

OS PARQUES TEMÁTICOS NO CONTEXTO DA ATIVIDADE TURÍSTICA

THEME PARKS IN THE CONTEXT OF TOURISM

José Afonso dos Santos SANTIL^{*}

RESUMO

O presente artigo visa situar os parques temáticos no contexto do turismo, analisando sua importância como espaço destinado a atividades turísticas e de lazer e os impactos que os mesmos podem causar nas localidades onde estão inseridos, sejam eles de ordem física e ambiental, cultural, social ou econômica. Faz uma breve análise histórica da questão do lazer, associando o termo aos conceitos de tempo livre e turismo. Procura inserir os parques temáticos no contexto da animação turística, através da análise dos conceitos dados por diversos autores que se posicionam a respeito do tema, como espaços físicos capazes de oferecer ao visitante/turista uma série de atividades que o levem ao divertimento físico e mental e ao desenvolvimento de suas capacidades, alcançando, assim, a satisfação plena de sua necessidade de lazer ativo e de humanização de sua viagem/visita.

Palavras-chave: Animação Turística; Animação Cultural; Lazer; Parques Temáticos; Tempo Livre; Turismo.

ABSTRACT

The aim of this article is to place theme parks within the context of tourism, analysing their importance as spaces destined for tourist and leisure activities and the impacts they can cause on the localities where they are located, be they physical, environmental, cultural, social or economic impacts. It makes a brief historical analysis of the issue of leisure, associating the term with the concepts of free time and tourism. It seeks to place theme parks within the context of tourist animation, by analysing the concepts given by various authors who view them as physical spaces capable of offering the tourist or visitor a series of activities that lead to physical and mental amusement and the development of their capabilities, thereby fully satisfying their need for active leisure and humanization of their journey or visit.

Key words: Animation; Tourist Animation; Cultural Animation; Leisure; Theme Parks; Free Time; Tourism.

INTRODUÇÃO

O lazer é hoje um dos temas mais discutidos, no âmbito da atividade turística, uma vez que se torna uma necessidade básica das sociedades urbanas, pós-industriais, assoladas pela aglomeração desordenada de grandes contingentes humanos e atingidas por problemas sociais inerentes ao nosso tempo.

Tais problemas levam as pessoas a buscarem no lazer modos de relaxamento, que lhes permitam seja a fuga dessas realidades, seja melhores condições para seu enfrentamento.

O lazer é encarado como uma necessidade básica do ser humano e é difundido em suas mais variadas formas. É o turismo entra como importante fator na busca dessas formas de lazer, quando se alia o conceito de turismo à prática de atividades que levem o indivíduo a um reencontro consigo mesmo, ao

INTRODUCTION

Leisure is today one of the most discussed themes in tourism, since it is a basic need of the urban, post-industrial societies, which are being devastated by the disordered gathering of great human masses and, consequently, afflicted by all the inherent social problems of our time.

These problems are factors that lead individuals to look for forms of relaxation which will help them to escape from the reality and enable them to confront their problems.

Leisure is a basic human need and is diffused in various forms. Tourism is an important factor in the search for those forms of leisure, when the concept of tourism is linked with the practice of activities that lead the individual to a rediscover

^{*} Mestrando do Programa de Pós-Graduação em Turismo e Hotelaria na Univali.

^{**} *Masters Degree Student of Tourism and Hotel Management Post-Graduate Program of Univali*

resgate de suas potencialidades, através do desenvolvimento educativo de sua personalidade, além do simples e puro divertimento.

Segundo previsões para o Turismo no ano 2000, feitas por **João Dória Júnior**, então Presidente da **EMBRATUR – Instituto Brasileiro de Turismo**, no Congresso da **ABDETH – Associação Brasileira de Dirigentes de Escolas de Turismo e Hotelaria**, em 1989,

“o ritmo acelerado dos progressos científicos e tecnológicos, a evolução do comportamento e dos costumes, as transformações políticas e sociais vão influir diretamente no futuro do turismo como atividade econômica. Na virada do século, turismo será o principal produto exportado em todo o mundo. [...] Em síntese, fatores previstos para as próximas décadas fazem do turismo uma ‘indústria’ com um potencial de crescimento tão bem dimensionado, quanto o esforço que nações deverão desenvolver, para não ficarem de fora daquela que será a maior ‘indústria’ do início do século”.

Uma das reflexões sobre as perspectivas do setor turístico para o ano 2000, levantada por João Dória Júnior, diz respeito ao aumento do tempo livre, quando *“populações dos países industrializados terão, pela sua alta produtividade e automação de processos de trabalho, maior tempo disponível para férias e lazer”*, embora saibamos que isso, na realidade, não está acontecendo de fato.

Esse suposto aumento do tempo livre e as conseqüentes tensões geradas pela super-aglomeração urbana serão a mola propulsora do desenvolvimento da atividade turística: mais viajantes, maior busca pelo entretenimento, maiores investimentos em infra-estrutura de turismo e lazer.

