

PROPOSTA DE IMPLANTAÇÃO DE UM PARQUE TEMÁTICO – NINTENDO PLANET EM FOZ DO IGUAÇU-PARANÁ

Ana Solange Biesek¹

Jean Carlos Fuchs²

VaniaRujiski³

RESUMO

Esse estudo analisa as possibilidades de ser implantado um parque temático Nintendo World na cidade de Foz do Iguaçu, com intuito de aumentar o fluxo e permanência de turista, atraindo um público alvo diferenciado e segmentado podendo gerar contribuições econômicas e sociais para o segundo destino internacional do Brasil e que possui potencial demanda e estrutura turística para viabilização do empreendimento. Este segmento muito tem crescido em decorrência da busca por lazer e entretenimento como forma de distração ou fuga dos problemas do dia-a-dia, é encarado como uma necessidade básica do ser humano, e os parques temáticos têm a finalidade de oferecer este atributo que é procurado pelo homem. A metodologia foi desenvolvida através de pesquisa bibliográfica sobre parques temáticos e os diversos modelos encontrados no mundo e no Brasil e entrevistas com a comunidade e turistas com intuito de verificar a possível viabilidade de implantação do parque temático em Foz do Iguaçu. Demonstra-se que esta segmentação é de fundamental importância no contexto turístico local, podendo ampliar a oferta turística para a comunidade e visitantes, contribuindo com aspectos econômicos e sociais para o desenvolvimento local e regional.

Palavras Chaves: Parques Temáticos, Turismo, Nintendo, Foz do Iguaçu.

ABSTRACT

This study examines the possibilities of being deployed Nintendo World theme park in the city of Foz do Iguaçu, in order to increase the flow and stay of tourists, attracting an audience and targeted differential can generate economic and social contributions to the second destination of international Brazil and has potential demand for tourism development and structure of the enterprise. This segment has

¹ Bacharel e Mestre em Turismo (UNIOESTE/UCS), Doutoranda em Geografia UFPR, Docente do Curso de Turismo da UDC – União Dinâmica de Faculdades Cataratas. E-mail: ana.biesek@bol.com.br.

² Bacharel em Turismo – UDC – União Dinâmica de Faculdades Cataratas.

³ Bacharel em Turismo – UDC – União Dinâmica de Faculdades Cataratas.

grown much due to the search for leisure and entertainment as a distraction or escape from the problems of day to day, is seen as a basic need of human beings, and theme parks are intended to provide this attribute that is searched by man. The methodology was developed through the research literature on theme parks and the various models found in the world and in Brazil and interviews with the community and tourists in order to verify the feasibility of implementing the possible theme park in Foz do Iguacu. Shows that this segmentation is of fundamental importance in the local tourism, could expand the tourism and visitors to the community, contributing to economic and social issues for local and regional development.

Keywords: Theme Parks, Tourism, Nintendo, Iguassu Falls.

1. INTRODUÇÃO

Este estudo está centrado no conhecimento e entendimento do que vem a ser um parque temático voltado a jogos eletrônicos e como ocorre o processo de operacionalização e administração do mesmo, assim como intenciona conhecer a demanda real e potencial que o atrativo possa ter e se a mesma comporta o público esperado e necessário para a viabilização do parque temático no destino de Foz do Iguacu, no Paraná.

Foz do Iguacu possui enorme potencial, com demanda nacional e estrangeira, recebe anualmente em média 1,3 milhões de visitantes (Secretaria Municipal de Turismo, 2008). Sua localização é estratégica, fronteira com Paraguai e Argentina faz parte do Mercosul (Mercado Comum do Sul), além de compor um dos 16 municípios do lago de Itaipu, com fluxo de visitantes provenientes de toda região Oeste do Paraná. Oferece adequada infra-estrutura, com equipamentos e serviços voltados à atividade turística, sendo de grande importância a implantação de um novo atrativo, neste caso um parque temático, visando um aumento na permanência média do turista, atualmente de 2,3 dias (Setur, 2008) e também o seu consumo em serviços e produtos turísticos.

