

UNIVERSIDADE ESTADUAL DE PONTA GROSSA SETOR DE CIÊNCIAS
SOCIAIS APLICADAS DEPARTAMENTO DE TURISMO

LEONARDO DE OLIVEIRA ROGOSKI

**A COMERCIALIZAÇÃO DE SOUVENIRS EM PARQUES TEMÁTICOS: O
CASO BETO CARRERO WORLD**

PONTA GROSSA - PR

2022

LEONARDO DE OLIVEIRA ROGOSKI

**A COMERCIALIZAÇÃO DE SOUVENIRS EM PARQUES TEMÁTICOS: O
CASO BETO CARRERO WORLD**

Qualificação de Trabalho de Conclusão de Curso apresentada como parte de avaliação para obtenção do título de Bacharel em Turismo na Universidade Estadual de Ponta Grossa, Disciplina de Orientação de Trabalho de Conclusão de Curso.

Orientador(a): Prof. Dra. Graziela Scalise Horodyski.

PONTA GROSSA - PR

2022

A meus pais que sempre acreditaram em mim, me apoiando e motivando para que eu pudesse perseguir meus objetivos sem limitações, chegando até o fim dessa grande etapa.

AGRADECIMENTOS

Agradeço primeiramente a Deus por me permitir chegar até aqui, enfrentando tantos obstáculos nesses quatro anos para conseguir concluir essa graduação.

Agradeço meus pais e toda a minha família por terem me apoiado do início ao fim deste sonho, me ajudando todas as vezes em que eu não conseguiria sozinho.

Aos amigos Natali, Elton, Amanda, Pamela, Nicolly, Bianca e tantos outros que fiz nesses quatro anos de graduação, os quais dividimos momentos de alegrias e tristezas, além de todo apoio trocado.

A minha orientadora Graziela Scalise Horodyski, que me acolheu desde meu primeiro ano na universidade e me apoiou a todo momento a partir do início da concepção deste trabalho.

A todos os professores do departamento de Turismo da UEPG que desde o início da minha graduação, sempre me trataram com respeito e carinho, me capacitando para ser um ótimo profissional no futuro.

Aos empreendimentos que me deram a oportunidade de estagiar durante esses quatro anos, ajudando a aprimorar meus conhecimentos e obter mais experiência como profissional de Turismo.

A equipe do Parque Beto Carrero World por toda atenção e apoio que me deram para que esse trabalho fosse concretizado.

Aos meus amigos parqueiros que ajudaram com a coleta de informações para complementar essa obra.

Agradeço a meus amigos de infância Daniel e Bianca pelos conselhos durante esses anos de graduação.

Por fim, agradeço a Universidade Estadual de Ponta Grossa pela oportunidade em poder construir um futuro profissional melhor para minha vida.

*“O futuro pertence àqueles que acreditam na
beleza de seus sonhos. Enquanto existir um
sonho, nada é por acaso.”*

João Batista Sérgio Murad (Beto Carrero).

RESUMO

Os parques temáticos também são atrativos turísticos e, assim como os outros atrativos, comercializam souvenirs para que os visitantes possam recordar momentos vividos pelos mesmos. Tendo em vista a recente inserção de parques temáticos no Brasil, verifica-se a necessidade de estudos aprofundados. Portanto, o presente trabalho objetiva-se a identificar quais são os tipos de souvenirs comercializados no parque temático Beto Carrero World com base na obra de tipologia de souvenir da autora Beverly Gordon, publicado em 1986. Este presente trabalho também se concentrou em estudar a contextualização histórica dos parques, entretenimento, lazer e souvenir. Com esse estudo, compreendeu-se o parque Beto Carrero como atrativo turístico e o conceito de souvenir. Para a identificação dos tipos de souvenirs comercializados no parque, utilizou-se do meio de análise exploratória, com caráter qualitativo, resultando na coleta de material por meio de fotografias registradas durante dois dias de visita ao parque. Após a análise de material concluída, discorreu-se sobre os tipos de souvenirs que são comercializados no Beto Carrero World.

Palavras-Chave: Entretenimento, Parques temáticos, Souvenir, Beto Carrero e Lazer

ABSTRACT

Theme parks are also tourist attractions and, like other attractions, sell souvenirs so that visitors can remember moments lived by them. In view of the recent inclusion of theme parks in Brazil, there is a need for in-depth studies. Therefore, the present work aims to identify which types of souvenirs are sold in the Beto Carrero World theme park based on the souvenir typology work by the author Beverly Gordon, published in 1986. This present work also focused on studying the contextualization history of the parks, entertainment, leisure and souvenir. With this study, the Beto Carrero park was understood as a tourist attraction and the souvenir concept. In order to identify the types of souvenirs sold in the park, exploratory analysis was used, with a qualitative character, generated in the collection of material through photographs recorded during a two-day visit to the park. After the material analysis was completed, the types of souvenirs sold at Beto Carrero World were discussed.

Keywords: Entertainment, theme parks, Souvenir, Beto Carrero and Leisure

LISTA DE FIGURAS

Figura 1 - Bakken, o parque de diversões mais antigo do mundo.....	17
Figura 2 - Inauguração da Disneyland em 1955.....	18
Figura 3 - Montanha-russa Super Jet operando no Playcenter	23
Figura 4 - Vila Germânica, primeira área temática do Parque.....	25
Figura 5 - Construção da Firewhip, Primeira montanha-russa invertida do Brasil..	27
Figura 6 - Área temática Hot Wheels.....	29
Figura 7 - Nova área temática 'Nerf' em construção	30
<i>Figura 8 - Redes Sociais como forma de divulgação do Parque</i>	<i>31</i>
Figura 9 – Mapa oficial do Beto Carrero.....	37
Figura 10 - Loja de registros da Fire Whip	40
Figura 11- Pelúcias.....	42
Figura 12 - Produtos Cwboyland	42
Figura 13 - Carrinho Hot Wheels.....	44
Figura 14 - Tartarugas.....	45
Figura 15 - Souvenirs da loja Ilha dos Piratas	46
Figura 16 - Personagens Dream Works	47
Figura 17 - Medievais.....	48
Figura 18 - Romero Brito	49
Figura 19 - Produtos Octoberfest	49
Figura 20 - Castelo das Nações	50

LISTA DE QUADROS

Quadro 1 - Tipologia de Parques.....	19
Quadro 2 – Categoria dos Parques	20
Quadro 3- Ranking dos parques que receberam mais visitantes em 2021	21
Quadro 4 – Principais parques do Brasil em 2022	24
Quadro 5 - Tipologia de Souvenir.....	34
Quadro 6 – Áreas temáticas do Parque Beto Carrero World.....	38
Quadro 7 - Tipologia Área radical.....	41
Quadro 8 - Tipologia Cowboyland/Velho Oeste	43
Quadro 9- Tipologia Hot Wheels	44
Quadro 10- Tipologia Ilha dos Piratas	46
Quadro 11- Tipologia Madagascar (DreamWorks)	47
Quadro 12- Tipologia Vila Germânica	50

SUMÁRIO

SUMÁRIO.....	10
1 INTRODUÇÃO	11
2 FUNDAMENTAÇÃO TEÓRICA.....	13
2.1 O SOUVENIR E SUA CONTEXTUALIZAÇÃO HISTÓRICA.....	13
2.2 LAZER E ENTRETENIMENTO	14
2.3 A HISTÓRIA DOS PARQUES TEMÁTICOS	16
2.4 OS PARQUES TEMÁTICOS NO BRASIL.....	22
2.5 A HISTÓRIA DO PARQUE BETO CARRERO WORLD	25
3 METODOLOGIA.....	33
4 RESULTADOS	35
4.1 O FUNDADOR DO BETO CARRERO WORLD	35
4.2 ÁREAS TEMÁTICAS	36
4.3 SOUVENIRS NO BETO CARRERO	40
4.3.1 AVENTURA RADICAL	40
4.3.2 COWBOYLAND/VELHO OESTE	41
4.3.3 HOT WHEELS	43
4.3.4 ILHA DOS PIRATAS	45
4.3.5 MADAGASCAR (DREAMWORKS)	47
4.3.6 VILA GERMÂNICA.....	48
5 CONSIDERAÇÕES FINAIS.....	52
REFERÊNCIAS	54

1 INTRODUÇÃO

O souvenir é um objeto relacionado à recordação da cultura de um destino turístico, sendo específico de cada local onde é vendido. Na maioria das vezes, os souvenirs são adquiridos pelo turista tendo como finalidades: presentear alguém que não esteve presente junto a si durante sua viagem, recordar a visita feita para outro local ou buscar eternizar as boas memórias e experiências vivenciadas durante a visita de um destino turístico, visto que cada passeio feito e lugar conhecido alimentam inesquecíveis histórias para o mesmo (SOUVENIRS WORLD, 2022).