Na virada do século, vemos que essas previsões já se tornaram realidade. Basta analisarmos os números do turismo em nível mundial, para constatar que o lazer, e mais especificamente, o turismo, têm sido uma válvula de escape para aqueles que querem fugir do processo de neurotização coletiva que vem assolando os grandes centros urbanos, tomados pela violência, a poluição e outros fenômenos sociais e ambientais.

Além de ser uma forma de buscar o relaxamento e o alívio de tensões nervosas, o turismo é também uma forma de favorecer a auto-expressão, de alcançar um lazer criativo.

Assim sendo, os parques temáticos surgem como elementos fundamentais na busca do entretenimento e na prática do lazer ativo.

himself and to revive his potential through the educational development of his personality, besides just amusement per se.

According to Tourism forecasts for the year 2000 made by **João Dória Júnior**, then President of **EMBRATUR – (The Brazilian Tourism Institute)** at **ABDETH (Brazilian Association of Directors of Schools of Tourism and Hotel Management)** in 1989,

“the accelerated pace of scientific and technological progress, the evolution of behaviour and customs, and the political and social transformations will directly influence the future of tourism as an economic activity. At the turn of the century, tourism will be the main product exported worldwide. [...] In synthesis, factors predicted for the next few decades will give the tourism ‘industry’ such a high growth potential that the nations should make efforts to develop it, in order not miss out on what will be the largest ‘industry’ of the beginning of the century”.

One of the reflections on the tourism sector for the year 2000 with respect to the increase of the free time, put forward by João Dória Júnior, is that *“Due to their high productivity and automated work processes, the populations of industrialized countries will have more available time for vacations and leisure”*, although we know that that in reality, this is not the case.

This supposed increase in free time and the consequent tensions generated by the urban super-gathering will be the springboard for the development of tourism; more travellers, a greater search for entertainment and bigger investments in tourism and leisure infrastructure.

At the turn of the century, we see that those forecasts have already become reality. We only need to analyse the numbers of tourists worldwide to see that leisure, and more specifically, tourism, have provided an escape valve for those wanting to flee the process of collective neurosis that it part of life in the great urban centers, which are being destroyed by violence, pollution and other factors.

Besides being a form of relaxation and the relief from nervous tensions, tourism it is also a form of self-expression and a way of achieving a creative leisure.

In view of the above, theme parks are fundamental elements in the search for entertainment and the practice of active leisure.

Para se compreender melhor a importância dos parques temáticos para a atividade turística, deveremos analisar o conceito de "parque temático". De acordo com o site do Parque Terra Encantada, parque temático

"é um conceito que se baseia num tema específico, ilustrado por personagens – no caso da Terra Encantada o tema é cultura brasileira. Parques temáticos geralmente se localizam em áreas extensas que permitem uma ampla abordagem do tema escolhido, a instalação de brinquedos de alta tecnologia e uma boa infraestrutura para atividades complementares. No parque são oferecidas diversas opções para alimentação, comodidade e facilidade de transporte, segurança, venda de souvenirs, aluguel de equipamentos fotográficos, etc. Deste modo, é comum que o público permaneça por um longo período no parque e, com certeza, ainda tenha o desejo de repetir a visita".

O empresário João Batista Sérgio Murad, mais conhecido como Beto Carrero, conceitua parque temático como sendo "um parque que tem tema e uma história para contar".

De acordo com o conceito acima, vemos que os parques temáticos, além de se incorporarem à oferta turística, conseguem reunir elementos que irão refletir a cultura do local onde estão inseridos – embora, como será visto no decorrer do artigo, isso nem sempre aconteça – e fomentar a economia local, através da exploração de atividades complementares, porém, não menos importantes para o desenvolvimento do empreendimento.

Analisar um parque temático, como espaço destinado a atividades turísticas e de lazer, significa analisar todo o conjunto de impactos, sejam eles positivos ou negativos, que esses parques causam nas localidades onde estão inseridos, levando-se em conta aspectos geográficos, demográficos, ambientais, tecnológicos, urbanísticos, sociais e econômicos, bem como de toda a infra-estrutura básica a ser implementada para o funcionamento dos mesmos e que, teoricamente, deverá beneficiar a todo o seu entorno.

A escolha do tema desse trabalho justifica-se pela própria dimensão desse tipo de empreendimento, pelo seu forte poder de atração de demanda. Esses empreendimentos influem incisivamente, positiva ou negativamente, em muitos aspectos da vida dos habitantes das localidades onde estão inseridos, principalmente como agentes modificadores da cultura local.

Além disso, esses empreendimentos irão, muitas vezes, com suas concepções modernas, influir diretamente na configuração física desses locais.

In order to better understand the importance of theme parks for tourism activity, we first need to analyse the concept of "theme park". According to the website of *Parque Terra Encantada*, a theme park

"is a concept based on a specific theme and, illustrated by characters – in the case of the Terra Encantada the theme is Brazilian culture. Theme parks are generally located in extensive areas that allow a wide exploration of the chosen theme, the installation of high technology toys and a good infrastructure for complementary activities. The park offers several options for eating, comfort, transport, safety, the sale of souvenirs and the hire of photographic equipment, etc. Thus, it is common for the public to spend a long period of time in the park and still be eager to repeat the visit".

