiola\\_fsd@yahoo.com.br](mailto:fabiola_fsd@yahoo.com.br).

<sup>2</sup> Professor Associado do Programa de Pós-Graduação em Turismo da Universidade Federal do Rio Grande do Norte (PPGTUR-UFRN). E-mail: [sergio@ct.ufrn.br](mailto:sergio@ct.ufrn.br).

literature on the theme parks as a way to compose a historical and conceptual framework in which the analysis was based. The results show that this type of enterprises had as precursors Pleasures Gardens and merchandise fairs and currently has as the five theme parks most visited in the World belong to the Walt Disney Company. It also concludes that theme parks provide fun and pleasure and tend to stimulate the local economy in which they are installed, through the emergence of other complementary business activities, both in their surroundings, such as inside. The findings advance the understanding of the leisure tourism.

**Keywords:** Leisure and Entertainment Tourism; Leisure Tourism Enterprises; Theme Parks.

**Resumen:** Dada la importancia del turismo de ocio y las visitas a los proyectos empresariales de entretenimiento, incluyendo parques temáticos, el presente estudio tiene como objetivo describir la evolución histórica y algunas consideraciones sobre los aspectos conceptuales de parques temáticos en el ámbito del turismo ocio. Por lo tanto, la metodología utilizada fue la realización de un estudio teórico mediante la revisión de la literatura existente sobre los parques temáticos como una manera de componer un marco histórico y conceptual en el que se basa el análisis. Los resultados muestran que este tipo de proyecto tuvo como precursores Pleasures Jardines y ferias de mercancías y en la actualidad tiene como los cinco parques temáticos más visitados en las empresas mundiales pertenecientes la Walt Disney Company. También concluye que los parques temáticos ofrecen diversión y placer y tienden a estimular la economía local en el que están instalados, a través de la aparición de otras actividades comerciales complementarias, tanto en su entorno, como el interior. Los hallazgos avanzar en la comprensión del turismo de ocio.

**Palabras clave:** Turismo de Ocio y Entretenimiento; Empresas turísticas; Parques Temáticos.

## INTRODUÇÃO

De acordo com Silva (2006) a atividade turística, discutida por uma abordagem sociocultural, observa nos deslocamentos das pessoas o momento do encontro cultural e das relações sociais existentes desse contato. Ainda de acordo com o autor, o fato turístico provoca um impacto, uma transformação, um estranhamento, onde diferentes culturas se relacionam, turistas e residentes vivenciam a alteridade. O encontro poderá ser benéfico ou prejudicial para a população receptora, dependendo da diferença de culturas, da natureza do contato ou da percepção de cada indivíduo (SILVA, 2006).

Do ponto de vista econômico, o turismo representa uma das atividades econômicas de maior significância internacional e envolve uma imensa cadeia de negócios que reflete o efeito multiplicador gerado por este setor (GOHR; SANTOS, 2010). O efeito multiplicador do turismo trata-se, em síntese, da circulação que o dinheiro gasto com o turismo teria dentro do setor econômico de um determinado local (LOHMANN; PANOSSO NETTO, 2008).

O turismo propicia oportunidade de negócios concretos para todas as nações, independentemente de seu nível de desenvolvimento. O turismo se traduz como uma força motriz importante para o crescimento e o desenvolvimento econômico (BENI, 2014. Informação verbal)<sup>2</sup>.

Em 2013, viagens de férias e lazer representaram mais da metade de todas as chegadas de turistas internacionais (OMT, 2014) e geraram a maior parte do PIB direto de Viagens & Turismo (WTTC, 2014). Neste contexto, observa-se a importância do turismo de lazer e das visitas a empreendimentos do ramo de entretenimento, entre eles os parques temáticos, que são empreendimentos que utilizam temas diferenciados na ambientação física de suas atrações e têm como objetivo mercadológico o estímulo da atividade turística (ANSARAH, 1999).

Os parques temáticos proporcionam divertimento e lazer. Além disso, a tendência é a de que essas empresas venham a fomentar a economia local, através do surgimento de outras atividades comerciais complementares, tanto em seu entorno, como em seu interior.

Sob esta perspectiva, o objetivo deste estudo é descrever a evolução histórica e tecer algumas considerações sobre aspectos conceituais de parques temáticos no campo do turismo de lazer. Para alcançar o propósito desta pesquisa, a metodologia utilizada foi à realização de um levantamento teórico por meio da revisão da literatura existente sobre parques temáticos, a fim de compor um quadro histórico-conceitual no qual se baseou a análise. Portanto, o presente estudo trata-se de uma revisão bibliográfica, realizada em livros e periódicos, da área turística e correlata, nacionais e internacionais.

Para oferecer subsídios teóricos a essa discussão, inicialmente são discutidos aspectos do turismo de lazer, entretenimento e empreendimentos turísticos de lazer, seguidos da discussão sobre os parques temáticos. Na sequência, são apresentadas as considerações finais do estudo.

## **TURISMO DE LAZER, ENTRETENIMENTO E EMPREENDIMENTOS TURÍSTICOS DE LAZER**

---

<sup>2</sup> Palestra sobre "Política e Planejamento do Turismo no Brasil", proferida pelo Prof. Dr. Mário Carlos Beni, na X Semana do Turismo da UFRN, em 30 de setembro de 2014.