Nos parques temáticos, encontra-se uma diversidade de souvenirs que se caracterizam de acordo com as áreas temáticas desses parques. No Brasil há uma variedade de parques temáticos que buscam atender cada tipo de públicos proporcionando entretenimento e lazer. Esses parques podem ser caracterizados como parques secos ou molhados (VIANNA, 2019).

Entretanto, no quesito “parques de diversão de grande porte”, encontramos apenas três no Brasil, que são: Hopi Hari, no estado de São Paulo; Mirabilandia, em Pernambuco; e o Beto Carrero World localizado em Santa Catarina. Esse último considerado o maior Parque Temático da América Latina e eleito cinco vezes consecutivas pelo Travelers Choice do TripAdvisor como o melhor parque de diversões da América do Sul (ADIBRA, 2022).

Portanto, a partir dessa discussão, encaminhou-se o seguinte problema de pesquisa: Quais são os tipos de souvenirs comercializados no Parque Temático Beto Carrero World, em Santa Catarina?

Consequentemente, o presente trabalho fundamenta-se como análise exploratório, com caráter qualitativo e se desenvolve em torno da comercialização de souvenirs no parque temático Beto Carrero. O tema foi escolhido, após efetuar buscas em sites acadêmicos por obras e materiais relacionadas ao assunto, mas não foi constatado a existência de estudos que abordem diretamente a questão do consumo de souvenir nos parques temáticos do Brasil. Com isso, observou-se que o tema “souvenir” dentro do universo dos parques temáticos é pouco explorado no Brasil.

Diante disso, entendendo a importância que o souvenir e os parques temáticos têm no turismo, este trabalho científico tem como objetivo geral analisar a oferta de Souvenirs do Parque Temático Beto Carrero World em Santa Catarina. Para atender o objetivo geral tem-se os objetivos específicos: Caracterizar o Parque Temático Beto

Carrero World como um atrativo turístico; compreender o conceito de souvenir; identificar os souvenirs comercializados no Parque Beto Carrero World.

Com o intuito de atender a esses objetivos, a metodologia realizada, busca reconhecer os tipos de souvenirs comercializados nesse parque. Por meio de material bibliográfico, contextualiza-se os conceitos de parques temáticos, souvenirs, lazer e entretenimento. Após essa primeira parte de estudos, prossegue para a etapa de pesquisa de campo que ocorreu no Beto Carrero World, onde foram coletados materiais a partir de registros fotográficos dos tipos de souvenirs vendidos em cada área temática do parque temático e após isso, em gabinete, o material coletado foi interpretado com base no modelo de tipologia de souvenirs de Gordon (1986).

Sendo assim, esse trabalho é dividido em cinco capítulos. No capítulo 1, apresenta-se a fundamentação teórica contextualizando souvenir, lazer, entretenimento, a história dos parques temáticos no Brasil e no mundo e também a história do parque Beto Carrero World, buscando caracterizá-lo como um atrativo turístico.

No capítulo 3 apresenta a metodologia de trabalho dessa obra para em seguida no capítulo 4 onde com as pesquisas de campo já realizadas, são identificados e descritos os souvenirs do Beto Carrero por meio do método de Gordon (1986), obtendo os resultados e considerações finais de todo o material desenvolvido.

2 FUNDAMENTAÇÃO TEÓRICA

A fundamentação teórica do presente estudo é dividida em quatro partes, sendo elas: o souvenir; lazer; entretenimento; parques temáticos e o parque temático Beto Carrero. A partir da contextualização histórica e a evolução de cada um até os dias atuais, será caracterizado o Parque Temático Beto Carrero World como um atrativo turístico e a partir disso, compreender como se dá a comercialização de souvenir no local, que posteriormente, será o local de estudo.

2.1 O SOUVENIR E SUA CONTEXTUALIZAÇÃO HISTÓRICA

O termo “souvenir” é uma palavra francesa, que significa “lembrar”, referente as lembranças e memórias culturais resgatadas por meio do objeto adquirido durante a viagem (MERRIAM-WEBSTER, 2022). Esses objetos geralmente são ofertados em espaços onde há circulação de turistas e adquiridos pelos mesmos (HORODYSKI, 2014).

Segundo Paula e Mecca (2014), os souvenirs são uma forma de tornar a experiência do visitante mais tangível, proporcionando, boas recordações do que foi vivido durante a experiência. Com isso, nota-se o souvenir como um objeto que possui grande valor durante uma viagem, visto que, após o fim do passeio, ele é responsável por rememorar os momentos vividos pelo turista, representando ainda de forma material um vínculo com o local visitado e com toda a imersão cultural por qual o visitante passa durante o período de sua visita ao destino (FREIRE-MEDEIROS; CASTRO, 2007).

Sobre isso, Torres (2014) destaca que

Todos e quaisquer objetos que possuam características que permitam ao turista relembrar experiências vividas em locais que não o seu de origem, podem ser considerados souvenir. Tais objetos encontram-se nas mais variadas formas, com diferentes utilidades e, são comprados em contextos que não se relacionam, fazendo com que cada objeto tenha um significado diferente para cada pessoa que o compra, uma vez que traz agregadas memórias adquiridas no destino visitado. Esse objeto é considerado o “turismo palpável”, ou seja, a tangibilidade da experiência turística que, por sua vez, é intrinsecamente intangível. (TORRES, 2014, p. 18).

De tal maneira, nota-se que, o souvenir contribui para ampliar ainda mais na experiência dos turistas durante e após uma viagem, pois esses objetos agregam um

valor sentimental à memória, visto que, é um objeto relacionado a recordação da cultura de um destino turístico. Freire-Medeiros e Castro (2007) destacam o souvenir como uma forma de testemunho da viagem realizada, como peça fundamental de memória e como suportes da dádiva quando passam das mãos do turista para as de seus familiares e amigos na volta ao lar. Para os autores, os souvenirs são o que o viajante traz consigo criando um vínculo entre o local visitado e seu lar.

Paula e Vianna (2016) ressaltam a importância dos souvenirs pois possuem grande valor para o turismo, visto que os consumidores buscam através desses produtos, eternizar as experiências vividas. As autoras também destacam que souvenirs representam a cultura local, os modos e costumes da comunidade, proporcionando ao turista, a oportunidade de estar em contato com novas culturas durante sua viagem. Sobre isso, Paula e Mecca (2014) discutem a importância da relação entre o souvenir e a imagem turística, pois segundo os autores, há uma importância na vinculação desses dois por conta da promoção do lugar e, para isso, ele deve estar idealizado com base nas características do destino representado, sendo essas características; culturais, naturais e étnicas.

Gordon (1986) aponta que os souvenirs se encaixam em diferentes tipologias, podendo ser necessariamente qualquer objeto em geral que contenha a marca do local como miniaturas, chaveiros, bonés ou lápis ou algo que remeta a sua cultura como um artesanato, um produto gastronômico, vestuário, pedras, entre outros objetos que estejam vinculados ao momento de lazer e entretenimento do turista.

Os souvenirs também estão presentes nos parques temáticos, onde é possível encontrar lojas específicas em cada área temática, geralmente próximo as atrações e brinquedos.

2.2 LAZER E ENTRETENIMENTO

Diante dos diversos tipos de turismo, como o Turismo de aventura, gastronômico, cultural e religioso. O turismo de lazer com o passar dos anos veio evoluindo e apropriando-se de um espaço na atual sociedade brasileira e mundial (MENOIA, 2000) tendo um crescimento mais intenso após as décadas de 1970 e 1980 na Era pós-industrial (TRIGO, 1998). Está ligado com o tempo

livre e com a cultura do lazer (GUEDES, 2009), exercendo consequências sobre o trabalho, a família e a cultura. Após o desenvolvimento das indústrias, modificou-se a carga de trabalho, proporcionando mais direitos trabalhistas, as pessoas puderam ter mais tempo de repouso e passaram a praticar atividades de lazer (DUMAZEDIER, 2000).

Por anos, foi utilizado como referência o modelo de definição de lazer do autor Dumazedier (1976) tanto no Brasil quanto em outros países. Esse autor define lazer como;

Um conjunto de ocupações as quais o indivíduo pode entregar-se de livre vontade, seja para repousar, seja para divertir-se, recrear-se e entender-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).

Nesse sentido, o lazer completo é liberatório, de livre escolha sem nenhum fim lucrativo, onde as expectativas superam as necessidades (MENOIA, 2000). Entretanto, Gaelzer (1979) aponta fragilidades e incoerências nesse modelo de definição e destaca o lazer como harmonia entre o desenvolvimento integral e a disponibilidade de si mesmo. É um estado mental ativo associado a uma situação de liberdade, de habilidade e de prazer.