The manager João Batista Sérgio Murad, better known as Beto Carrero, considers a theme park as "a park with a theme and a story to tell".

According to the above concept, we see that theme parks, besides forming a part of the tourism offer, also gather elements of the local culture where they are located – although as this article will show, this is not always what happens – and to stimulate the local economy through the exploration of complementary activities, which are no less important for the development of the enterprise.

In order to analyse a theme park as a space destined for tourism and leisure activities, it is also necessary to analyse the whole set of impacts, be they positive or negative, that those parks cause on the places where they are located, taking into account, geographical, demographic, environmental, technological, urban, social and economic aspects, as well as the whole basic infrastructure that needs to be implemented for their operation which, in theory, should benefit the whole surrounding region.

The choice of theme for this work is justified by the dimension of this type of enterprise and its strong power of demand attraction. These enterprises incisively influence, either positively or negatively, many aspects of the inhabitants' lives in the areas where they are located, mainly as modifier agents of the local culture.

Besides this, these enterprises, with their modern conceptions often directly influence the physical configuration of these areas, transforming

transformando ou adaptando espaços naturais para suas atividades e afetando sistemas de transporte, comunicações, energia, saneamento e segurança.

OS PARQUES TEMÁTICOS E O ÂMBITO DA ANIMAÇÃO TURÍSTICA – OS CASOS BETO CARRERO WORLD E TERRA ENCANTADA

Para que se possa entender melhor como os parques temáticos são inseridos no âmbito da animação turística e, conseqüentemente, no âmbito da atividade turística, necessário se faz levantar as definições de alguns autores para o termo “animação turística”.

Para Torres (1995, p. 11), *“a animação, no turismo, é o conjunto de atividades que objetivam humanizar as viagens, oferecendo ao turista a possibilidade de participação ativa, de tornar-se protagonista de suas férias”*.

Segundo a autora,

“a animação turística tem o propósito de acentuar o interesse do turista pelo local visitado, quando terá a possibilidade de aumentar o seu prazer pessoal e de se realizar. [...] A animação constitui-se na introdução de recursos de lazer, visando ao descanso, ao divertimento físico e mental dos turistas, condicionados por seus interesses e preferências e pelos recursos e condições no pólo receptor, com a finalidade de aumentar as taxas de permanência e os gastos turísticos” (p.12-13).

Para Camargo & Ansarah (1991, p. 33), em seu artigo *Animação turística: um fenômeno da moda?*, *“etimologicamente, animação é entendida como vivacidade, movimentação, dinamização e motivação da participação”*.

Fernando de la Riva, primeiro diretor de animação em Madrid, (*apud* Camargo & Ansarah, 1991, p. 34), diz que animação turística *“é o conjunto de ações e técnicas dirigidas a motivar, promover e facilitar a maior e mais ativa participação do turista no desfrute e aproveitamento de seu tempo turístico, em todos os níveis e dimensões que este implica”*.

Dentro da tipologia da animação turística, a animação cultural é um dos tipos que apresenta o maior número de elementos capazes de despertar no turista o espírito criativo, através de oficinas, representações teatrais, e tudo o que se relaciona com o aprendizado sobre os costumes da região.

or adapting natural spaces to their activities and affecting transport systems, communications, energy, sanitation and safety.

THEME PARKS AND THE SCOPE OF TOURIST ANIMATION – THE CASES OF BETO CARRERO WORLD AND TERRA ENCANTADA

In order to better understand theme parks within the scope of tourist animation and, consequently, of tourism as a whole, it is necessary to take the definitions of some authors for the term “tourist animation”.

For Torres (1995, p. 11), *“animation, in tourism, is the set of activities that aims to humanize travel, enabling the tourist to actively participate, to become protagonist of his vacations”*.

According to the author,

“the purpose of tourist animation is to accentuate the tourist’s interest for the visited place, enabling him to increase his personal pleasure and fulfil himself. [...] Animation is constituted of the introduction of leisure resources aimed at relaxation and the tourists’ physical and mental amusement, conditioned by their interests and preferences and by the resources and conditions in the receiving center, with the purpose of increasing the lengths of stay and tourist expenditure” (p. 12-13).

For Camargo & Ansarah (1991, p. 33), in their article *Animação turística: um fenômeno da moda?*, *“according to the etymology, animation is understood as vivacity, movement, dynamism and the motivation of participation”*.

Fernando de la Riva, Madrid’s first animation director (*apud* Camargo & Ansarah, p. 34), defines tourist animation as *“the set of actions and techniques directed towards motivating, promoting and facilitating the highest and most active participation in the enjoyment and use of his tourist time, at all the levels and dimensions that this involves”*.

Within the typology of tourist animation, cultural animation is one of the types that presents the largest number of elements capable of awakening the creative spirit in the tourist through shops, theatrical representations, and everything that relates to learning an area’s customs.