O setor do turismo tem mostrado uma notável capacidade de se adaptar às novas condições de mercado, alimentando o crescimento e a criação de emprego em todo o mundo, apesar dos persistentes desafios econômicos e geopolíticos (OMT, 2014).

Só em 2013, segundo informações do Barômetro Mundial de Turismo da Organização Mundial de Turismo (OMT), de janeiro a outubro de 2014, a chegada de turistas internacionais cresceu 5%, atingindo um recorde de 1.087 milhões de chegadas e o total de receitas de exportação geradas pelo turismo internacional chegou a US\$ 1,4 trilhões. Os ganhos recebidos pelas destinações dos visitantes internacionais cresceram 5% para US 1,159 trilhões de dólares, enquanto um adicional de US\$ 218 bilhões foi ganho por transporte internacional de passageiros e além disso o setor de Viagens & Turismo contribuiu com a geração de 265.855.000 empregos, o que representa 8,9% do emprego total (WTTC, 2014).

Esses resultados mostram que o turismo está consolidando o desempenho positivo dos últimos anos, proporcionando o desenvolvimento e as oportunidades econômicas em todo o mundo (OMT, 2014).

Diante as modalidades de turismo, encontra-se o turismo de lazer. O fenômeno do turismo está vinculado diretamente com o tempo livre e com a cultura do lazer (GUEDES, 2009). Turismo diz respeito às atividades que as pessoas realizam durante viagens e estadas em lugares diferentes do seu entorno habitual, por um período inferior a um ano, com finalidade de lazer, negócios ou outras (OMT, 2001).

Durante algum tempo, a definição de lazer elaborada por Dumazedier (1976) foi utilizada como referência no Brasil e em outros países e ainda é empregada em algumas áreas. Para o autor, o lazer:

“é um conjunto de ocupações às quais o indivíduo pode entregar-se de livre vontade, seja para repousar, seja para divertir-se, recrear-se e entreter-se ou, ainda, para desenvolver sua informação ou formação desinteressada, sua participação social voluntária ou sua livre capacidade criadora após livrar-se ou desembaraçar-se das obrigações profissionais, familiares sociais” (DUMAZEDIER, 1976, p.34).

Entretanto, alguns autores destacam fragilidades e incoerências desta definição. É importante salientar que o conceito elaborado pelo sociólogo francês se deu em um contexto, na década de 1950, diferente do atual. Também é importante destacar que a tese de que as atividades de lazer são preferíveis ao ócio, necessita ser repensada, uma vez que, o ócio, enquanto

manifestação cultural, em geral, é repudiado quando há intenção de conferir utilidade e funcionalidade ao lazer, equivocadamente tratado como um apêndice do trabalho produtivo (GOMES, 2008).

De acordo com Gomes (2008) não se deve acrescentar adjetivos para justificar a importância de nossas experiências de lazer como sugerem, por exemplo, as expressões “ócio criativo” (defendida por DE MASI, 2000) e “lazer ativo” (questionada e analisada por ISAYAMA, 2007), porque elas se mantêm subjugadas à lógica da produtividade.

Outro ponto que deve ser repensando no conceito de lazer dado por Dumazedier é a definição do lazer em oposição ao conjunto das necessidades e obrigações da vida cotidiana, especialmente do trabalho profissional. Trabalho e lazer, apesar de possuírem características distintas, integram a mesma dinâmica social e estabelecem relações dialéticas (GOMES, 2008).

A autora Gomes (2008) situa-se, entre os pesquisadores que compreendem o lazer como um fenômeno cultural e afirma que, mesmo com as diferenças conceituais verificadas entre os estudiosos brasileiros, verifica-se uma tendência na atualidade brasileira em compreender o lazer como uma dimensão da cultura. De acordo com esta linha de raciocínio, o lazer é concebido como:

“uma dimensão da cultura constituída pela vivência lúdica de manifestações culturais no tempo/espço conquistado pelo sujeito ou grupo social, estabelecendo relações dialéticas com as necessidades, os deveres e as obrigações – especialmente com o trabalho produtivo” (GOMES, 2004, p.125).

O crescimento do lazer e do turismo acontece mais intensamente após as décadas de 1970 e 1980, ou seja, em plena era “pós-industrial” (TRIGO, 1998). Em 2013, viagem de férias e lazer representou mais da metade de todas as chegadas de turistas internacionais, 52% ou 568 milhões (OMT, 2014). Gastos em viagens de lazer (receptivo e doméstico) gerou 75,6% do PIB direto de Viagens & Turismo em 2013, em comparação com 24,4% para gastos de viagens de negócios (WTTC, 2014).

No turismo de lazer é possível se identificar a existência de diversos empreendimentos específicos. Entende-se por empreendimentos turísticos, instalações e serviços indispensáveis ao desenvolvimento da atividade turística (LOHMANN; PANOSSO NETTO, 2008; BARRETO, 1991). Empreendimento turístico é todo aquele que tenha sua concepção voltada para o

atendimento ao viajante, independentemente da motivação de sua viagem: lazer, negócios, saúde, congressos, esporte, dentre outros (MONTEIRO; CARRERA, 2006).