O turismo possui inúmeras ramificações, sendo que uma delas é encontrada em Parques Temáticos, segmentação que gera inúmeros empregos e sustentabilidade para cidades e outras segmentações. O mercado do turismo vem se expandindo devido a novos atrativos, e melhora dos serviços que estão se

uniformizando, propiciando um crescimento nos últimos anos, com a finalidade de trazer ao turista o lazer e o entretenimento.

O faturamento deste tipo de atração turística cresceu 19% em 2006, muito em função do trabalho realizado pelos agentes de viagem. A maior parte do público que frequenta os Parques é formada por família, que utilizam principalmente veículos Alugados.

Foz do Iguaçu por ser uma cidade com grande fluxo turístico possui uma necessidade de renovar e agregar novos atrativos turísticos, sendo de grande importância a implantação deste estudo que é a proposta de desenvolvimento de um parque temático Nintendo World voltado ao segmento de jogos eletrônicos, o que se espera, além de uma atrativa opção de lazer e diversão, para comunidade e turistas, geração de empregos, aumento de arrecadação de impostos, aumento da estada e permanência do turista no destino melhorando a qualidade de vida local.

O tema deste parque foi escolhido embasado em jogos eletrônicos devido ao fato de que é um tema inovador no Brasil, apesar de ter um grande destaque mundial. Na temática desses jogos eletrônicos se inserem jogos e personagens da empresa japonesa Nintendo, que está atuando neste segmento há mais de 20 anos.

A proposta de desenvolvimento deste parque temático, e de seus equipamentos foi desenvolvida através de modelos de parques já existentes tendo como paradigma o parque internacional Walt Disney World e os nacionais Beto Carrero World e Hopi Hari, assim como ícones da empresa japonesa Nintendo.

2. TURISMO E LAZER

O turismo, como atividade de lazer, pressupõe uma ruptura espaço-temporal em relação ao mundo do trabalho, apresentando-se como uma forma cultural alternativa, diferencial e complementar, que contribui para a restauração psíquica do ser humano. O turismo de lazer em parques temáticos cresce propositalmente devido ao turismo de massa, promovido por agências e parcerias de transporte, alimentação, hospedagem gerando uma maior facilidade de venda de pacotes a estudantes em época de férias escolares, famílias, eventos.

O lazer não tem sido o mesmo, nem será, sempre igual, pois cada modelo de organização social lhe imprime suas funções e características, de acordo com o sistema de aspirações, necessidades e valores imperantes nesses momentos e válidos para toda a organização (Gusman, 1986). O lazer tomou a dimensão em que hoje se encontra, após a Revolução Industrial, quando então a jornada de trabalho começou a diminuir paulatinamente, muito embora os fundamentos históricos do Lazer sejam anteriores à sociedade industrial, porque sempre existiu o trabalho e o não-trabalho em qualquer sociedade (Cavalcanti, 1981).

O lazer possui as mais diversas funções: função educativa, caracterizada pelo interesse próprio dirigido para a ampliação dos horizontes mentais, busca de novas experiências e de novo conhecimento; função de ensino, caracterizada pela assimilação ou aprendizagem das normas culturais, de ideais filosóficos ou políticos, das normas de convivência social ou de comportamentos; função integrativa, que tem por objetivo solidificar ou integrar os grupos, principalmente os familiares, de amizade-companhia, de interesses comuns; função recreativa, que compreende atividade relacionada com o descanso psicológico e físico; função cultural, refere-se à compreensão e assimilação dos valores culturais ou à criação de novos; função compensadora, seriam as atuações que, de alguma forma, nivelam as insatisfações das outras áreas da vida (OMT, 2004).

O motivo de viagens dos turistas ao destino Foz do Iguazu está relacionado com o lazer, que busca sair da rotina, visitar novos lugares, buscar novas experiências e acima de tudo viver bem. É no período de férias que aumentam o fluxo de turistas no destino sendo nos meses de julho nas férias escolares, e no começo do verão em setembro até o feriado de carnaval. Alguns fatores importantes como festas, eventos, climas, compras, também favorecem as pessoas a viajar para o destino.