Para Torres (1995, p. 29),

"a animação cultural é o conjunto de atividades que visa integrar os turistas com as manifestações culturais de uma localidade, provocando o interesse pelos mesmos e desta forma, fazendo-o vivenciar e entender melhor outros comportamentos e atitudes, muitas das vezes bem diferentes do que existe em seu local de origem".

Segundo Beni (1998, p. 84), dentro do SISTUR – Sistema Turístico, o subsistema cultural caracteriza-se pelo espaço terrestre que foi modificado pela ação do homem. Diz ele: *"É a consequência da intervenção do trabalho físico e mental do homem no espaço natural"*. E classifica os recursos turísticos como sendo os produtos diretos das manifestações culturais.

Hunziker e Krapf (*apud* Beni, 1998, p. 85), estabelecem inclusive a premissa de que o turismo só existe com a existência da cultura, sendo o turismo antes de tudo uma experiência cultural que visa não apenas ao descanso e ao divertimento, mas, acima de tudo à aquisição de novos valores.

Sessa, diz Beni,

"afirma que o Turismo traz uma dupla contribuição: direta, como resultado de uma experiência cultural que enriquece a população visitada e o visitante, com a aquisição dos valores que ambos possuem; indireta, que consiste no planejamento (antes da viagem) e na verificação natural de pontos de dúvida entre turista e estrangeiro" (1998, p. 85).

Pode-se, portanto, afirmar que direta ou indiretamente, o turismo enriquece o turista e a população visitada, quando existe um planejamento da aplicação dos recursos culturais de ambos. Vê-se, então, na visão de Beni (*ibidem*), que o Turismo pode contribuir para a preservação dos valores culturais de uma determinada localidade. E esses valores apresentam um valor específico para o turista.

O autor relaciona a política cultural ao movimento denominado preservacionismo, que data do século XIX, para *"combater a ação do tempo e a negligência daqueles que não se preocupam com a manutenção da memória, através do passado"*. Conclui-se, então, que a animação cultural, no âmbito da animação turística, pode se constituir no meio mais eficaz de se manter a memória cultural de uma determinada localidade, através da *"reutilização e animação dos espaços urbanos e físicos isolados"*.

Porém, não podemos deixar de concordar com Beni (*ibidem*), que defende a tendência à

For Torres (1995, p. 29),

"cultural animation is the set of activities that seek to integrate tourists with the cultural manifestations of a place, stimulating the tourists' interest for them, and thereby encouraging them to experience and better understand the other's behaviours and attitudes, which are often very different from those in the tourists' places of origin".

According to Beni (1998, p. 84), SISTUR (Tourism System) characterizes cultural subsystem as the terrestrial space that has been modified by man's action. He says: *"It is the consequence of the intervention of man's physical and mental work in the natural space"*. He classifies tourism resources as the direct products of cultural manifestations.

Hunziker and Krapf (*apud* Beni, p. 85) establish the premise that tourism can only exist alongside culture, since it is above all a cultural experience which aims not only at relaxation and amusement, but above all, the acquisition of new values.

Beni also mentions Sessa, when he says that the latter

"affirms that Tourism brings a double contribution: a direct contribution, as a result of a cultural experience that enriches the visited population and the visitor, with the acquisition of the values of each and; an indirect contribution, which consists of planning (before the trip) and the natural verification of points of doubt between tourist and foreigner" (1998, p. 85).

We can see then, according to the vision of Beni, that Tourism can contribute to the preservation of the cultural values of a certain place, and that those values present specific value for the tourist. It is seen, then, in Beni's view (*ibidem*) that Tourism can contribute to the presentation of cultural values of a specific place. These values have specific value for the tourist.

The author relates the cultural policy of a movement known as preservationism, an organized movement which dates back to the XIX Century and aims to *"combat the action of time and the negligence of those that have no concern for the maintenance of the memory, through the past"*. It can be concluded therefore that cultural animation, within the scope of tourist animation, may be the most effective means of preserving the cultural memory of a specific location.

The urban and physically isolated spaces have been undergoing a "museum process",

reutilização e animação desses espaços, mas lança um alerta também para um problema sério, e muitas vezes irreversível, que evidencia que nem sempre o turismo favorece a compreensão intercultural. Esse problema diz respeito à criação de um patrimônio artificial, muitas das vezes fora da realidade cultural própria da sociedade, por parte das instituições oficiais, cujo objetivo nem sempre é a manutenção dos valores e padrões culturais das comunidades.

E, talvez por isso, a animação cultural, no âmbito da animação turística, seja o meio mais eficaz de se manter a memória cultural de uma determinada localidade.

Beni (1998, p. 88) afirma que *"a finalidade da animação turística cultural é envolver o turista de tal maneira que ele possa atender sua necessidade de viver algo diferente de um sonho, uma ilusão"*. Além disso, a animação cultural permite atrair a iniciativa privada para ações que visem, através de sua oferta, firmar os locais turísticos como pólos para fluxos nacionais e internacionais.