Já o entretenimento se originou ao longo da história por meio a diversas atividades como brincadeiras de rua, jogos, festas, procissões e circos (TRIGO, 2003), sendo uma das principais fontes de lazer na contemporaneidade moderna (ORIGUELA; SILVA, 2015). O termo “Entretenimento” é de origem latina que vem do inter (entre) *tenere* (ter), considerado sinônimo de divertimento e passatempo (HOUAISS; VILLAR, 2001) sendo caracterizado pela busca ao prazer (LEONARDE; UVINHA, 2016).

Segundo Trigo (2003) o conceito propriamente dito de entretenimento só veio a existir de forma mais específica entre os séculos XIX e XX, como resultado da estruturação do capitalismo pós-industrial, estabelecendo rapidamente em países com melhor desenvolvimento econômico, vindo a ser o setor que mais cresceu em relação ao turismo. Ainda de acordo com Trigo (2003, p. 24);

Entretenimento é algo relativamente novo no mundo e refere-se a atividades programadas e geralmente pagas. O termo está ligado a

conceitos expressos especialmente pelo empresariado norte-americano, da mesma forma que conceitos como lazer remetem aos sociólogos europeus.

Tendo em vista essa contextualização histórica do entretenimento, nota-se que, apesar das atividades que fazem parte do conceito não serem novas, o termo se destaca no crescimento econômico e grande relevância cultural e social até os dias atuais. Para tanto, levando em consideração a ligação que o entretenimento possui com o divertimento, distração e passatempo, podem ser elaboradas atividades que busquem atender nichos específicos, como jovens, terceira idade, executivos, entre outros (MARQUES; LEITE, 2006). Isso resultou em um amplo número de empreendimentos desse setor, tendo como um dos pioneiros os parques temáticos e de diversões.

2.3 A HISTÓRIA DOS PARQUES TEMÁTICOS

Dentro do conceito de divertimento e dos variados meios de lazer em um mundo globalizado, surgiram os parques, como uma forma de entretenimento para a sociedade sendo uma alternativa em oposição à rotina diária, podendo ser eles de diversões ou temáticos (SILVA; MARQUES, 2016).

Os parques de diversões surgem como elementos fundamentais na busca do entretenimento e na prática do lazer uma vez que, podem proporcionar formas de relaxamento e alívios de tensões nervosas, entrosamento social e favorecer a autoexpressão, através de um lazer criativo (SUPINO, 2006, p.6)

Segundo Ashton (1999), a cultura dos parques temáticos se iniciou na Europa, nos tempos medievais (1400-1500) quando surgiram em forma de jardins. Sendo conhecidos como “Jardins do Prazer”, se localizavam nos arredores das grandes cidades e proporcionavam entretenimento à população com atividades de queima de fogos, jogos, contemplação de artes e plantas raras. A popularidade desses jardins durou até meados do século XVIII, quando episódios relacionados aos movimentos políticos da Revolução Francesa ocasionaram o fechamento de diversos parques. Com isso, apenas um permanece aberto na atualidade, que é o parque Bakken, localizado em Lyngby-Taarbæk Kommune, Dinamarca, próximo a Klampenborg, sendo considerado o maior e mais antigo parque de diversão do mundo (ASHTON, 1999). Na figura a seguir podemos observar um pouco das atrações que fazem parte do seu portfólio e também como está o parque temático na atualidade.

Figura 1 - Bakken, o parque de diversões mais antigo do mundo



Fonte: SERTURISTA (s.d.).

Após os ocorridos relacionados aos movimentos políticos da Revolução Francesa que ocasionaram no fechamento dos parques, o setor de parques de diversões vinha se degradando, como é apontado por Valente (2006). Eis que então, surgem os parques temáticos no início de 1940, sendo uma revolução na área de parques por se tratar de uma evolução dos parques de diversões. Um dos primeiros parques nesse estilo foi inaugurado em 1949 na cidade de Buena Park nos Estados Unidos com tema natalino (YOUNGER, 2017). Mas o sucesso desse novo setor de parques viria logo após a inauguração da Disneyland.

Em 1955, a inauguração da Disneyland por Walt Elias Disney na cidade de Anaheim, Califórnia, Estados Unidos provocou o reconhecimento por todo o mundo dessa indústria, iniciando uma explosão de empreendimentos que inspirados pela Disneyland que se reestruturaram ou foram inaugurados em suas respectivas cidades com o propósito de se obter o mesmo sucesso. Aliado ao sucesso de seus personagens na mídia, Disney trouxe inovações para a indústria de parques. (VIANNA, 2019, p.13-14).

Ainda segundo Viana (2019), a Disneyland foi um marco para a indústria de parques temáticos modernos, revolucionando o setor, Walt Disney então mesmo sobre duras críticas, acreditou no potencial econômico da classe média daquele país

e levou seu sonho adiante desenvolvendo um novo conceito de parque com um tema central visando a diversão em família e assim inaugurando o parque temático mais famoso do mundo. Na figura 2 pode-se observar a Disneyland em seu dia de inauguração:

Figura 2 - Inauguração da Disneyland em 1955



Fonte: Efemérides do Éfemello (2015).

No período em que ocorreu a inauguração do que viria ser o primeiro parque de uma das empresas mais bem sucedidas da atualidade, o desenvolvimento no sistema de transporte estava envolvido na estratégia de lançamento, pois ocorreu na época da popularização do automóvel, visto que isso facilitaria para que as pessoas visitassem o parque independente da sua localidade (PAIVA, 2012).

Segundo Paiva (2018) algumas das propostas do primeiro parque da Disney iam além do divertimento e entretenimento, mas também proporcionar felicidade e conhecimento por meio das experiências que os visitantes teriam. Para isso, além dos brinquedos, Walt Disney inseriu em seu parque áreas de visitação, alimentação e compras tematizadas de acordo com toda a história do parque.

Além da Disney, outros importantes grupos corporativos norte-americanos, como Universal Studios Inc, Busch Entertainment e Six Flags, também se destacam no mercado de Parques de Diversões na América do Norte. O formato do Parque Six Flags over Texas fez também muito sucesso nos Estados Unidos, atraindo uma demanda em busca de fortes emoções e aventura, famoso por montanhas-russas radicais (VALENTE, 2006, p.48).

Passado o sucesso que foi a inauguração do primeiro parque da Disney, houve novas tentativas por meio de outros empresários em também ter seu próprio parque temático, mas sem êxito. Ashton (1999) relata que o tamanho, o custo e a infraestrutura complexa desses empreendimentos dificultavam sua permanência no mercado. Entretanto, em 1961 surge o “Six Flags Over Texas” com estrutura suficiente para competir com a Disneyland (ASHTON, 1999).

Além disso, Ashton (1999) destaca que é a partir daí que vemos o mercado finalmente se expandir com novos parques nas décadas de 1970 e 1980 pelos Estados Unidos, Europa e Japão. Em outros países como China, Brasil e o resto da América Latina, essa popularização se deu a partir da década de 1990, promovendo a internacionalização dos parques (VIANNA, 2019), que foi quando ganharam popularidade mundial, tendo a popularização do transporte aéreo como um dos fatores responsáveis por esse feito (ASHTON, 1999).

Tendo em vista que, quando os parques temáticos surgiram no mercado, já haviam outros tipos de parques de diversões, desde então a nomenclatura desses empreendimentos sempre foi motivo de desarranjo dentro da tipologia de parques, principalmente em ações de propaganda e marketing (VIANNA, 2019).

Para tanto, com base em Viana (2019) criou-se um quadro para melhor facilidade de compreensão sobre as categorias dos parques de diversões que são subdivididos da seguinte maneira;

Quadro 1 - Tipologia de Parques

TIPOLOGIA DOS PARQUES	DEFINIÇÃO
Centro de Entretenimento Familiar (CEF)	Parque de diversão com território significativamente inferior aos parques de diversões tradicionais, direcionado a um segmento de público ou mercado específico.
Parques Itinerantes	Parque de diversão com estrutura móvel que o permite viajar entre cidades, montando seus dispositivos em terrenos de tamanho médio ou grande, ficando estabelecido por meio de temporada ou até quando desejarem mediante contrato de aluguel com o poder público e/ou estabelecimentos comerciais ou terrenos privados.

Parques Aquáticos	Parque de diversão que têm toboáguas e equipamentos que envolvam água como principais dispositivos de entretenimento, como piscinas de ondas e rios lentos.
Parques de Aventura	Parque de diversão cujos dispositivos são voltados para a exploração de forma radical em atrativos naturais, como montanhas, árvores, lagos, rios, entre outros, associando-se com a prática de ecoturismo e finalmente
Parques Temáticos	Parque de diversão com sua totalidade envolta por um tema ou enredo, ou com apenas suas atrações e áreas baseadas em temas diversos, que podem dialogar ou não com o tema principal do parque

Fonte: Elaborado pelo autor (2022), adaptado de Vianna (2019).