Existem várias categorias de empreendimentos turísticos, entre elas, a de entretenimento. Entretenimento “é o conjunto das atividades relacionadas à qualidade de vida, e que se refere aos locais destinados a propiciar divertimento, dotados de equipamentos e serviços indispensáveis à atividade turística” (ANSARAH, 1999, p.94). No livro “Entretenimento - uma crítica aberta” (TRIGO, 2003), há uma discussão a respeito no capítulo “O que é entretenimento”. Trigo defende uma "crítica aberta", expondo as visões da esquerda, da direita e dos situacionistas sobre o tema para, no final, delegar ao leitor uma tomada de posição.

De acordo com o autor a análise do entretenimento, excluído da noção mais geral de cultura, deve suas origens ao conceito de “indústria cultural”. Esse termo foi introduzido pela Teoria Crítica, da Escola de Frankfurt, por Adorno e Horkheimer, na década de 1940 e referia-se primordialmente à indústria do entretenimento.

Para trigo (2004) o setor de entretenimento, fortemente transformado pela informática, cresce a taxas maiores do que o crescimento médio mundial, isso significa que esse setor torna-se mais estratégico na produção de capital e na influência sobre estilos de vida sociais e culturais. Nas sociedades atuais o prazer, o lazer, o turismo e o entretenimento exigem pessoas bem preparadas para atuar nesses campos (TRIGO, 2004).

Trata-se de um importante motivador de viagens de turismo e, muitas vezes, define o destino a ser visitado e seu conceito faz parte de um contexto maior, que está especialmente relacionado ao lazer e, tangencialmente ao turismo (LOHMANN; PANOSSO NETTO, 2008).

Os parques temáticos são empreendimentos do ramo do entretenimento que promovem divertimento e lazer e atraem uma rede de serviços de apoio e equipamentos de infraestrutura (ANSARAH, 1999). No próximo tópico é mostrado um levantamento teórico através da revisão da literatura existente sobre este tipo de empreendimentos turísticos, como forma de compor um quadro histórico-conceitual.

## **PARQUES TEMÁTICOS: CONCEITUAÇÃO E HISTÓRICO**

Dentro do conceito de divertimento e lazer em família, que surgiu com o mundo globalizado, se encaixam os parques temáticos. Os parques temáticos tem aumentado a popularidade nas últimas décadas (MILMAN, 2009) e essa popularidade tende a crescer

(BIGNÉ; ANDREU; GNOTH, 2005). O nome genérico para esses empreendimentos de lazer deve ser “Parque de Diversões”, uma vez que a palavra “diversões” é mais abrangente do que a palavra “temático” e identifica os seus principais propósitos (VALENTE, 2006).

O parque de diversões surge como um mundo alternativo em oposição à rotina diária, na qual as pessoas são libertadas, liberadas temporariamente de seus papéis sociais e familiares (RODRIGUES, 2004) e ao sair deles as pessoas levam consigo uma experiência (VALENTE, 2006). A visitação de parques temáticos é uma experiência onde as emoções desempenham um papel importante na qualidade da experiência dos turistas (MA et al., 2013).

O parque temático difere do parque de diversões por ter suas estruturas e decorações baseadas em um tema central (ALCOBIA, 2004). Portanto, um empreendimento para ser considerado temático precisa utilizar e incorporar esse tema em toda sua construção.

Tematizar um parque seria contar uma história de modo a conseguir resposta emocional, envolvendo o espectador ou convidado na fantasia que se quer criar (VALENTE, 2006). A estratégia em tematizar um parque de diversões é de agregar valor mercadológico, e com isto atrair mais visitantes (VALENTE, 2006).

A definição que a maioria dos analistas adotam é a de parques temáticos são de lazer onde estão distintas atrações criadas a partir de um tema concreto como inspiração ou pano de fundo, presente em todos os componentes do parque, sejam eles equipamentos, *design*, arquitetura ou gastronomia (GASTAL; CASTROGIOVANNI, 2003, p 124).

Os parques temáticos são empreendimentos que utilizam temas diferenciados na ambientação física de suas atrações e têm como objetivo mercadológico o estímulo da atividade turística (ANSARAH, 1999, p. 96). Parques temáticos são exemplos típicos de consumo hedônico, que é caracterizado pelo consumo de produtos e serviços que proporcionem prazer intrínseco (MA et al., 2013). Consumo hedônico é a relação feita com as facetas de consumo relacionadas com múltiplos sentidos, fantasias e aspectos emotivos da experiência com produtos (CABRAL JÚNIOR, 2011).