Nesse contexto, o planejamento do turismo é essencial, é uma ferramenta de gestão de destinos, focada na percepção do panorama atual em que o destino se encontra e nos possíveis panoramas futuros, deve utilizar de forma eficiente os recursos disponíveis para este fim, maximizar os benefícios socioeconômicos e minimizar os custos, dessa forma podendo oportunizar áreas destinadas ao lazer

tanto para a comunidade local como para os turistas, visando o bem estar da comunidade receptora e a rentabilidade dos empreendimentos do setor.

A participação do turismo na produção de um espaço geográfico deve ser considerada a partir de um conjunto de relações em que se desenvolve a atividade, bem como suas dimensões globais e locais. O turismo introduz no espaço objetos definidos pela possibilidade de permitir o desenvolvimento de várias atividades, esses objetos, espaços podem ser absorvidos pelo turismo tendo seu significado alterado para atender uma nova demanda, como exemplo a proposta do parque temático.

A participação da comunidade local é um fator importante em investimentos turísticos no espaço turístico. Araújo (2000, p. 117-118) comenta que ao implantar o empreendimento é de grande importância à conscientização da comunidade. Ela deve conhecer todos os aspectos que abrangem o turismo, a sua importância para o local e as ameaças que podem prejudicar seu desenvolvimento, podendo dessa maneira se preparar para lidar com seu público, proporcionando um bom atendimento aos visitantes e sabendo que a manutenção dos clientes é baseada da sobrevivência de um empreendimento.

3. PARQUE TEMÁTICO

Os estabelecimentos de diversão são locais fechados ou ar livre, com entrada paga ou não, destinados a entretenimento de qualquer natureza, recreio ou pratica de esportes, que reúna um determinado público.

Cada parque temático é desenvolvido a partir de um tema específico que é trabalhado em conjunto com uma rede de serviços e produtos para os visitantes como espaços de lazer, entretenimento, diversão, alimentação e compras. Os parques temáticos convivem sem muitos problemas uns com os outros, pois cada complexo tem seu tema, atrações, shows, atividades e até seu público alvo diferenciado, conseguindo agradar a todas necessidades. A finalidade do parque temático é envolver as pessoas sem faixa etária de idade fazendo que os sonhos se transformem ou se misturem com a realidade, proporcionando ao seu visitante algo inusitado, fora do real.

Diferente do que se consideravam os primeiros parques temáticos surgidos a partir de 1694, que eram imensos jardins públicos, os parques atuais para realização e satisfação do visitante trabalham com a tecnologia, imagens holográficas com o que há de inovações. Com uma grande participação na sustentabilidade de onde se localiza, por cativar o turista a ficar mais de um dia na região, gerando um cíclico gasto em serviços da cidade como hotéis, transporte, gastronomia entre outros.

Soja (1996) afirma que:

Os parques temáticos equivalem a modelos mutantes que servem como laboratórios civilizacionais que tem sua arquitetura limitada à simbologia e a estética possível apenas como uma experiência isolada e bem definida. O paradoxo é que paralelamente à complexidade cultural programática e à instabilidade da civilização contemporânea, os parques temáticos oferecem as pessoas, a oportunidade de retornar a um iconismo eclético, a uma clareza formal e, sobretudo, marcando o retorno a uma posição fortemente contrária aos dogmas antirepresentacionais cíclicos governados pelos públicos e jardins imperiais do passado, são considerados ancestrais dos parques temáticos por terem sido concebidos como espaços complexos de representação simbólica da cultura e da sociedade.

Complementando Soja (1996) afirma que parque temático é um espaço onde se encontra variado tipo de visitantes de diversas origens. Os parques não têm uma homogeneização, são totalmente de formulas diferenciadas, cada um segue um tema que o caracteriza, assim limitando-os. A escolha do tema pode caracterizar o trabalhar com uma simbologia de aspectos do tempo espaço tendo como escolha, passado ou futuro. Os espetáculos visuais nos mostram uma natureza falsificada que correspondem muito mais as nossas exigências e devaneios, a tecnologia pode nos proporcionar mais realidade do que a natureza.