Alcobia (2004) ainda destaca que um parque temático se diferencia de um parque de diversões por ter estruturas baseadas em um tema central. Silva e Marques pontuam também que, para um parque ser considerado temático, necessita ter um tema em toda a sua construção, já um parque de diversões se distingue por não necessitar uma tematização geral como ocorre nos parques temáticos e por serem subdivididos em categorias, sendo algumas delas: móveis (itinerantes) ou fixos, secos ou molhados, ou ainda *indoor* ou *outdoors* (SALOMÃO, 2000).

Quadro 2 – Categoria dos Parques

CATEGORIA	DEFINIÇÃO
Parques Fixos	São aqueles construídos em um local com endereço único e fixo.
Parques Moveis	Percorrem variadas localidades e são montados em diferentes locais ao longo do ano.
Parques Secos	Podem ser parques fixos ou moveis que possuem atrações que não envolvem atrações movidas a água.
Parques Molhados	São os parques aquáticos, que têm a maioria das suas atrações montadas e funcionando movidas à água.
Parques <i>Indoors e Outdoors</i>	Referem-se ao fato de serem construídos em áreas fechadas ou abertas.

Parques Híbridos	Uma combinação de vários tipos de parques dentro de um só
------------------	---

Fonte: Elaborado pelo autor (2022), adaptado de Valente (2006).

No turismo, os parques junto a popularização do transporte aéreo, contribuíram para que houvesse mais demanda, e por meio disso, os parques desde então não param de crescer e se reinventar, sempre trazendo novos tipos de brinquedos e shows, atraindo público de diversos estilos e idades, proporcionando uma grande variedade pelo mundo (VIANNA, 2019). Segundo os relatórios divulgados pelo Architecture, Engineering, Construction, Operations, and Management (AECOM) em 2021, os parques que mais receberam visitantes durante o ano de 2020, foram:

Quadro 3- Ranking dos parques que receberam mais visitantes em 2021

Ranking	Parques	Número de visitantes
1°	Magic Kingdom (Walt Disney World)	12,691,000
2°	Disney's Hollywood Studio (Walt Disney World)	8,589,000
3°	Disneyland Park	8,573,000
4°	Shanghai Disneyland	8,480,000
5°	Epcot (Walt Disney World)	7,752,000
6°	Chimelong Ocean Park	7,452,000
7°	Disney's Animal Kingdom (Walt Disney World)	7,194,000
8°	Tokyo Disneyland	6,300,000
9°	Tokyo DisneySea	5,800,000
10°	Universal Studios Japan	5,500,000

Fonte: Elaborado pelo autor (2022), baseado na AECOM (2021).

Com base nesse *Ranking* divulgada pela AECOM, em 2021, nota se que pouco mais da metade dos parques da lista são do grupo Disney e, também, que de boa parte desses parques está situado nos Estados Unidos. Levando em consideração todo o contexto abordado acima, conclui se que o fator de sucesso do primeiro parque da Disney colaborou para que outros parques viessem a ser inaugurados tempo depois pelo território dos Estados Unidos conseguindo ter tanto sucesso quanto o mesmo. Também devemos destacar o fato de que após a “receita de sucesso” da Disney ter dado certo, eles seguem investindo nessa área até os dias atuais e mantendo o sucesso desde sua inauguração (VIANNA, 2019)

Outro fator que também chama atenção é o fato de que não há nenhum parque temático brasileiro entre os dez parques mais visitados do mundo. Adiante será abordado na contextualização histórica dos parques temáticos no Brasil, buscando compreender como se deu início à Era desses parques pelo país e o panorama atual.

2.4 OS PARQUES TEMÁTICOS NO BRASIL

No Brasil a história dos parques torna-se complexa de se relatar já que no país, essa nunca foi uma área devidamente explorada, tendo assim um número relativamente baixo de pesquisadores e número restrito de pesquisas e registros bibliográficos para referência. No Brasil, o surgimento dos parques não se deu pelos mesmos motivos do que das regiões da Europa e América do Norte que passavam pela urbanização em massa. Em território brasileiro não ocorria isso, além de não possuir cidades com o mesmo porte das regiões citadas, não havia uma demanda tão expressiva para atender (PAIVA, 2018). Para tanto, como finalidade inicial Bovo (2008) aborda que;

No Brasil, o parque é criado como figura complementar ao cenário das elites emergentes, que controlavam a Nação e procuravam construir uma configuração urbana compatível aos modelos ingleses e franceses (BOVO, 2008, p.75).

Segundo Martins (2004), a história dos parques tem início no Brasil em 1899 no Rio de Janeiro, com o parque Fluminense idealizado por Paschoal Segreto, que por esse feito ganhou o título de “ministro da diversão”, o parque oferecia áreas de lazer e entretenimento para os seus visitantes. Já na década de 1920 surgiram os parques itinerantes pelo país, a maioria dos equipamentos eram trazidos pelos imigrantes italianos e americanos que percorriam o país entretendo os brasileiros com suas máquinas de diversão como relata Valente (2006).

Os parques temáticos no Brasil tiveram seu início na década de 1970 com o Playcenter inaugurado 1973, localizado na cidade de São Paulo, tendo sido considerado o maior parque temático da época no país (PORTAL G1, 2017). O Playcenter foi o primeiro parque urbano do país e inovou importando a primeira montanha-russa para o Brasil (PAIVA, 2018) denominada “Super Jet”, possuía 16 metros de altura e atingia até 80km/h em durante seu percurso (PLAYCENTER, s.d.).

Conforme a figura 3, pode-se observar o brinquedo operando no parque em seu ano de inauguração.

Figura 3 - Montanha-russa Super Jet operando no Playcenter



Fonte: Site oficial Playcenter (s.d.).

Entretanto, os parques temáticos tiveram seu auge no país a partir dos anos 1990 e 2000, quando novos empreendimentos começaram a operar, dentre eles estavam o Beto Carrero, fundado em 1991, em Penha, Santa Catarina; Terra Encantada, construído em 1998, no Rio de Janeiro com o propósito de ser a “Disney brasileira” (EXTRA, 2010); Mirabilândia, localizado entre Recife e Olinda e que inaugurou em 2002, sendo o maior parque fixo do nordeste até os dias de hoje (HAPFUN, 2019); e o Hopi Hari situado em Vinhedo, São Paulo e que abriu suas portas em 1999 (FOLHA DE SÃO PAULO, 2000).

No entanto, a partir de 2010 o setor de parques no país que já estava com problemas, teve uma queda brusca: Parques como Playcenter, Terra encantada e Hopi Hari tiveram prejuízos ocasionados por motivos diversos, dentre os quais, estavam fatores como, acidentes fatais em brinquedos, custo de manutenção e aluguel do terreno, que somado à falta de divulgação, levou a diminuição de público, causando o fechamento desses parques e a venda dos equipamentos. Com exceção do Hopi Hari que foi reaberto em 2016 sob recuperação judicial como informa o portal G1 (2017).

Para Paiva (2018), nos dias atuais, o quadro de parques temáticos do Brasil se tornou outro. Além de seu objetivo inicial em proporcionar lazer e entretenimento, também se tornaram fundamentais no turismo, visto que são motivações de deslocamento de turistas, que acaba impactando positivamente no desenvolvimento econômico das cidades onde estão situados.

Desse modo, esses espaços são importantes atrativos turísticos contribuindo para promoção do lazer e entretenimento do público de forma atemporal no Brasil uma vez que as características climáticas contribuirão para o seu funcionamento durante o ano todo gerando uma boa renda de lucro e movimentando a economia local. Desde o início da instalação desses empreendimentos na década de 1970 até os dias atuais, alguns parques encerraram suas atividades, visto isso, segundo o TripAdvisor (2022), os principais parques temáticos situados no Brasil nos dias atuais são:

Quadro 4 – Principais parques do Brasil em 2022

Parque	Localização
Beto Carrero World	Penha, Santa Catarina
Hopi Hari	Vinhedo, São Paulo
Eco Parque Arraial	Porto Seguro, Bahia
Mundo a Vapor	Canela, Rio Grande do Sul
Beach Park	Aquiraz, Ceará
Mirabilândia	Olinda, Pernambuco
Thermas dos Laranjais	Olimpia, São Paulo
Wet 'n wild	Itupeva, São Paulo
Mini Mundo	Gramado, Rio Grande do Sul
Parque da Mônica	Jurubatuba, São Paulo

Fonte: Elaborado pelo autor (2022), baseado em dados do Tripadvisor (2022).