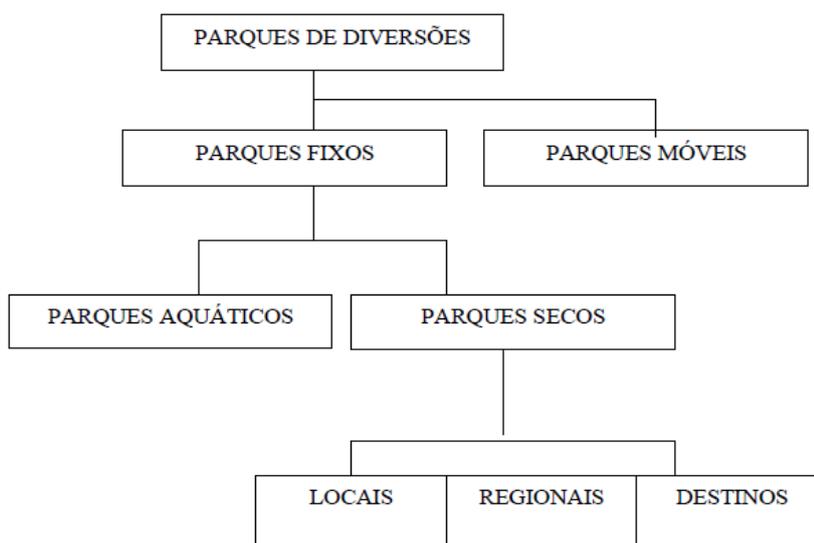
Parque temático é um parque que tem um tema personalidade e uma história para contar (ANSARAH, 1999). Representam um novo conceito na área de turismo, desenvolvidos com base em um tema específico (origem do nome) e proporcionam divertimento e lazer. Além disso, atraem uma rede de serviços de apoio e equipamentos de infraestrutura e tem como objetivo

cativar o visitante ao ponto dele passar mais de um dia em sua área. Por isso os serviços de apoio, como restaurantes, lojas e até mesmo os hotéis, são cada vez mais procurados.

Um parque temático é uma agregação de atrações, incluindo arquitetura, paisagem, passeios, *shows*, serviços de alimentação, pessoas fantasiadas e lojas (TSAI; CHUNG, 2012). Em geral, aplicam temas para proporcionar aos visitantes experiências interessantes diferentes da vida cotidiana (HEO; LEE, 2009).

Os parques de diversões podem ser subdivididos em: parques móveis e fixos, entre eles, secos e molhados; parques locais, regionais e de destino; além dos parques *indoor* e *outdoors* (SALOMÃO, 2000), como apresentado na figura 03:

**Figura 03- Classificação dos parques de diversões**



Fonte: Salomão (2000, p. 88).

Os parques fixos são aqueles construídos num local com endereço único e fixo, os parques móveis são montados em diferentes locais ao longo do ano. Dentro dos parques fixos existe a separação entre secos e molhados. Os parques molhados são os aquáticos, que têm a maioria das suas atrações montadas e funcionando movidas à água. Os termos *indoors* e *outdoors* referem-se ao fato de serem construídos em áreas fechadas ou abertas, respectivamente. Existem também os parques híbridos, uma combinação de vários tipos de parques dentro de um só (VALENTE, 2006).

A outra classificação possível está relacionada com a proveniência da demanda desses empreendimentos. São considerados parques locais aqueles que a maioria de seus visitantes forem provenientes de uma área próxima a eles; regionais os que atraem pessoas de uma região mais abrangente e os de destinos turísticos os que atraem visitantes do mundo inteiro e tem como objetivo que seus visitantes fiquem alguns dias nessa localidade. Tal classificação serve apenas como parâmetro para os parques poderem focar suas estratégias, não significa, portanto, que um não possa atrair a demanda do outro.

Em algumas economias, parques temáticos fazem uma importante contribuição (DONG; SIU, 2013), pois estes empreendimentos, apesar de demandarem altos investimentos, propiciam desenvolvimento socioeconômico das regiões nas quais estão instalados (VALENTE, 2006).

A tendência é que esses empreendimentos venham a fomentar a economia local, através do surgimento de outras atividades comerciais complementares, tanto em seu entorno, como em seu interior. Supõe-se com isso que haja também um aumento da qualidade de vida da população, pela geração de empregos e aumento do nível de renda (SANTIL, 2001, p.91).

Além disso, podem aumentar a renda deste núcleo através do aumento do tempo de permanência dos visitantes, bem como, aumentar o gasto médio do turista. Esta estratégia é adotada, por exemplo, pelos Estados Unidos (VALENTE, 2006).

Os parques de diversões tanto podem atuar como atração principal quanto como incremento da oferta de entretenimento. Quando atuam como atração principal também podem se transformar em chamariz para o desenvolvimento da economia local, como aconteceu em Orlando, na Flórida, que passou de entreposto em meio a um gigantesco pântano ao maior centro de diversões do planeta, e atrativo principal de um estado por onde passam mais de 40 milhões de turistas por ano. O comércio local foi estimulado e possui hoje uma das maiores redes de hotéis do mundo e uma cadeia de lojas que vai de *shopping* de descontos a grifes mais sofisticadas. (RODRIGUES, 2004, p. 2-3)

Dois gêneros de entretenimento são considerados os precursores dos parques de diversões: os *Pleasures Gardens* e as feiras de mercadorias, incluindo-se as exposições ou feiras universais, que são descendentes das feiras de mercadorias (RODRIGUES, 2004). “Elementos utilizados nesses dois tipos de entretenimento, acrescidos de outros conceitos advindos com a

evolução das sociedades, foram sendo incorporados durante os séculos até chegar, às fórmulas utilizadas nos parques de diversões atuais” (RODRIGUES, 2004, p.6).