De fato os parques temáticos tendem a trabalhar unido junto à tecnologia para trazer o máximo de realidade e sentimento ao visitante, como se é trabalhado em brinquedos, shows e outros atrativos. Baudrillard (1981, pg. 137) ao comentar a evolução da Disneylândia argumenta que:

as pessoas não são atraídas por tecnologia. Neste mundo imaginário apenas as alegorias da fantasia fazem parte do calor e afeto inerentes às multidões, em contraste com a solidão absoluta dos estacionamentos dos parques temáticos. O que vem atrair as pessoas em um parque temático

são os carros alegóricos desfiles, pessoas que trabalham nele, a forma que se é trabalhada com as pessoas.

Os parques temáticos atraem a atenção por ser grandes complexos que estimulam a mente das pessoas através do mundo artificial criado e ambientalizado para que passe ao visitante que ele esteja vivenciando algo que era então irreal, ou sentir a adrenalina ou superar fobias através de brinquedos radicais, sendo trabalhado com alta tecnologia. A frequência média anual dos visitantes nos parques temáticos segundo a (EMBRATUR, 2005) é de 33%. Em alta estação chega a 53%, caindo para 30%, na média é de 16%, na baixa temporada, tendo uma queda de 70% de alta temporada para baixa. Os meses alta visitação são: janeiro, fevereiro e dezembro, de média visitação: outubro, novembro, setembro, agosto e julho, de baixa visitação: junho, maio, abril e março.

Tendo em vista que meses de alta e média visitação contemplam férias escolares e temporada que são formadas nas escolas grupos para excursões e viagens. Podendo considerar os meses de baixa, tendo visitas mais da própria sociedade em que vive no destino. A forma de administração dos parques ainda segundo é de 64% tendo uma administração própria e 36% sendo feita por terceiros. Tendo em vista que grande parte de administradoras estrangeiras (EMBRATUR, 2005).

3.1 História dos Parques Temáticos

Os reconhecidos primeiros parques temáticos apareceram na Europa medieval (1400-1500), quando imensos jardins foram criados aos redores das grandes cidades. Estes seriam considerados os parques temáticos da época precursores aos atuais. Nestes parques da época apresentavam, fogo de artifícios, danças, música, gastronomia e jogos, chamados de Jardins Du Plaisir (Jardins do Prazer) que seguiram até século XVIII, por distúrbios políticos acontecidos na época, que afetaram no fechamento destas áreas de lazer.

No século passado, havia uma grande ociosidade nos fins de semana nas linhas de trens norte americano, analisando isso, foram desenvolvidos parques de diversões nos pontos finais das linhas ferroviárias para maior utilização deste

transporte, dando assim também início às atividades desta indústria. Em 1955 Walt Disney, acreditando em um potencial econômico em massa, criou uma proposta de um complexo de diversão, Disney World pioneiro em parques temáticos. Investindo não somente em equipamentos e brinquedos também criou cinco zonas distantes, cada qual o visitante poderia viajar em regiões e partes do mundo.

Outros parques foram criados com intuito de concorrer diretamente com a Disney, porém foram fracassados. Somente na década de 60 apareceu um parque que poderia concorrer diretamente com Walt Disney World, Six Flags Over Texas. Na década de 90 começaram a aparecer os modernos parques com visão pós-modernismo, visando o interesse de visitação mundial e também surgindo os parques temáticos no Brasil com investimentos internacionais e visão de lucros dos estrangeiros e brasileiros.