Segundo Torres, em seu livro *Animação Turística*, *"o planejamento das estruturas dos serviços de animação exerce-se sobre dois âmbitos ou espaços distintos, tanto na parte física, como na programação e na formação de mão-de-obra especializada"*. (1995, p. 16)

Ou seja, deve-se considerar dois aspectos importantes que vão definir: o tipo de programação, os recursos físicos ou os espaços a serem construídos ou adaptados e que se adequam à atividade e ao perfil da demanda e os equipamentos a serem disponibilizados para atender às especificações e exigências desse mercado.

Esses dois aspectos definem os espaços onde a animação turística pode se desenvolver e dizem respeito a:

- a) espaços turísticos onde a própria animação constitui-se na atração principal e onde, nesse caso, são relegados a segundo plano aspectos de paisagem, conforto, interação com os costumes locais, etc.;
- b) espaços turísticos que usufruem da ação da animação como forma de incrementar a sua oferta de equipamentos e serviços e provocar uma maior permanência do turista no local, utilizando a animação como uma ferramenta de marketing.

Diante do que foi exposto, considerando as definições dadas pelos diversos autores citados, podemos afirmar que:

- a) os parques temáticos oferecem efetivamente ao turista a possibilidade de um lazer ativo, através

mentioned by Beni, which has been provoking a tendency towards the re-utilization and animation of those spaces. However, the author also warns of a serious problem, which is often irreversible and shows that tourism does not always bring intercultural understanding. This relates to the creation of an artificial heritage by official institutions, which often has little to do with the cultural reality of the society and whose objective is not always to maintain the cultural values and standards of the communities.

And, perhaps that, the cultural animation, in the ambit of the tourist animation, be the most effective way of staying the cultural memory of a certain place.

Beni (p. 88) mentions that *"the purpose of cultural tourist animation is to involve the tourist in a such way that he can meet his need to experience something different from a dream or illusion"*. Besides this, cultural animation also attracts private initiative for activities that seek, through their offer, to strengthen the tourist locations as national and international centers.

According to Torres, in his book *Animação turística*, *"the planning of structures for animation services is carried out in two distinct areas or spaces; in the physical, such as programming and in the formation of a specialized labour-force"* (1995, p. 16).

We therefore need to consider two important aspects that will define the program type, the physical resources or spaces to be built or adapted and which adapt themselves to the activity and demand profile, and the facilities that will be made available to meet the specifications and demands of this market.

These two aspects define the spaces where tourist animation can be developed. They relate to:

- a) tourist spaces where the animation itself is the main attraction and where aspects such as landscape, comfort, interaction with the local customs etc. are relegated to second place;
- b) tourist spaces that utilize animation as a way of increasing their offer of facilities and services and stimulating a higher rate of stay of the tourist at the location. Here, animation is used as a marketing tool.

In view of the above, considering the definitions given by the various authors cited, we can affirm that:

- a) theme parks effectively enable the tourist to take part in active leisure, through the

da oferta de equipamentos e serviços, cuja prerrogativa de utilização e consecução das atividades é a participação efetiva do turista, motivada, promovida e facilitada pelo conjunto de ações e técnicas implantadas para esse fim;

- b) os parques temáticos possibilitam o aumento das taxas de permanência e gastos do turista, pois, através das atividades de animação, acentua-se o interesse do turista pelo pólo receptor visitado;
- c) os parques temáticos produzem e requerem *vivacidade, movimentação, dinamização* e motivam a participação.

Conclui-se, então, que os parques temáticos se integram perfeitamente à oferta turística, utilizando-se da animação turística como forma de agregar valor ao produto turístico e como forma de humanizar as viagens, através do divertimento físico e mental do turista, fazendo com que o mesmo aproveite o seu tempo turístico da forma mais adequada possível.

Porém, quando se analisam os parques temáticos de acordo com a tipologia da animação turística, vemos que, em muitos casos, esse empreendimento foge um pouco do objetivo principal que deve ser alcançado pelo tipo de atividade que oferecem.

Especificamente, quando se fala em animação cultural, vemos que os parques temáticos nem sempre atendem ao objetivo desse tipo de animação, uma vez que, em muitos casos, não se preocupam em oferecer um conjunto de atividades ou temas que reflitam a cultura local.

Na realidade, alguns parques temáticos não têm a preocupação de integrar o turista com a cultura local, fazendo com que esse turista deixe de vivenciar e entender melhor os costumes, comportamentos e hábitos locais, diferentes do que ele está acostumado a vivenciar em seu local de origem.

Nesse caso, podemos citar o empreendimento BETO CARRERO WORLD, cujo tema, ou melhor, cujo conjunto de temas (não existe um tema único), foge completamente da realidade cultural do entorno social no qual está inserido.

Localizado no município de Penha, o BETO CARRERO WORLD reflete uma imagem cultural distorcida para quem o visita, uma vez que o visitante, ao entrar no parque, não tem a possibilidade de vivenciar a cultura local, pelo longo período que passa usufruindo de sua infra-estrutura.