Levando em consideração que o país não possui um contexto histórico tão antigo como de outros países e poucos empreendimentos presentes em solo brasileiro pelo alto custo de manutenção conforme foi abordado durante a contextualização histórica dos parques temáticos. Pelo quadro anterior, nota-se que mesmo com esses fatores, o Brasil tem parques importantes que estão situados quase que por todo o território e, mesmo com o alto custo de manutenção desses empreendimentos, eles seguem se mantendo. Aliás, alguns parques aparecem em listas de maiores do

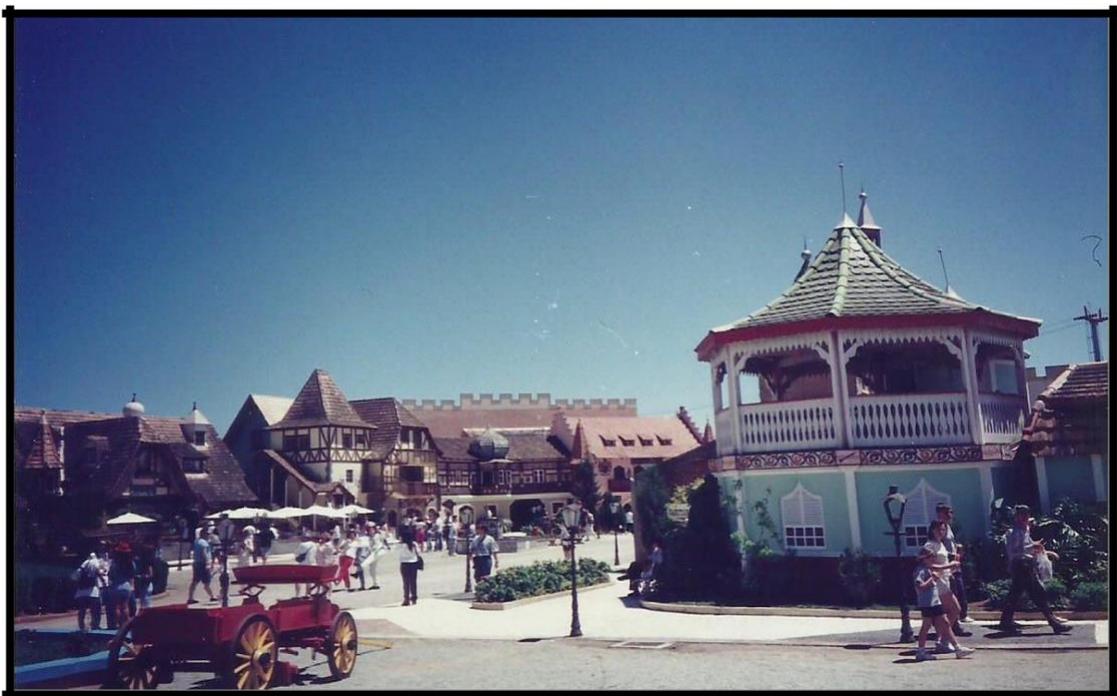
mundo, como no caso do Beto Carrero World, outros são destaques pelos grandes tobogãs de água, que é o que ocorre com os parques aquáticos (AECOM, 2021). Portanto, mesmo com alguns empecilhos negativos, o Brasil torna-se um parque um país atrativo para construção desses empreendimentos, principalmente por conta do clima, visto que não neva, então os parques podem ficar abertos pelo ano todo.

2.5 A HISTÓRIA DO PARQUE BETO CARRERO WORLD

O atrativo escolhido para o desenvolvimento desse trabalho foi inaugurado em 28 de dezembro de 1991, em Penha, cidade litorânea do estado de Santa Catarina, localizada a cerca de 35 quilômetros de Balneário Camboriú.

Segundo o site Beto Carrero (2022), o parque foi inaugurado com apenas alguns brinquedos infantis, duas lonas de circo e uma área temática que representava uma vila germânica, construída em homenagem as famílias alemãs que se instalaram na região quando chegaram ao Brasil como mostra a figura 4.

Figura 4 - Vila Germânica, primeira área temática do Parque



Fonte: Página no Facebook Memórias Beto Carrero World (2022).

Com o passar dos anos, novos brinquedos foram adquiridos pelo empreendimento. Dentre os mais famosos estavam uma montanha-russa que por algum tempo, foi a montanha-russa mais extensa do país, possuindo 731,5 metros

de extensão; um teleférico que atravessava o parque, possibilitando ao visitante uma visão privilegiada do local; e uma torre de queda livre, única no país (BETO CARRERO, 2022).

O Beto Carrero World cresceu com o passar dos anos, tanto em sua estrutura, quanto no número de visitantes, tornando-se o maior parque da América Latina e um dos maiores do mundo, conforme o site oficial do parque (2022). Segundo Paiva (2018), o crescimento e expansão do parque influenciou positivamente no desenvolvimento do município de Penha, onde estava localizado e por meio disso,

Sua infraestrutura, em constante expansão, vê surgir grandes redes de hotelaria e restaurantes, a fim de suprir as novas necessidades da cidade, que precisa agora comportar o grande número de visitantes que começam a surgir nos períodos de alta temporada de visitação do parque (PAIVA, 2018, p.34).

Paiva (2018) ainda destaca que a expansão do Beto Carrero World, influenciou na geração de empregos, não só para os moradores de Penha, mas também de toda a região, além de tornar o nome da cidade em evidencia nacional e internacional, impulsionando o comércio local.

Nos dias atuais o complexo possui mais de cem atrações espalhadas por um total 14 milhões de metros quadrados, sendo apenas quatro milhões ocupados por áreas temáticas com brinquedos, shows, praça de alimentação, lojas de souvenir e um Zoológico. Com um alto número de visitantes anuais, o Beto Carrero World se consagrou como o maior parque da América Latina (PAIVA, 2018).

Seu fundador, João Batista Sérgio Murad, mais conhecido pelo personagem “Beto Carrero”, desde a abertura do parque fez altos investimentos, adquirindo novos brinquedos e atrações a cada ano que passava. O último brinquedo adquirido pelo próprio João Batista antes de sua morte em 1 de fevereiro de 2008, foi uma montanha-russa invertida, ou seja, com os trilhos em cima do passageiro deixando seus pés livres. Sua montagem foi finalizada apenas em dezembro de 2009, recebendo o nome de “Firewhip”, que traduzido para o português significa chicote de fogo, nome dado em homenagem ao falecido João Batista (UOL, 2008). Na figura 5, observa se o registro da época durante a construção da Firewhip.

Figura 5 - Construção da Firewhip, Primeira montanha-russa invertida do Brasil



Fonte: Pagina no Facebook Memorias Beto Carrero World (2022).

Após esses acontecimentos, não ocorreram investimentos em novos brinquedos de grande porte por parte dos gestores do parque, mas, ainda assim, o Beto Carrero teve aumento do número de visitantes a cada ano que passou. A falta de concorrentes no Brasil e os valores altos de impostos de importação de equipamentos, foram alguns dos fatores que ocasionaram na decisão do parque em não trazer novos brinquedos e assim, optando por investir na renovação de suas antigas atrações (HAPFUN, 2019). Segundo resultados de pesquisa realizados pela AECOM (2018) sobre o número de visitantes nos parques ao redor do mundo, o Beto Carrero fechou 2018 com 2,2 milhões de visitantes, crescendo 3,7% em relação a 2017 e entrando no ranking dos vinte melhores parques temáticos do mundo, sendo eleito o melhor parque da América latina pelo sexto ano consecutivo segundo o TripAdvisor Choices (2019).

Mesmo sem, adquirir novas atrações na última década, o Beto Carrero World procurou outras alternativas para trazer o aumento desejado de visitantes anualmente, como o melhoramento do paisagismo do parque, plantando jardins, pintando as calçadas para deixar o lugar mais “alegre” e implantando placas de

informações e curiosidades, deixando o parque mais organizado para os visitantes como relata o site especializado em parques Hapfun (2019).

Outra estratégia adotada pelo Beto Carrero foi estabelecer parcerias internacionais com franquias de sucesso, como a da produtora Dreamworks para reformular atrações antigas, tematizando com personagens famosos. Essa estratégia trouxe a primeira mudança em 2013, quando a atração aquática Império das águas foi totalmente repaginada, onde foram inseridas novas cores junto com os personagens da animação Madagascar, mudando o nome do antigo brinquedo para “Crazy river” (PANROTAS, 2012). Além da reforma do brinquedo, a nova área temática também ganhou um novo espaço, com show dos personagens, denominado “circus show” inspirado no terceiro filme da franquia (BETO CARRERO, 2019).

Segundo o site Beto Carrero (2019), a parceria com a Dreamworks também trouxe personagens de outros filmes para o parque mesmo sem necessariamente haver uma atração tematizada para cada um. Personagens de filmes como Shrek, Megamente e Kung Fu Panda, se encontram espalhados por outras áreas temáticas no parque tirando fotos e interagindo com os visitantes, além de fazerem parte dos shows de natal.

Outra parceria firmada pelo empreendimento foi com a Universal Studios também em 2013, gerando uma reformulação em um show de carros já existente no parque denominado “Extreme Show”, já sua nova tematização teve como inspiração a franquia Velozes e Furiosos (VIAGEM, 2018), parceria essa que durou até meados de 2018 quando o Beto Carrero World fechou uma nova parceria com a Mattel, maior fabricante de brinquedos do mundo, reformulando novamente o show do Velozes e Furiosos para um show da Hot Wheels, marca de carrinhos em miniaturas. Conforme pode ser visto na figura 6, além do show, a nova área temática conta com restaurante e uma ala infantil, ambientes antigos que também foram remodeladas ao estilo da atração sendo inaugurados em julho de 2018 como informa o Jornal de Turismo (2018).