Os *Pleasure Gardens* eram “jardins com equipamentos de recreação e entretenimento instalados em determinadas áreas, onde aconteciam apresentações teatrais e de música, e durante a noite, *shows* de fogos de artifício” (ALCOBIA, 2004, p.15). Os parques mais conhecidos eram o *Vauxhall Gardens* e o *Ranelagh Gardens* em Londres e o *Prater* em Viena.

Com o aumento da criminalidade nos grandes aglomerados urbanos europeus, o formato dos *Pleasure Gardens* foi se deteriorando e testemunhando uma queda frequente de visitação (VALENTE, 2006), mas apesar de toda a influência europeia, o berço da indústria moderna de parques foi mesmo os Estados Unidos (SALOMÃO, 2000) e o grande marco foi a *World’s Columbian Exposition*, realizada em 1893 em Chicago, em uma homenagem aos 400 anos da descoberta da América, exposição que mostrou pela primeira vez a roda gigante.

A *World’s Columbian Exposition* seguia as ideias de planejamento, arquitetura e urbanismo dos *Pleasures Gardens*. “Era composta da *White City*, um pavilhão com representação de vários países e também de uma área exclusiva para o divertimento e entretenimento de seus frequentadores, chamada de *Midway Pleasance*.” (ALCOBIA, 2004, p.17). Com a *Columbia World Fair* o parque de diversões entrou na sua era dourada (RODRIGUES, 2004).

Em 1895, em Nova York, foi aberto o primeiro parque de diversões que utilizava os conceitos aplicados na *Midway Pleasure*, o *Coney Island*. Ele foi considerado o mais significativo dos primeiros parques americanos (RODRIGUES, 2004). Em 1896, foi inaugurado o parque de diversões *Blackpool Pleasure Beach*, um dos mais antigos parques em funcionamento.

Na mesma época para diminuir os custos fixos das tarifas de energia elétrica, as empresas de bondes precisavam aumentar o fluxo de passageiros. Para isso, construíram áreas de lazer próximas ao ponto final das linhas dos bondes. Tais áreas apresentavam espaços inicialmente para *picnics*, e depois aumentaram seus espaços em áreas com salões de dança, para práticas de esportes e, por fim, com atrações como montanha-russa, carrossel e rodas-gigantes e ficaram conhecidos como *trolley parks*. Em 1903, em *Coney Island*, foi aberto o *Luna Park*, o primeiro parque que utilizava o modelo centrado em uma atração e impunha um tema para o parque, a Lua.

No ano de 1919 podiam ser encontrados nos Estados unidos mais de 1.500 parques de diversões, mas este número foi reduzido a menos de um terço, devido principalmente à quebra da Bolsa de Valores, fato ocorrido no ano de 1929, e ao subsequente período da grande depressão (RODRIGUES, 2004).

Embora tenham experimentado anos de prosperidade após a segunda guerra mundial, o surgimento da tv, a desagregação urbana e o crescimento dos subúrbios acabaram por afetar a indústria de parques que terminou mostrando sinais de cansaço. Essa situação só se modificou quando *Walt Disney* revolucionou o setor de diversões e entretenimento, criando o conceito de parques temáticos (RODRIGUES, 2004, p. 9).

*Walt Disney*, não satisfeito com os parques existentes, surgiu com um novo conceito de parques de diversões, inaugurando em 1955, na Califórnia, a Disneylândia. “Após a Disneylândia, o modelo até então seguido por parques de diversões sofreu uma sensível modificação, sendo estabelecida a diferenciação entre parques tradicionais e parques temáticos” (BERTASO, 2001, p. 74).

Com o sucesso da Disneylândia, na Califórnia, *Walt Disney* ambicionou um projeto ainda maior, a construção do *Walt Disney World*. *Walt Disney* não pretendia criar apenas outro parque temático como a Disneylândia, mas sim construir algo grandioso onde pudesse concretizar todos os projetos que tinha em mente e que dependiam de muito espaço para poder tornar-se realidade (BARATA, 2010).

Em 15 de Novembro de 1965 *Walt Disney* anunciou o projeto da construção do *Walt Disney World*, orçado em US\$400 milhões (BARATA, 2010). Este ajudaria ao desenvolvimento econômico da região, uma vez que contribuiria para a criação de emprego e aperfeiçoaria as infraestruturas locais.

A existência do *Walt Disney World* e de outros parques como o *Seaworld* transformaram a cidade de Orlando num dos principais destinos turísticos mundiais (BRAUN; SOSKIN, 2008). Ele foi construído nos mesmo moldes da Disneylândia, na Califórnia, mas em uma área bem maior.

Trata-se de uma cidade de porte razoável localizada em uma área com aproximadamente o dobro do tamanho de Manhattan. O *Walt Disney World* o maior empregador em um único local dos EUA e funciona todos os dias da

semana, o ano inteiro. É operado por uma força de trabalho de mais de 55 mil membros do elenco (CONNELLAN, 2010, p. 17).