Um grande exemplo, é a cidade de Orlando, na Flórida, historicamente conhecida por ser um posto do exército, Fort Gatlin, construído em época de guerras contra os índios seminole, para refúgio das tropas americanas. Em 1835 o Forte recebeu o nome de Orlando em homenagem ao soldado Orlando Reeves, que fora atingido em batalha por uma flecha. Ao longo do tempo com a ameaça indígena se extinguindo a cidade de Orlando foi se desenvolvendo em volta do forte e cidades vizinhas foram se desenvolvendo juntamente como a cidade Kissime. Cidades que tinham como economia plantações de cítricos e do gado. Com avanço no tempo na década de 70, a cidade recebe um Parque Temático com nome de Walt Disney World, com tema de personagens da Disney, brinquedos de diversões, como montanha russa e shows. Este novo mercado de diversão teve um grande crescimento logo em seu início, gerando rapidamente outras modalidades de parques, assim como os aquáticos, sendo finalizado em 1977 o Wet'n Wild. Orlando hoje é conhecida como a capital mundial dos parques temáticos e aquáticos, atraem em média 24 milhões de visitantes todos os anos.

3.2 Parques Temáticos no Brasil

Os parques temáticos no Brasil começaram a se expandir a partir de 1997. Grande parte dos parques temáticos brasileiros foi copiada de modelos

internacionais, e somente “nacionalizada”. A atividade de parques temáticos é considerada ainda muito nova no Brasil, também pouco numerosa, porém tem demonstrado um grande interesse na procura para turistas, especificamente famílias, jovens e massas, gerando assim um crescimento acelerado nos últimos anos neste ramo. Por serem recentes, e não existirem em muitos estados brasileiros ainda não dispõe de um complexo de entretenimento e lazer como parque temático.

Os brasileiros viam com bons olhos o investimento em parques no Brasil, porém necessitavam de ajuda internacional para o funcionamento desta área, que veio a partir da entrada do americano Wet’n Wild, canadense White-Water NBGS, fornecedora de equipamentos de parques aquáticos e o BNDES (Banco Nacional de desenvolvimento Econômico e Social). O mercado de parques cresce constantemente no Brasil, porém, ainda há necessidade de o brasileiro, criar uma valorização na cultura de parques temáticos e implementar em sua forma de lazer e de recreação.

Sem ter uma cultura própria de parques temáticos no Brasil, os projetos, arquiteturas e shows dos parques, como Beto Carrero World, Parque da Mônica e Hopi Hari entre outros foram totalmente copiados de modelos Internacionais, como o próprio Walt Disney World. No Brasil, os parques mais visitados estão localizados nos centros urbanos, para aproximar o mercado consumidor a que se destina que são populações destas localidades, enquanto os parques aquáticos encontram com maior distribuição entre praias, campo e cidades.

Esta indústria de entretenimento ainda considerada nova, porém trás grandes resultados e sucesso como o Beto Carreiro World de Lapa (SC) e também o parque Beach Park, localizado no Ceará. Os parques temáticos se diferenciam por suas ambientações em suas estruturas físicas, e em suas atrações, sendo temas específicos. Esta tematização está aplicada em parques de entretenimento e diversão como Beto Carreiro World e parques aquáticos como Beach Parque.

Grande parte dos parques temáticos com temas específicos ou de diversões está localizada nos grandes centros urbanos, diferente dos parques aquáticos que estão distribuídos entre as praias, campo e cidades. Seu público alvo direto são famílias, grupos em massa e excursões escolares. Os parques Temáticos específicos no Brasil são maiores dos que os aquáticos e os de diversão. Alguns

parques temáticos considerados como Outdoors, em que possuem temas específicos, e são fixos ao ar livre, tiveram destaques no Brasil como o Hopi Hari, Terra Encantada e Beto Carrero World, nesta categoria também pode se incluir os parques de diversão, como playcenter. O Beto Carrero foi o primeiro na implantação de um parque temático de grande porte, logo após abrindo espaço para outros entrarem no mercado. Outros parques de destaque no Brasil são o Parque da Mônica (Maurício de Souza) do Gugu, da Xuxa, grande parte localizados em shopping center, pois são considerados como fixos indoors, que são temáticos fechados e climatizados, o que possibilita funcionar normalmente a qualquer período do ano sem interrupções climáticas, normalmente de diversão exclusiva.