Figura 6 - Área temática Hot Wheels



Fonte: Acervo particular do autor, (2022).

Em uma declaração cedida ao Jornal do Turismo (2018), o antigo CEO do parque, Rogerio Siqueira, durante a inauguração da nova área tematizada relatou: “essa parceria entre as duas marcas é uma oportunidade de reafirmar o compromisso e dedicação que o Beto Carrero tem para proporcionar uma experiência cada vez mais especial e imersiva para todos os visitantes”.

Pode-se perceber que o investimento em fatores como a criação de parcerias, a retematização de atrações já existentes, o cuidado com o paisagismo e inserção de placas de sinalização pelo parque foram aspectos importantes para manter o crescimento de visitação nesses últimos anos. Tais fatores evitaram que o parque se mantivesse na monotonia tornando o reaproveitamento de atrações antigas utilizando novas temáticas, algo que despertasse o interesse dos visitantes.

Nos anos seguintes, o Beto Carrero World, promoveu mudanças mais profundas pelo parque, isso se deu por conta do empréstimo que o parque fez ao Banco Nacional de Desenvolvimento Econômico e Social (BNDES) no início de 2019, sendo no valor de 50,4 milhões. Já 58,5% do projeto de investimento, veio da própria companhia que entrou com mais uma parte totalizando no valor de 86,1 milhões que foram destinados a melhorias, construções de novas áreas temáticas como a “Cowboy Land” e ampliações de áreas já existentes no parque como da “Mattel/Hot Wheels”, e, ainda, construção de tanques para tartarugas marinhas e espaços voltados à educação ambiental denominados “Projeto Tamar” (BNDES, 2019).

Essas mudanças deram início com ampliação da estação de trem que existe no parque, possibilitando aos visitantes uma área com cobertura enquanto esperam na fila da atração, logo em frente à estação também, foi construído uma nova sorveteria. Outra mudança significativa foi a modificação de cores do castelo das nações que é a entrada do parque e também um de seus cartões-postais, a pintura passou de abstrata para algo mais colorido retratando blocos de lego (BETO CARRERO, 2021).

Além disso, o parque possuía alguns espaços com atrações antigas sem funcionamento e isoladas há algum tempo, como a área temática West Selvagem que apresentava shows típicos de cowboys. Essa área foi demolida para dar lugar a uma nova área temática dos brinquedos NERF (figura 7), em parceria com a marca de brinquedos Hasbro, essa área é prevista para estrear no verão de 2023, como foi revelado no início de 2022 pelo próprio parque (BETO CARRERO, 2022). Já outros espaços onde ficavam atrações como a torre de queda livre Free Fall e o teleférico, foram isoladas após serem desativadas e vendidas, tendo esses ambientes permanecendo sem novidades até os dias atuais como retrata o site especializado em parques temáticos Hapfun (2019).

Figura 7 - Nova área temática 'Nerf' em construção



Fonte: Pagina no Facebook Memorias Beto Carrero World, 2022.

Cabe ressaltar que desde sua abertura, o Beto Carrero World trabalhou na divulgação do parque, sempre buscando formas diferenciadas e descontraídas de levar ao público as informações sobre suas atrações. Isso foi um dos fatores que mais despertou a curiosidade do público quando a montanha-russa Fire Whip foi inaugurada em dezembro de 2009. Na ocasião, o parque usou da televisão, o meio de comunicação mais acessível pelo público na época, exibindo comerciais divertidos e aparecendo em programas das emissoras divulgando a “primeira montanha-russa invertida do país”, programas como o “Hoje em dia” e “Programa da Sabrina” deram destaque para vários brinquedos do parque (PORTAL R7, s.d.).

Outras formas de divulgação que o Beto Carrero veio adotando com o passar dos anos foi em redes sociais conforme ilustra a figura 8. Essas redes são alimentadas com publicações frequentemente, possibilitando um maior alcance do público, de redes como, Facebook ou Instagram. As propagandas no Youtube e em sites também foram uma forma que os gestores viram de alcançar melhor as pessoas, vindo elas possivelmente desenvolver interesse de conhecer e se divertir no parque, nas companhias aéreas existe uma facilidade de se deparar com folhetos convidativos divulgando as atrações do Beto Carrero (CVC, 2020).

Figura 8 - Redes Sociais como forma de divulgação do Parque



Fonte: Instagram Beto Carrero World (2022).

Nos dias atuais também podemos observar pelas redes sociais do parque uma movimentação de “*influencers* digitais” que são pessoas famosas, com grande número de seguidores nas redes sociais. Essas pessoas visitadas o parque a convite do mesmo e isso no atual momento em que vivemos, também pode ser considerado uma forma de divulgação para por meio desses influencers, o parque possa chegar a conhecimento de público diferente. Como outra forma de promover o aumento de público, o parque promove também premiações no final dos anos para agências que mais venderam viagens para o Beto Carrero World durante o ano, sendo a CVC a vitoriosa de 2018 (PANROTAS, 2019).

3 METODOLOGIA

Conforme destacado ao decorrer desta obra, o souvenir comercializado nos Parques temáticos, foi escolhido como objeto de estudo para essa pesquisa científica por conta do baixo número de obras encontradas relacionadas ao tema. Para o desenvolvimento desse trabalho, o local escolhido foi o parque temático Beto Carrero World, localizado no município de Penha, em Santa Catarina. O Beto Carrero foi escolhido como local de estudo pelo fato de ser um parque de grande porte, o maior do país e da América Latica (ADIBRA,2022) além de ser um dos maiores parques temáticos do mundo.

Para tanto, o desenvolvimento desse trabalho fundamenta-se como análise exploratório descritiva, com caráter qualitativo que consiste na obtenção de dados por meio do contato do pesquisador com a situação estudada (GODOY, 1995), tornando possível a identificação do objeto central desse trabalho.

Assim, o presente trabalho descorreu-se a partir da fundamentação teórica, que se desenvolveu com pesquisas por meio de obras literárias, artigos, teses, dissertações e TCCs. Já a segunda parte com as visitas que ocorreram nos dias quinze e dezesseis de outubro, de 2022 no Parque Temático Beto Carrero World, para que fosse possível a coleta de material por meio de registros fotográficos, visto que o Beto Carrero possui cerca de 11 áreas temáticas por todo o parque.

Para a realização da coleta de material no Beto Carrero, foi concedido pelo parque uma autorização para o uso de imagem dos produtos comercializados pelo mesmo, visto que esses itens possuem tanto a marca “Beto Carrero” quanto, de outras marcas licenciadas pelo parque atualmente. A partir disso, essas fotografias foram analisadas para a identificação da tipologia dos souvenirs comercializados no Beto Carrero, utilizando como base, o quadro adaptado da autora Horodyski (2014) contendo as tipologias de Gordon (1986) identificando cada item de acordo com cada área temática do parque.

Para tanto, considerando que o objetivo geral desse trabalho é analisar a oferta de Souvenirs do Parque Temático Beto Carrero World, esse trabalho foi concebido da seguinte forma:

1. Levantamento do referencial teórico sobre parques temáticos, lazer, entretenimento e o conceito de souvenir

2. Elaboração da metodologia
3. Pesquisa de campo no parque Temático Beto Carrero World
4. Coleta de dados por meio de registros fotográficos
5. Análise dos dados com base no referencial teórico e na categorização de Gordon (1986) para as tipologias de souvenir.

Abaixo, apresenta-se uma adaptação do quadro criado por Horodyski (2014) contendo as categorias de tipologia de souvenir com base no conceito de Gordon (1986) que é utilizada neste trabalho para interpretar os tipos de souvenirs que estão a disponibilidade de venda para os visitantes do parque Beto Carrero World.