O *Walt Disney World* desenvolveu em seu público uma imagem de encantamento que é reconhecida e respeitada mundialmente (TARANTO, 2010). Com uma superfície de 11.106 hectares é composto por quatro parques temáticos: *Magic Kingdom Park*, *Epcot*, *Disney's Hollywood Studios* e *Disney's Animal Kingdom Park* e dois aquáticos: *Disney's Blizzard Beach* e *Disney's Typhoon Lagoon*. Além disso possui diversas atrações e opções de entretenimento.

Este complexo temático localizado na Flórida é famoso pela fidelidade de seus clientes (PELLE, 2010), possuindo uma taxa de retorno dos seus visitantes de cerca de 70% (PELLE, 2010), e foi concretizado com a inauguração do parque temático *Magic Kingdom*, em 1 de outubro de 1971 (CARNEIRO, 2011).

Atualmente os parques temáticos da *Disney* estão espalhados em *Walt Disney World Resort* (Lake Buena Vista, Flórida), *Disneyland Resort* (Anaheim, Califórnia), *Tokyo Disney Resort* (Chiba Prefecture, Tóquio, Japão), *Disneyland Paris* (Marne-la-Vallée, França), *Hong Kong Disneyland* (Lantau Island, Hong Kong) e futuramente na *Shanghai Disney Resort* (Pudong New District, Xangai), que está com inauguração prevista para 2016.

Segundo a TEA/AECOM (2014) o ranking dos 25 parques de diversão/temáticos mais visitados, apresentado na tabela 01, são:

**Tabela 01 - Os 25 parques de diversão/temáticos mais visitados do mundo**

No.	Parque Temático	Visitantes em 2013
1	MAGIC KINGDOM, Walt Disney World, Lake Buena Vista, Flórida.	18.588,000
2	TOKYO DISNEYLAND, Tóquio, Japão.	17.214,000
3	DISNEYLAND, Anaheim, Califórnia.	16.202,000
4	TOKYO DISNEY SEA, Tóquio, Japão.	14.084,000
5	EPCOT, Walt Disney World, Lake Buena Vista, Flórida.	11.229,000
6	DISNEYLAND PARK AT DISNEYLAND PARIS, Mame-La- Vallée, França.	10.430,000
7	DISNEY'S ANIMAL KINGDOM, Walt Disney World, Lake Buena Vista, Flórida.	10.198,000
8	DISNEY'S HOLLYWOOD STUDIOS, Walt Disney World, Lake Buena Vista, Flórida.	10.110,000
9	UNIVERSAL STUDIOS JAPAN, Osaka, Japão.	10.100,000
10	DISNEY'S CALIFÓRNIA ADVENTURE, Anaheim, Califórnia.	8.514,000
11	ISLAND OF ADVENTURE, Universal Orlando, Flórida	8.141,000
12	OCEAN PARK, Hong Kong SAR	7.475,000
13	HONG KONG DISNEYLAND, Hong Kong SAR.	7.400,000
14	LOTTLE WORLD, Seoul, Coreia do Sul.	7.400,000

15	EVERLAND, Cyeonggi- Do, Coreia do Sul.	7.303,000
16	UNIVERSAL STUDIOS, Universal Orlando, Flórida.	7.062,000
17	UNIVERSAL STUDIOS HOLLYWOOD, Universal City, Califórnia.	6.148,000
18	NAGASHIMA SPA LAND, Kuwana, Japão.	5.840,000
19	SEA WORLD, Orlando, Flórida.	5.090,000
20	EUROPA PARK, Rusrt, Alemanha.	4.900,000
21	WALT DISNEY STUDIOS PARK, Mame- La-Valleé, França.	4.470,000
22	SEA WORLD, San Diego, Califórnia.	4.311,000
23	TIVOLI GARDENS, Conpenhagen, Dinamarca.	4.200,000
24	DE EFTELING, Kaatsheuvel, Holanda.	4.150,000
25	YOKOHAMA HAKKEIJIMA SEA PARADISE, Yokohama, Japão.	4.149,000

Fonte:TEA/AECOM (2014).

Os cinco parques temáticos mais visitados do mundo são todos pertencentes a *Walt Disney Company*: *Magic Kingdom*, com 18.588,000 de visitantes por ano, *Tokyo Disneyland* com 17.214,000; *Disneyland*, com 16.202,000 visitantes por ano, *Tokyo Disney Sea* com 14.084,000 visitantes por ano e o *Epcot* com 11.229,000 visitantes por ano (TEA/AECOM, 2014).

O *Magic Kingdom* está em primeiro lugar no *ranking* dos 25 parques de diversão/temáticos mais visitados do mundo (TEA/AECOM, 2014). Com 433 000 m<sup>2</sup> (43,3 ha) trata-se de um dos quatro parques temáticos do *Walt Disney World Resort* e reúne todo o encantamento dos contos de fada, entretenimento incrível, atrações clássicas, *tours* aos bastidores, além dos mais consagrados personagens da *Disney* (WALT DISNEY WORLD, 2014) e tem como símbolo o Castelo da Cinderela (BARATA, 2010), *Cinderella Castle*.