Já o Parque TERRA ENCANTADA, localizado na cidade do Rio de Janeiro, na Barra da Tijuca, explora um tema que, embora de âmbito global, oportuniza ao visitante um contato lúdico com a cultura brasileira e suas origens.

offer of facilities and services, whose prerogative of use and purpose of activities is the effective participation of the tourist, promoted and facilitated by the set of actions and techniques introduced for this purpose;

- b) theme parks help to increase of rates of stay and tourist expenditure because, through the animation activities, the tourist's interest is accentuated by the receiving pole being visited;
- c) theme parks both produce and require vivacity, movement and dynamism, and encourage participation.

It can be concluded then that theme parks integrate perfectly into the tourist offer, using tourist animation as a form of adding value to the tourist product and humanizing travel through the tourist's physical and mental amusement, so that he uses his tourism time in the most appropriate possible way.

Even so, when we analyse theme parks according to the typology of tourist animation we see that, in many cases, this type of enterprise departs a little from the main objective that should be achieved by the type of activity it offers.

In terms of cultural animation in particular, we see that theme parks do not always meet the objective of this type of animation since, in many cases, they are not concerned with offering activities or themes that reflect the local culture.

The reality is that some theme parks are not concerned with integrating the tourist with the local culture, or helping tourists to experience and understand the local customs, behaviours and attitudes, which are different from those he is accustomed to in his place of origin.

As an example of this, we can mention the enterprise BETO CARRERO WORLD, whose theme, or rather, group of themes (since there is more than one), is far from the cultural reality of the social environment in which it is located.

Located in the municipal district of Penha, BETO CARRERO WORLD reflects a distorted cultural image for those who visit it, since the visitor, from the time he enters the park, does not have any opportunity to experience the local culture for the whole duration of his visit.

The Theme Park TERRA ENCANTADA, located in the city of Rio de Janeiro at Barra da Tijuca, explores a theme, albeit global in scope, which enables the visitor to come into contact with Brazilian culture and its origins.

Na realidade, os parques temáticos deveriam enriquecer a qualidade da experiência cultural entre a população visitada e a visitante, além de contribuir para a preservação dos valores culturais das localidades nas quais estão inseridos.

Embora os parques temáticos atendam à necessidade do turista de viver algo diferente, um sonho, uma ilusão, nem sempre cumprem com essa missão.

Com relação ao âmbito onde se desenvolve, ou pode se desenvolver a animação, vemos que os parques temáticos se inserem perfeitamente nos espaços turísticos nos quais a própria animação constitui-se na atração principal. Porém, entramos em desacordo com relação à questão de, nesses espaços, serem relegados a segundo plano aspectos de paisagem, conforto, interação com os costumes locais, etc.

Como já foi explicitado na introdução deste artigo, ao se analisar um parque temático como espaço destinado a atividades turísticas e de lazer, não se deve levar em consideração apenas a delimitação dos espaços a serem construídos para esse fim. Deve-se levar em conta também outros fatores, que irão refletir os verdadeiros impactos, sejam eles positivos ou negativos, que esses empreendimentos podem causar nas localidades onde são implantados.

Esses aspectos dizem respeito aos impactos causados na configuração geográfica dessas localidades, uma vez que, para a implantação de um empreendimento desse porte, a configuração geográfica será efetivamente afetada; aos impactos causados na demografia dessas localidades, uma vez que existe uma tendência de aumento populacional em torno desses empreendimentos; aos impactos causados no ambiente natural e na configuração paisagística e urbanística de seu entorno, já que, para sua implantação, existe uma necessidade premente de modificação ou adaptação de toda a infra-estrutura básica de transporte, comunicações, energia, saneamento, segurança, afetando, a princípio de forma positiva, muitos aspectos da vida da população dessas localidades.

Além disso, tomando como exemplo os dois parques analisados, BETO CARRERO WORLD e TERRA ENCANTADA, os aspectos de paisagem são parcialmente mantidos.

No caso do BETO CARRERO WORLD, embora a paisagem tenha sido bastante alterada na região onde está localizado, devido às caixas de empréstimo realizadas nos morros próximos ao parque, prevê-se que até o término da implantação de todas as atrações, previsto para o ano 2005, serão dois milhões de metros quadrados de área urbanizada e cinco milhões de metros quadrados de área de preservação de mata atlântica nativa e relevo natural.

In fact, theme parks should enrich the quality of the cultural experience between the visited population and the visitor, as well as contributing to the preservation of the cultural values of the areas in which they are located.

Although theme parks meet the tourist's need to experience something different from a dream or illusion, they do not always fulfil that mission completely.

With relation to the ambient in which they are developed, or where animation can be developed, we see that theme parks are perfectly suited to tourist spaces where the animation itself constitutes the main attraction. Even so, we disagree with the relegation of landscape, comfort, interaction with the local customs etc. in these spaces to second space.

As was explained in the introduction to this article, when analysing a theme park as a space destined for tourism and leisure activities, it is not only the delimitation of the spaces built just for that purpose that should be taken into consideration. Other factors should also be taken into account, which will reflect the true impacts, be they positive or negative, that these enterprises can cause on the areas where they are introduced.