No Brasil, os parques aquáticos são mais numerosos do que os temáticos, e grande parte está voltada para público infantil, em alguns desses parques como diferencial é cobrado pela altura de cada criança ou pessoa. Uma estratégia para redução de gastos é o fechamento em baixa temporada muitas vezes funcionando somente finais de semana, há grandes investimentos em parques aquáticos estrangeiros no Brasil como Wet 'n Wild, Acquamanía e Beach Park.

4. NINTENDO PLANET

Nintendo Planet constitui-se em um parque temático com tema específico relacionado as franquias de personagens de jogos de videogame da empresa japonesa Nintendo como, Wario, Metroid, Pokémon, Kirby, Legend of Zelda, Star Fox, Donkey Kong, Super Mario Bros, Animal Crossing entre outros, tendo em vista de público alvo adolescentes e família.

Um parque com equipamentos de alta tecnologia High Tech desenvolvido para que os visitantes tenham um melhor contato com o mundo dos jogos de videogame, através dos brinquedos, shows, salões de jogos eletrônicos e outros atrativos que estão divididos por “mini-temas” cada local com um tema de algum jogo.

Outros serviços disponíveis dentro do parque são: loja de souvenirs com grande diversidade em souvenirs, camisetas, acessórios, dos personagens da Nintendo, praça de alimentação com variados produtos: entre loja de doces, lojas de

salgados, lanchonetes, comida natural, restaurantes temáticos e especializados com comidas típicas. O Parque Inclui outros serviços como: área para berçário e fraldário, ambulatório com plantão médico, farmácia e ambulância, até 15 cadeiras de rodas para acesso ao parque sem nenhum custo, correio e caixa eletrônico e agência bancária, guarda-volumes, achados e perdidos sala para repouso com televisão e transporte dentro do parque.

O parque esta dividido em 9 áreas temáticas, Animal Crossing Village, Mario World, Luigi's Mansion, Wario Factory, Kirby 4 kids, Zelda Kingdom, Donkey Kong florest, Metroid, Pokemon Safari. Há avisos de segurança em todas as áreas e brinquedos do parque para que não haja nenhum inconveniente com os visitantes.

4.1 História dos Videogames

Os videogames trazem influência, desde dos seus primórdios até os dias atuais na sociedade, não somente abordam temas de aventura, os jogos em si são desenvolvidos em categorias, desde os conhecidos jogos de aventura, educacionais até simuladores que desenvolvem e trabalham o raciocínio lógico até o físico humano. A indústria do videogame hoje gera mais lucro do que o mercado cinematográfico e o mercado da música. O mercado está representado pela Sony, Nintendo e a Microsoft, os softwares desenvolvidos para estas empresas são grande parte terceirizadas tomando como exemplo produtoras como Capcom, Sega, Actionvision, Rockstar entre inúmeras outras.

Em 1961, grupos de estudantes de Massachusetts Institute of Technology criaram o primeiro jogo eletrônico "Spacewar" testado no computador DEC PDP-1, que era o de melhor em tecnologia na época. Software desenvolvido por Steve Russell, Dan Edwards, Alan Kotok, Peter Sanpson e Martin Graetz, o grupo não pensava em ganhar dinheiro com tal desenvolvimento, uma vez que o aparelho custava 120 dólares na época. Em 1972, Nolan K. Bushnell fundador da Atari Cria o Arcade "Pong" para casas de fliperama, criando um enorme sucesso nos EUA, a Atari leva os seus arcades recém criados, para oriente em conjunto com a Namco para ser distribuidora das maquinas no Japão. Em 1975 Bushnell cria o "Pong" como uma versão caseira e vende 150.000 unidades para Sears Roebuck, com essa

negociação ele consegue logo após uma linha de crédito de 10 milhões de dólares para assim criar a empresa desenvolvedora de jogos e videogames Atari. Ano seguinte em 1976 com sucesso dos consoles caseiros várias empresas de jogos começam a lançar seus próprios consoles.