Segundo Barata (2010) locais onde o sonho se mistura com a realidade, como o *Magic Kingdom*, contribuem para que Orlando seja considerado como um dos principais destinos turísticos do mundo. Parques temáticos são empreendimentos do setor do entretenimento e trazem contribuição para o desenvolvimento turístico da localidade em que estão inseridos, assim como o econômico e o social, por isso a importância de seu estudo na literatura do turismo.

## CONSIDERAÇÕES FINAIS

O presente estudo teve como objetivo descrever a evolução histórica e tecer algumas considerações sobre aspectos conceituais de parques temáticos no campo do turismo de lazer.

Observou-se que diante a visível ascensão do turismo de lazer é importante voltar uma atenção a empreendimentos do ramo do entretenimento, como, por exemplo, os parques

temáticos. Este tipo de empreendimento, que teve como precursores os *Pleasures Gardens* e as feiras de mercadorias, atualmente possui como os cinco parques temáticos mais visitados do mundo empreendimentos pertencentes a *Walt Disney Company*, sendo o ranking liderado pelo parque *Magic Kingdom*, com mais de 18 milhões de visitantes por ano.

De uma forma geral, parques temáticos são parques de diversões que utilizam a estratégia em tematizar para agregar valor mercadológico, e com isto atrair mais visitantes; sua popularidade tem aumentado nas últimas décadas e demonstram tendência a crescer ainda mais. Estes empreendimentos proporcionam divertimento e lazer e tendem a fomentar a economia local na qual estão instalados, por meio do surgimento de outras atividades comerciais complementares, tanto em seu entorno, como em seu interior.

Pela possibilidade de trazerem contribuição para o desenvolvimento turístico da localidade, assim como o econômico e o social, torna-se importante o estudo dos parques temáticos na literatura do turismo, tendo este estudo contribuído para o para o corpo da literatura do Turismo de Lazer.

## REFERÊNCIAS

- ALCOBIA, R. A. **Dimensões da hospitalidade nos parques temáticos**. 2004. 128 f. Dissertação (Mestrado em Hospitalidade) - Universidade Anhembi Morumbi, São Paulo, 2004.
- ANSARAH, M. G. R. **Turismo, segmentação de mercado**. São Paulo: Futura, 1999.
- BARATA, J.P.M.G. **Motivações infantis em parques temáticos: o caso do Magic Kingdom**. 2010. 130 f. Dissertação (Mestrado em Gestão de Organizações Turísticas) - Faculdade de Economia, Universidade do Algarve, Algarve, 2010.
- BARRETTO, M. **Planejamento e organização em turismo**. 9. ed. Campinas: Papyrus, 1991.
- BENI, M. C. **Política e planejamento do turismo no Brasil**. In: Semana do Turismo da UFRN, 10, 2014. Palestra. Natal, 2014.
- BERTASO, M.S.T. **Parques temáticos: arquitetura embalada para consumo**. São Paulo, 2001. 232f. (Dissertação) - Faculdade de Arquitetura e Urbanismo, Universidade de São Paulo, São Paulo, 2001.
- BIGNÉ, J. E., ANDREU, L., GNOTH, J. The theme park experience: An analysis of pleasure, arousal and satisfaction. **Tourism Management**, p.833-844, 2005.
- BRAUN, B. M. e SOSKIN, M. **Theme park pricing in a new century: the central Florida market revisited**. 2 ed. Oxford: Butterworth-Heinemann, 2008.
- CABRAL JÚNIOR, H. **Parques da Disney - experiências, valores e entretenimento: uma análise à luz do modelo de valorização de consumo Holbrook**. 2011. 61 f. Dissertação (Mestrado

Executivo em Gestão Empresarial) - Escola Brasileira de Administração Pública e de Empresas, Fundação Getúlio Vargas, Rio de Janeiro, 2011.

CARNEIRO, J. dos S. **Estratégias de comunicação interna:** um estudo de caso de gestão de pessoas na Walt Disney. 2011. 52 f. Monografia (Curso de Comunicação Social com habilitação em Jornalismo) – Faculdade de Ciências Sociais Aplicadas, Centro Universitário de Brasília, Brasília, 2011.

CONNELLAN, T. **Nos bastidores da Disney:** os segredos do sucesso da mais poderosa empresa de diversões do mundo. São Paulo: Saraiva, 2010.

DE MASI, D. **O ócio criativo.** Rio de Janeiro: Sextante, 2000.

DONG, P.; SIU, N.Y. Servicescape elements, customer predispositions and service experience: The case of theme park visitors. **Tourism Management**, p. 541- 551, 2013.

DUMAZEDIER, J. **Lazer e cultura popular.** São Paulo: Perspectiva, 1973.

GASTAL, S.; CASTROGIOVANNI, C. **Turismo na pós-modernidade (des) inquietações.** Porto Alegre: EDIPUCRS, 2003.

GOHR, C. F.; SANTOS, L. C. Estratégias competitivas para empresas turísticas: um estudo no setor hoteleiro de um município do litoral catarinense. **Turismo em análise**, v. 21, n. 2, p.297-319, ago. 2010.