These include the impacts caused on the geographical configuration of those areas, since for the implantation of an enterprise of such magnitude, the geographical configuration will be considerably altered. They also include the impacts on the demography of those areas, since there is a tendency for the population around these enterprises to increase, and the impacts on the natural environment; landscape and urban configuration of the surrounding area, since their introduction requires modification or adaptation of the whole basic transport, communications, energy, sanitation and safety infrastructure, affecting many aspects of the inhabitants' lives in those areas, in a positive way.

Besides this, taking as examples the two parks analysed, BETO CARRERO WORLD and TERRA ENCANTADA, the landscape aspects are partially maintained.

In the case of BETO CARRERO WORLD, although the landscape has been considerably altered in the area where is located, due to the loan boxes installed in the hills close to the park, it is predicted that by the time all the attractions are completed in the year 2005, there will be two million square meters of urbanized area and five million square meters of preserved area of native Atlantic forest and natural relief.

Já no caso do TERRA ENCANTADA, o paisagismo e a preservação ambiental são atrações à parte. São dezoito mil metros quadrados de lagos e praias artificiais instalados e vinte e dois mil metros quadrados de paisagismo.

Desde a implantação do parque, o TERRA ENCANTADA já demonstrava a preocupação em preservar o meio-ambiente, ou seja, uma área de seis mil metros quadrados de mata com vegetação original da Barra, a restinga.

Conforme publicação bimestral do Parque Temático TERRA ENCANTADA (ano 3, n. 9, jan/fev.98, p. 4)

“os visitantes do parque conhecerão espécies vegetais típicas, como a figueira, o pau de tamanca, o ingá-mimoso, o embuá e o tapiá, entre outras que, há 40 anos, cobriam toda a área em volta da Lagoa da Tijuca, hoje tomada por edifícios. [...] A pequena floresta resistiu e é o que restou da cobertura de mata original que se estendia ao longo do que hoje é a Av. Ayrton Senna, entre o Casa Shopping e o Via Parque Shopping. Temos orgulho em preservá-la”.

Portanto, aspectos de paisagem não são relegados a segundo plano nos parques temáticos, ou pelo menos, nos dois empreendimentos analisados.

Isso sem contar os impactos sociais e econômicos que esses empreendimentos podem causar, tanto de forma positiva, como de forma negativa, na comunidade local onde estão inseridos.

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.

Porém, isso nem sempre acontece, devido à alta tecnologia e *know-how* exigidos para consecução das atividades desse tipo de empreendimento, que requer uma mão-de-obra altamente especializada e qualificada para atender a uma demanda altamente exigente e que, na maioria das vezes, é exportada de outros pólos, deixando, assim, a população local relegada a segundo plano.

CONCLUSÃO

A animação é hoje um dos temas mais debatidos e em evidência no contexto da atividade

In the case of TERRA ENCANTADA, the landscape and environmental preservation are already separate attractions in themselves. There are eighteen thousand square meters of lakes and artificial beaches, and twenty-two thousand square meters of landscape.

Since the introduction of the park, TERRA ENCANTADA has already demonstrated a concern with preserving the environment, which consists of an area of six thousand square meters of forest with vegetation native to *Barra de Tijuca*, the sandbank.

According to the bimonthly publication of the TERRA ENCANTADA Theme Park (y. 3, n. 9, Jan/ Feb 98, p. 4)

“visitors to park will see native species of vegetation, such as the fig tree, pau de tamanca, ingá-mimoso, myriapod and tapiá, among others, which 40 years ago, covered the whole area around the Tijuca lake, today taken over by buildings. [...] The small forest survived and is all that remains of the original forest covering that extended along what is today Ayrton Senna Avenue, between the Casa Shopping Center and the Via Parque Shopping Center. We are proud to have preserved it”.

The landscape is not, therefore, relegated to second place, at least in the two enterprises analysed.

This is to say nothing of the social and economic impacts, both positive and negative, that these enterprises can cause on the local community where are located.

These enterprises tend to stimulate the local economy, through the appearance of other complementary commercial activities, not only in the theme parks themselves but in the surrounding area. It is thought that this brings an increase in the quality of life of the local population, generating employment and increasing the level of income.

However, this is not always what happens, due to the high technology and *know-how* demanded for activities of this type of enterprise, which often require a highly specialized and qualified workforce to meet the stringent demands. As a consequence, the force-force is often imported from other centers, thereby relegating the local population to second place.

CONCLUSION

Animation is today a polemic theme that is much in evidence in the context of tourism.

turística. E o mercado de parques temáticos, no Brasil, tem crescido vertiginosamente.

Segundo pesquisa da EMBRATUR – Instituto Brasileiro de Turismo, de julho de 1998, existem inúmeros parques temáticos sendo construídos. Dentre eles, podemos citar: Beto Carrero World, em Goiânia e São Paulo; Brasil Mágico, em Santa Catarina; Del'Verde Gardens, em São Paulo; Great Adventure, em Vinhedo (SP) e Parques NBSG, em Xerém (RJ).