Quadro 5 - Tipologia de Souvenir

Tipos	Síntese	
Produtos Pictóricos	Produtos que apresentam imagens do destino turístico, como por exemplo, cartões postais, folhetos, pôsteres, livros, snapshots, dentre outros.	
Réplicas e Ícones	Bens que representam ícones dos destinos turísticos, elementos que fazem parte do imaginário dos turistas, como monumentos, construções, obras de arte entre outros., como exemplo miniaturas da Torre Eiffel e a Estátua da Liberdade.	
Produtos com marca	Produtos que possuem a marca do destino turístico expressa em artigos diversos, tais como brinquedos, canecas, adesivos, camisetas, chaveiros, ou outros produtos que identifiquem a imagem turística.	
Objetos "piece-of-the-rock"	Objetos de caráter natural em seu estado bruto, ou manufaturados como conchas, rochas, areia, flores, sementes, animais empalhados, entre outros.	
Produtos Locais	Arte	Obras produzidas por artistas locais, geralmente comercializadas em galerias de arte, "feiras de artesanato" e em alguns casos, nas próprias lojas de souvenir.
	Artesanato	Peças produzidas fins utilitários, cujas técnicas de produção acompanham gerações e fazem parte da cultura de uma comunidade. Como exemplo, tem-se potes, peneiras, balaios, remos, redes de pesca, objetos de couro, etc.
	Arte Folclórica	Obras produzidas por artistas locais, cujas técnicas são transmitidas por gerações e características de uma comunidade. Exemplo: bonecas de barro, carrancas, entre outros.
	Produtos Alimentícios	Alimentos que representam o destino turístico, consumidos como lembranças do local visitado. Podem ser industrializados ou artesanais e necessitam de embalagens adequadas para o transporte, como geleias, queijos, vinhos, entre outros.
	Vestuário	Jóias, bijóias, bijuterias, acessórios e roupas, produzidos com tecidos artesanais de conteúdo étnico; com teor étnico produzido industrialmente, com etiqueta de grife e camisetas com temas dos destinos.

Fonte: Adaptado de Horodyski (2014), baseado em Gordon (1986).

4 RESULTADOS

4.1 O FUNDADOR DO BETO CARRERO WORLD

Levando em consideração que a imagem do fundador do parque segue sendo vinculada até os dias de hoje na logomarca do parque mesmo após anos de seu falecimento, é importante compreender um pouco de sua história para conseguir relacionar e associar a algumas áreas e souvenirs presentes no Beto Carrero World que remetem ao estilo *country*, que segue vigente no local desde o início da inauguração do parque até os dias atuais.

Nascido em 9 de setembro de 1937 na cidade de São José do Rio Preto, interior de São Paulo, João Batista Sergio Murad, antes de se tornar o famoso Beto Carrero, era um menino de origem simples criado no interior que sonhava em ser o Zorro brasileiro e trabalhar em um parque de diversões (BETO CARRERO, 2022).

Iniciou no mercado de trabalho ainda jovem e por conta de sua facilidade com a comunicação, obteve uma oportunidade na área publicitária, trabalhando até os 21 anos como locutor e cantor (PAIVA, 2012). Logo após, tornou-se agente de artistas na década de 1970. A partir da década de 1980 já realizava shows em feiras e rodeios ao lado de seu cavalo e parceiro “Faísca” percorrendo o país sendo conhecido também no exterior, lançando assim o seu personagem ‘Beto Carrero’, criado em homenagem ao seu pai que era conhecido na sua cidade como Alexandre Carrero por conduzir um carro de boi transportando pessoas e cargas. Foi nessa época também que João se aventurou em trabalhos no circo apresentando a história do cowboy “tipicamente” brasileiro e usando essa oportunidade para divulgar o seu personagem, já que os trabalhos no circo o proporcionaram uma maior proximidade com o público e os animais, chegando a adotar um leopardo que o acompanhava em seus shows, Batista fez muitos amigos famosos como Sílvio Santos, Faustão e Gugu que viriam ajudar a impulsionar mais ainda sua carreira na televisão.

Segundo o site Beto Carrero (2022), em 1985, João Batista estreou em filmes, interpretando um mocinho ao lado de Xuxa, Didi e sua turma no filme “Os trapalhões”, lançando também uma linha de histórias em quadrinhos contando as aventuras de seu personagem que serviu de inspiração na criação da novela “Ana Raio e Zé Trovão” exibida na TV Manchete, em 1990.

Após finalizarem as gravações do filme “Trapalhões”, João Batista e Renato Aragão viajaram até a Disney onde sua paixão por parques de diversões voltou à tona. Isso fez com que ele começasse a planejar e estudar a criação de um parque temático no Brasil, mais especificamente no litoral do estado de Santa Catarina onde considerado por ele, era um local estratégico por conta do clima, população, atrativos naturais e a proximidade com o porto e o aeroporto. Logo em seguida, Batista começou adquirir, por preço baixo, terrenos na cidade de Penha que não haviam potencial por ser apenas um “banhado”. Após ter comprado os terrenos, João, junto com o governo do estado de Santa Catarina, começaram a promover o turismo naquela região antes da instalação do parque em 28 de dezembro de 1991(HISTORY, s.d.).

Conforme o site History (s.d.), João Batista Sergio Murad veio a falecer em 01 de fevereiro de 2008 durante uma cirurgia de correção de uma válvula cardíaca que havia sido implantada em 2007 ocasionando em um choque cardiogênico durante o procedimento cirúrgico. Apesar de ser natural de São Paulo, seu corpo foi sepultado em Penha, a cidade onde seu sonho de infância virou realidade, sua história está armazenada em um memorial localizado no centro do parque onde também pode ser encontrado utensílios pertencentes a ele, além de um de seus cavalos, o Faísca 3.

Nos dias atuais, o parque temático Beto Carrero World se expandiu com novas atrações e áreas temáticas, das quais algumas são parcerias com marcas internacionais e nacionais. Entretanto, o empreendimento ainda preserva a essência do seu fundador, que tinha elementos de circo e country presentes consigo quando o parque foi inaugurado. Durante a coleta de dados, isso foi algo observado nas lojas das áreas temáticas não licenciadas como Cowboyland e Vila Germânica.

4.2 ÁREAS TEMÁTICAS

Segundo o site oficial do Beto Carrero World (2022), desde seu primeiro ano de inauguração em 1991, já possuía áreas tematizadas como a Vila Germânica e até o ano de 2022 surgiram outras novas áreas, totalizando em dez espaços com temáticas, além de uma décima primeira área que está em fase construção e tem previsão de abertura em 2023 como mostra a figura 9 no mapa de atrações do parque.

Figura 9 – Mapa oficial do Beto Carrero

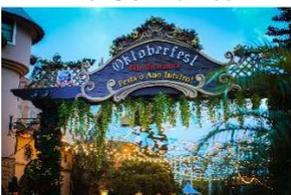


Fonte: Site oficial Beto Carrero World (2022).

Pode-se observar abaixo no quadro 6 quais são esses espaços que o parque possui e assim assimilar os souvenirs identificados com cada um desses espaços, além de suas temáticas:

Quadro 6 – Áreas temáticas do Parque Beto Carrero World

Área Temática	Informações
<p data-bbox="411 510 667 539">Avenida das Nações</p> 	<p data-bbox="874 510 1417 658">Porta de entrada para o parque, esta área temática conta com atrações como; Praça de alimentação, Carrossel Veneziano, Praça de eventos e o Castelo das Nações onde fica a bilheteria.</p>
<p data-bbox="435 757 643 786">Aventura Radical</p> 	<p data-bbox="874 757 1417 882">Tem foco principal em atrações radicais como as montanhas-russas. Além delas, essa área possui show interativo de terror e uma montanha-russa aquática.</p>
<p data-bbox="387 1025 691 1055">Cowboyland/Velho Oeste</p> 	<p data-bbox="874 1025 1417 1173">Uma das áreas mais antigas do parque. Chamada anteriormente de Velho Oeste, está passando por reformas e ganhou novo nome de Cowboyland. Conta com cinema 4D e memorial em homenagem ao criador do parque.</p>
<p data-bbox="467 1261 611 1290">Hot Wheels</p> 	<p data-bbox="874 1261 1417 1352">Possui a temática dos carrinhos da fabricante Mattel e conta com show de carros, restaurante temático e uma torre de queda livre.</p>
<p data-bbox="443 1507 635 1536">Ilha dos Piratas</p> 	<p data-bbox="874 1507 1417 1666">Em formato de ilha, a área tem como atrações; o barco pirata, casa dos espelhos e casa do Projeto Tamar que possui acervo interativo sobre o projeto e trabalho desenvolvido para preservar as tartarugas marinhas.</p>
<p data-bbox="467 1798 611 1827">Madagascar</p> 	<p data-bbox="874 1798 1417 1912">Área temática licenciada pela produtora de filmes, Dreamworks, possui atração de corredeiras d'água e um show com personagens do Madagascar.</p>

<p>Mundo Animal</p> 	<p>Possui o Zoológico como principal atração que tem algumas espécies ameaçadas de extinção. É guiado pelo programa do Instituto Chico Mendes da Biodiversidade (ICMBio).</p>
<p>Nerf</p> 	<p>Nova área temática anunciada pelo parque, com inauguração prevista para 2023.</p>
<p>Terra da fantasia</p> 	<p>Área clássica do parque, possui passeio de trem onde é possível conhecer parte da área preservada do Beto Carrero World.</p>
<p>Tripkland</p> 	<p>Área temática com atrações visando o público infantil. Possui atrações com tema do personagem Tigor</p>
<p>Vila Germânica</p> 	<p>Primeira área temática construída do Beto Carrero World, foi inspirada em vilas alemãs e possui show medieval.</p>

Fonte: Elaborado pelo autor (2022), baseado em dados do site Beto Carrero World (2022).