4.2 Historia da Empresa Japonesa de Videogames Nintendo

A Nintendo já existente desde 1889, fundada por Fusajiro Tamauchi, com nome inicial de Nintendo Koppai, fabricante de Hanafuda (baralho japonês) que era muito utilizado pela máfia japonesa Yakuza. O baralho consiste de 48 cartas diferentes. São 12 conjuntos de quatro cartas cada. Cada conjunto representa um mês do ano e a flor que floresce nessa época. Cada carta é ilustrada com a flor do conjunto e pode, também, conter outros elementos como objetos, animais ou humanos.

A empresa em 1900 com sucesso dos baralhos conseguiu parcerias para distribuição dos jogos de carta todo Japão e conseguiu trazer ao Japão os baralhos ocidentais. Tamauchi se aposenta em 1929 e passa o poder da empresa para seu genro Sekiryō Yamauchi, seguindo ao topo da empresa até o ano de 1949 e passando o poder da empresa para seu filho Hiroshi Yamauchi.

Hiroshi muda o nome da empresa então para Nintendo Karuta Co. Ltd, assim conseguiu levar o hanafuda para o ocidente, com tema dos personagens famosos da Disney. No ano de 1963, Hiroshi mudou definitivamente para Nintendo Co. Ltd. Razão da troca de nome para empresa também trabalhar com outros produtos além de somente jogos de carta.

No ano de 1964 a empresa cria um setor para desenvolvimento de brinquedos para criança, assim foram desenvolvidos jogos para televisão com sensores com armas laser, idéia desenvolvida por um dos atuais “cabeças” desenvolvedoras da Nintendo Shigeru Miyamoto e o falecido criador do vídeo game portátil Gunpei Yokoi desenvolvedores de jogos como Super Mario e o vídeo game portátil Game Boy.

A empresa japonesa em 1981 se instalou nos EUA, concorrendo com a Atari, que já havia dominado o mercado americano, porém com maioria de jogos

ruins, a Nintendo lança então seu primeiro console de mesa Family Computer, empresa teve dificuldades inicialmente em vendas de seus produtos pelo fato do chamado “crash” dos videogames, e não sendo visto inicialmente com bons olhos. Porém a empresa teve crescimentos por ter jogos inovadores, e com gráficos diferentes da época.

A partir dos anos apareceram outras empresas concorrentes diretas no desenvolvimento de videogames como a Sega também empresa japonesa. A Nintendo chega ao Brasil na década de 90 representada pela Play tronicindustrial Ltda que seria uma fusão das empresas Gradiente e Estrela, porém fechada pelos altos preços dos aparelhos e concorrência. Os atuais presidentes da Nintendo São Satoru Iwata da divisão japonesa e Reggie Filsaime da Americana, a empresa hoje está em sua sétima geração de consoles e tem como público alvo jogadores de todas as idades, famílias e pessoa que nunca tiveram contato com jogos através de seu aparelho que utiliza sensores de movimento o Wii.

4.3 Evolução dos consoles da Nintendo

Sim Theme Park, desenvolvido pela Bullfrog Studios, ex-estúdio de Peter Molyneux, "Theme Park" foi lançado em 1994, em versão para PC, mas, ao longo dos anos foi parar em consoles como 3DO, Super Nintendo e PlayStation. Em "Theme Park", as características de simulação se misturam a elementos de humor bastante característicos, ilustrados pela possibilidade de viciar os visitantes com sorvetes adocicados ou de estimular a venda de batatas-fritas com bastante sal para faturar com refrigerantes, só para citar dois exemplos.

O maior desafio é criar um parque economicamente viável, com funcionários para cuidar da limpeza, segurança, manutenção e até da diversão dos visitantes durante as filas. Às vezes, é preciso negociar aumentos salariais, sob risco de greves que podem comprometer o empreendimento como um todo. As atrações são várias, desde as simples, como a casa na árvore, até as fascinantes e indispensáveis montanhas-russas. Este software vai além de um simples jogo de videogame, como visto ele é um simulador de desenvolvimento e administração de parques temáticos.