GOMES, C. L.(Org.). **Dicionário crítico do lazer.** Belo Horizonte: Autêntica Editora, 2004.

\_\_\_\_\_. **Lazer urbano, contemporaneidade e educação das sensibilidades.** Revista Itinerarium v.1 2008, Departamento de Turismo e Patrimônio – Escola de Museologia – Centro de Ciências Humanas e Sociais Universidade Federal do Estado do Rio de Janeiro (UNIRIO) <http://www.seer.unirio.br/index.php/itinerarium>

GUEDES, B.R.M. **Turismo de lazer na terceira idade:** uma interface possível. 2009. 103 f. Trabalho de Conclusão de Curso (Graduação em Turismo) – Faculdade de Administração, Ciências Contábeis e Turismo, Universidade Federal Fluminense, Niterói, 2009.

HEO, C.Y.; LEE,S. Application of revenue management practices to the theme park industry. **International Journal of Hospitality Management**, p. 446–453, 2009.

ISAYAMA, Hélder F. Reflexões sobre os conteúdos físico-esportivos e as vivências de Lazer. In: Nelson Carvalho Marcellino. (Org.). *Lazer e Cultura*. Campinas: Alínea, 2007. p. 31-46.

LOHMANN, G.; PANOSSO NETTO, A. **Teoria do turismo:** conceitos, modelos e sistemas. São Paulo: Aleph, 2008.

MA, J. **Emotions derived from theme park experiences:** the antecedents and consequences of customer delight. 2013. 200 f. Thesis (Doctor of Philosophy) - The School of Tourism, University of Queensland, Austrália, 2013.

MILMAN A. Evaluating the guest experience at theme parks: an empirical investigation of key attributes. **International Journal of Tourism Research**, p.373-387, 2009.

MOCELLIM, A. Lugares, não-lugares, lugares virtuais. **Revista Eletrônica dos Pós-Graduandos em Sociologia Política da UFSC**, vol. 6, n. 3, p. 77-10, janeiro/julho 2009.

MONTEIRO, A.O; CARRERA, L.C.S. A gestão estratégica de organizações hoteleiras em Salvador. **Revista Gestão e Planejamento**. Ano 7, n.13, p. 60-69, jan./jun. 2006.

ORGANIZAÇÃO MUNDIAL DO TURISMO - OMT. **Committed to tourism, travel and the millennium development goals**. Disponível em:< <http://www2.unwto.org/> >. Acesso em: 13 dez. 2014.

PELLE, A. **Marketing de serviços: análise exploratória dos castmembers e dos college programs do Walt Disney World**. 2010. 66 f. Trabalho de Conclusão de Curso (graduação em Turismo) - Departamento de Administração, Ciências Contábeis e Turismo, Universidade Federal Fluminense, Niterói, 2010.

RODRIGUES, A. M. de A. **Estudo de metodologia para formatação de empreendimentos voltados para o segmento de parques de diversões**. 2004. 131 f. Dissertação (Mestrado em Engenharia) - Escola Politécnica, Universidade de São Paulo. São Paulo, 2004.

SALOMÃO, M. **Parques de diversões no Brasil: entretenimento, consumo e negócios**. Rio de Janeiro: Mauad, 2000.

SANTIL, J. A. S. Os parques temáticos no contexto da atividade turística. **Turismo: Visão e Ação**, n.7, p.83-93, 2001.

TARANTO, A. S. D. **O modelo de excelência Disney**. 2010. 66f. Monografia (Especialização em Gestão Empresarial) - Universidade Candido Mendes, Rio de Janeiro, 2010.

TEA/AECOM. **Global attractions attendance report**. Disponível em:<[http://www.aecom.com/deployedfiles/Internet/Capabilities/Economics/\\_documents/ThemeMuseumIndex\\_2013.pdf](http://www.aecom.com/deployedfiles/Internet/Capabilities/Economics/_documents/ThemeMuseumIndex_2013.pdf)>. Acesso em: 15 out. 2014.

TRIGO, L. G. G. **A sociedade pós-industrial e o profissional em turismo**. Campinas: Papirus, 1998. (Coleção Turismo).

TSAI, C.; CHUNG, S .A personalized route recommendation service for theme parks using RFID information and tourist behavior. **Decision Support Systems**, p. 514–527, 2012.

VALENTE, S. B. **Análise de visitação dos parques de diversões brasileiros como opção de lazer**. 2006. 173 f. Dissertação (Mestrado em Ciência da Comunicação) - Escola de comunicações e artes, Universidade de São Paulo, São Paulo, 2006.

WALT DISNEY WORLD. **Magic Kingdom park| Walt Disney World Resort**. Disponível em:< <https://disneyworld.disney.go.com/destinations/magic-kingdom/>>. Acesso em: 23 mar. 2014.

WORLD TRAVEL & TOURISM COUNCIL. **World travel & tourism world economic impact 2014**. Disponível em:< <http://www.wttc.org/> >. Acesso em: 13 dez 2014.

**Recebido em: 06/10/2015**

**Reavaliado em: 18/08/2016**

**Aprovado em: 09/10/2016**