Isso denota o crescimento desse mercado e a capacidade que o mercado turístico tem de absorver esse tipo de empreendimento, pelo seu alto poder de atração de demanda.

Porém, deve-se ter em mente todos os aspectos analisados no decorrer deste artigo, no que diz respeito a aliar os objetivos desses empreendimentos, que são os de oferecer ao turista, através das atividades de animação, a possibilidade de participação em um lazer ativo, de tornar-se protagonista de suas férias; de acentuar o interesse desse turista pelo local visitado, aumentando sua permanência e seus gastos, fazendo com que o mesmo aproveite seu tempo turístico de forma mais adequada ao objetivo intrínseco da animação turística, que é o de integrar o turista à cultura local, fazendo-o vivenciar costumes e hábitos locais diferentes dos seus e que possam aumentar a qualidade da vivência e do relacionamento desse turista com a população local visitada.

Além disso tudo, os parques temáticos devem levar em consideração o entorno no qual estão inseridos, sendo agentes positivos de modificação do nível de vida dessas populações, em todos os seus aspectos, contribuindo para a preservação do meio natural onde essa população vive e no qual o parque também está inserido, e para a preservação de seus valores culturais e que se constituem também em um valor específico para o turista.

O turismo não pode ser analisado somente por seu aspecto econômico. A qualidade da interação visitante (turista) x visitado dependerá do nível de conscientização e comprometimento por parte dos empreendedores, em realizar seu papel cultural e social, que é também um papel importante da atividade turística.

Assim sendo, os parques temáticos poderão ser analisados no âmbito da oferta turística, tendo a animação como um valor agregado, capaz de impulsionar essa oferta e de atrair uma demanda cada vez mais exigente e em busca de um lazer mais ativo, mais participativo e diferenciado.

The Brazilian theme park industry has been growing rapidly.

According to research by EMBRATUR – The Brazilian Tourism Institute, in July 1998, there were many theme parks currently undergoing construction, including: Beto Carrero World in Goiânia and São Paulo; Brasil Mágico in Santa Catarina; Del'Verde Gardens in São Paulo; Great Adventure in Vinhedo (São Paulo) and Parques NBSG in Xerém (Rio de Janeiro).

This shows the growth of the industry and the capacity of the tourism industry as a whole to absorb this type of enterprise, due to its high power of demand attraction.

Even so, all the aspects analysed in this article should be taken into consideration, in order to combine the objectives of these enterprises, which are those offered to the tourist, through the animation activities, and the opportunity to participate in active leisure and become protagonist of his vacations; accentuating the tourist's interest for the place visited, increasing tourist stay and expenditure, so that he takes advantage of his tourist time in a way that is more geared towards the intrinsic objective of tourist animation, which is to integrate the tourist with the local culture, enabling him to experience local customs and habits different from his own, and thereby increase the quality of the experience and of the tourist's relationship with the local population visited.

In addition all the above, theme parks should take into consideration the environment in which they are located, being positive agents of modification of the level of life of those populations, in all its aspects, contributing to the preservation of the natural environment of the inhabitants lives in the area where the park is located and preserving its cultural values, which also constitute specific value for the tourist.

Tourism cannot only be analysed from an economic point of view. The quality of interaction between visitor (tourist) x visited will depend on the level of understanding and degree of commitment degree on the part of entrepreneurs to accomplishing their cultural and social role, which is also an important role of tourism.

This being the case, theme parks can be analysed within the scope of the tourism offer, adding value to animation, which is capable of increasing the offer and attracting a more exacting demand in the search for active leisure that are more participatory and more differentiated.

REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- BENI, Mário Carlos. **Análise estrutural do turismo**. São Paulo : SENAC, 1998. p. 84-89.
- CAMARGO, Luiz Octávio de Lima; ANSARAH, Marília Gomes dos Reis. Animação turística : um fenômeno da moda? **Turismo em análise**, v. 2, n. 2, p. 31-42, nov.1991.
- CAVALLARI, Vinícius; ZACHARIAS, Vany. **Trabalhando com recreação**. São Paulo : Ícone, 1994. 141p.
- CONGRESSO DA ABDETH – ASSOCIAÇÃO BRASILEIRA DE DIRIGENTES DE ESCOLAS DE TURISMO E HOTELARIA. São Paulo, 1989.
- PARQUE TEMÁTICO TERRA ENCANTADA. Publicação bimestral. Rio de Janeiro, a. 3, v. 9, p. 4, jan./fev. 1998.
- ROGGIA, Carmen; NOGUEIRA Maria Eliane C. Animação turística : integração e valorização de roteiros. **Boletim técnico do SENAC**, v. 15, n. 1, p. 17-27, jan/abr.1989.
- TORRES, Zilah Barbosa. **Animação turística**. Recife : ETFPE, 1995. 144p.
- TRIGO, Luiz Gonzaga Godói. **Turismo e qualidade** : tendências contemporâneas. Campinas : Papirus, 1993. 121p.
- TERRA encantada : um mundo de fantasia e diversão. **Jornal do Brasil**. Rio de Janeiro, p. 3-30, 18 jan. 1998.