5. FOZ DO IGUAÇU

Cidade localizada no extremo Oeste do Paraná, a 637 KM de distância da sua capital Curitiba, faz fronteira com mais dois países sendo Paraguai e Argentina, tem como divisas naturais entre estes países, o Rio Paraná (à Oeste) e o Rio Iguazu (ao Sul). O destino é conhecido mundialmente por seus atrativos turísticos, ecológicos, de lazer, cultural e religioso. Uma cidade com mais de 311 mil habitantes sendo ela formada por 72 diferentes etnias, com destaque para os japoneses, chineses, libaneses, paraguaios, argentinos, alemães, italianos, entre outros.

Foz do Iguazu conta com um dos maiores parques hoteleiros do Brasil, além de um aeroporto internacional, servido pelas principais companhias aéreas nacionais. Além das conhecidas atrações turísticas, conta com uma grande variedade de restaurantes, churrascarias, bares e casas noturnas e também o maior shopping center do oeste paranaense.

A rede hoteleira composta por mais de 20 mil leitos destaca-se pela diversidade de hotéis com Centro de Convenções, salas de reunião, área de lazer fazendo com que o organizador encontre em um único ambiente todos os artefatos para realização do evento. Também encontra-se algumas das redes internacionais que estão na cidade como, Oriente Express, Accor, Harbor e Bristol. Ao ano são realizados mais de 400 eventos na cidade, em uma área somatória de 65 mil metros quadrados. Em média a permanência do turista em é de três dias, com gasto médio de US\$ 67,6 (sem hospedagem). Em 2007, foram mais de 729 mil embarques aéreos, em uma região com mais de 72 etnias presentes e 240 estabelecimentos gastronômicos.

6. CONSIDERAÇÕES FINAIS

De acordo com o estudo apresentado, através do referencial teórico e pesquisa realizada sobre parque temático e entrevistas com o público local e turistas referentes a implantação de um tema inovador proposto de jogos eletrônicos, constatou-se que o público de maior interesse é o masculino com idade de 21 a 30 anos, solteiros que viajam com família durante as férias. Pode-se afirmar que este

segmento está cada vez mais ganhando espaço no mundo corporativo em virtude da grande procura ao lazer, a sociedade entende que seu patrimônio são as horas de lazer como satisfação pessoal.

Conclui-se que é de fundamental importância a proposta do Parque Temático Nintendo World, tendo em vista que a cidade de Foz do Iguaçu é um destino consolidado e em expansão, que atrai turistas do mundo todo, através de seus atrativos e qualidade de serviços e infra-estrutura, e necessita de novos produtos turísticos, para atrair maior demanda e aumentar o número e permanência do turista no destino.

Em virtude dos fatos mencionados somos levados a acreditar que a implantação do Temático Nintendo World trará ao destino de Foz do Iguaçu um fluxo maior de turistas, aumentando assim, sua estada no destino. No que diz respeito a sociedade conclui-se que com a implantação desse novo segmento aumentará a geração de empregos e impostos na economia.

7. REFERENCIAL BIBLIOGRÁFICO

ARAUJO, Hermínio. Para uma crítica dos comportamentos. Braga: Editorial Franciscana, 2000.

BAUDRILLARD, Jean. A Sociedade de Consumo. Editora 70, Lisboa, 1981.

CAVALCANTI; M.C. A propósito da lingüística aplicada. Trabalhos em Lingüística Aplicada. UNICAMP, 1986.

EMBRATUR, FADE-UFPE. Estudos Econômico-Financeiro dos Meios de Hospedagem e Parques Temáticos no Brasil. São Paulo: EMBRATUR 2005.

JIMENEZ GUZMAN, Luís Fernando. TEORIA TURÍSTICA. Bogotá: Universidade Autônoma de Colômbia, 1986.

OMT – Organização Mundial do Turismo. Anuários Estatísticos, 2004.



SOJA, Edward. 1996 Thirdspace: journeys to Los Angeles and other real-andimagined places, Cambridge, Mass: Blackwell.