Analisando essas áreas temáticas presentes no parque, nota-se que há um equilíbrio pelo parque, com áreas clássicas, presentes desde o início do Beto Carrero com espaços mais modernos, sendo esses últimos, licenciados de marcas internacionais, mas que se distinguem bem dos espaços antigos e que são da própria “Marca” Beto Carrero e a partir facilita para distinguir durante comparações e coletas dos dados dos souvenirs presentes em cada espaço temático.

4.3 SOUVENIRS NO BETO CARRERO

Os Materiais coletados através dos registros fotográficos, foram analisados para serem identificados e classificados no modelo de quadro abaixo. Cada quadro representa uma área temática visitada no Beto Carrero. Entretanto algumas áreas temáticas como *Tripkland*, Terra da fantasia Mundo Animal não foram encontradas lojas de comercialização de souvenir.

A seguir, as classificações e identificação nos quadros de acordo com as áreas temáticas onde foram avistadas lojas de souvenirs e seus produtos com base no modelo da autora Gordon (1986).

4.3.1 AVENTURA RADICAL

A coleta de material foi feita nas únicas duas lojas existentes nessa área, nas atrações “Fire Whip” (figura 10) e “Tchibum” onde a temática de ambas se distinguem, o espaço não possui lojas propriamente ditas de souvenirs e os produtos identificados são comercializados diretamente nessas lojas e são registros dos visitantes brincados nos brinquedos.

Figura 10 - Loja de registros da Fire Whip



Fonte: Acervo particular do autor, 2022.

Nessa área temática de Aventura Radical foram encontrados itens relacionados apenas aos produtos pictóricos. Esses registros podem ser impressos também em canecas, para tanto, mesmo ela não sendo um produto no mesmo contexto de outros produtos pictóricos como cartões, fotos e vídeos, acaba adentrando nesse nicho por conta de conter o registro do passeio do visitante impresso nela, isso abre caminhos para futuros estudos relacionados a essa observação.

Quadro 7 - Tipologia Área radical

Tipos	Itens registrados
Produtos Pictóricos	Foto com porta retrato, Caneca com foto e Vídeos(snapshots)
Réplicas e Ícones	Não foram encontrados itens dessa tipologia
Produtos com marca	Não foram encontrados itens dessa tipologia
Objetos "piece-ofthe-rock"	Não foram encontrados itens dessa tipologia
Produtos Locais	Não foram encontrados itens dessa tipologia

Fonte: O autor, 2022.

Como é uma área temática que possui um número considerável de atrações, nota-se a inexistência de mais lojas de produtos e também de mais produtos relacionados a esses brinquedos ou suas temáticas, ficando restrito apenas a fotografias dos visitantes em algumas atrações.

4.3.2 COWBOYLAND/VELHO OESTE

Durante o período de realização dos registros, alguns pontos dessa área temática estavam em reforma, visto que o parque está modernizando esse espaço. Em algumas lojas desta área temática em que ainda possuem a antiga estrutura do Velho Oeste foram encontrados itens de outras atrações que estão localizadas em outras áreas temáticas do parque como: pelúcias de animais do Zoológico e taças em formato de caveira do Portal da escuridão, também foram registradas pelúcias que não condizem com nenhuma das áreas temáticas do parque como mostra a

figura 11 e não há nenhum motivo específico da área temática para serem comercializados nas lojas.

Figura 11- Pelúcias



Fonte: Acervo particular do autor, 2022.

Já nos espaços em que ocorreu as reformas, além das lojas possuírem uma estrutura mais moderna, também dispõem de itens melhor organizados que são referentes apenas a área temática cuja estão localizadas. Ao todo, foram visitadas três lojas nessa área temática, sendo duas na *Cowboyland* e uma no Velho Oeste.

Figura 12 - Produtos Cowboyland



Fonte: Acervo particular do autor, 2022.

Dentre alguns dos produtos observados, vale destacar também os chaveiros e Imãs de variados modelos, sendo alguns identificados como réplicas por fazer alusão ao chapéu do Beto Carrero e outros contendo apenas a marca do parque, classificados como “produto com marca”.

Quadro 8 - Tipologia Cowboy/velho Oeste

Tipos	Itens registrados
Produtos Pictóricos	Foto com porta retrato e Vídeos(snapshots).
Réplicas e Ícones	Pelúcia do cavalo do Beto Carreiro, Miniatura de sela de cavalo, Imã de geladeira, Chaveiro, Objetos de decoração
Produtos com marca	Banco, Ferradura, Imã de Geladeira, Sacolas, Abridor de garrafas, Copo de Shot, Caneca, Camiseta, Copo, Boné, Adesivos, Cinzeiro, Chaveiro.
Objetos “piece-of-the-rock	Não foram encontrados itens dessa tipologia
Produtos Locais: Vestuário	Sela de cavalo, Chapéus, Carteiras
Outros	Pelúcias sem nenhuma relação com as áreas temáticas do parque.

Fonte: O autor, 2022.

Uma das maiores áreas temáticas do parque e a que possui mais lojas, o fato de não ser uma área temática licenciada, possibilita com que inúmeros produtos sejam comercializados nessas lojas, entretanto acaba se tornando algo um tanto bagunçado essa mistura de produtos de outras áreas, algumas que não possuem sua própria loja de produtos, como é caso do Mundo animal que poderia possuir uma loja para comercializar as pelúcias de animais.

4.3.3 HOT WHEELS

Na área temática da *Hot Wheels* há apenas uma loja localizada ao lado do show de carros, onde os principais itens a disposição dos consumidores são as miniaturas dos carros e as pistas de brinquedos, mas além desses produtos, encontram-se disponíveis também camisetas, copos e bonés com a logo da marca e dos carrinhos.

Figura 13 - Carrinho Hot Wheels



Fonte: Acervo particular do autor, 2022.

A loja possui alguns métodos de entretenimento para os consumidores em que eles podem comprar o carrinho em miniatura colocando uma ficha em um computador que faz com que o carrinho saia diretamente em uma pista e vá para o comprador.

Quadro 9- Tipologia Hot Wheels

Tipos	Itens registrados
Produtos Pictóricos	Foto com porta retrato e Vídeos(snapshots).
Réplicas e Ícones	Pista de carrinhos, carros em miniatura
Produtos com marca	Camiseta, Copos, bonés
Objetos "piece-ofthe-rock"	Não foram encontrados itens dessa tipologia
Produtos Locais	Não foram encontrados itens dessa tipologia

Fonte: O autor, 2022.

Apesar de possuir apenas uma loja nessa área temática, encontra-se uma boa variedade de produtos, levando em consideração que o foco dessa área é apenas nos carrinhos Hot Wheels.

4.3.4 ILHA DOS PIRATAS

Na Ilha dos Piratas observou se apenas uma loja presente no local, mas que não comercializa itens referentes a temática de piratas, e sim das tartarugas do Projeto Tamar. Nessa Loja, além de possuir um acervo interativo sobre o projeto e trabalho desenvolvido para preservar as tartarugas marinhas, também se encontra uma certa variedade de produtos a disposição dos turistas.

Figura 14 - Tartarugas



Fonte: Acervo particular do autor, 2022.

Dentre esses produtos observados na loja, estão; jogos educativos, vestuário com mensagens de conscientização sobre as tartarugas, materiais para escola, adereços de cozinha, réplicas das tartarugas, perfumes e produtos de artesanato local.

Figura 15 - Souvenirs da loja Ilha dos Piratas



Fonte: Acervo particular do autor, 2022.

De todas as áreas temáticas do parque analisadas para esse trabalho, a loja da ilha dos piratas foi a única que possuía itens de artesanato local. Entretanto esses produtos artesanais não possuíam quaisquer informações sobre sua origem de produção.

Quadro 10- Tipologia Ilha dos Piratas

Tipos	Itens registrados
Produtos Pictóricos	Não foram encontrados itens dessa tipologia
Réplicas e Ícones	Tartarugas de madeira, Chaveiros, Imã de geladeira
Produtos com marca	Quebra-cabeça, Raquete de Beach Tennis, Jogo de Dominó, Copo, Caneca, Pano de Prato, Camiseta, Lapis, Luva térmica, Estojo, Pano de mesa, Boné, Chapéu, Mochila, Livro de Colorir, Perfume
Objetos "piece-of-the-rock"	Não foram encontrados itens dessa tipologia
Produtos Locais: Artesanato	Tartarugas de Pano, Colar

Fonte: O autor, 2022.

O fato dessa área temática ser a única que possui uma loja a oferecer produtos artesanais, faz com que surjam novas possibilidades de estudos futuros com: "Há espaço nos parques temáticos para a comercialização de produtos artesanais?" visto que esses produtos podem agregar na história e no conceito da área temática, que é o que ocorre nessa

loja no Beto Carrero World, apesar de infelizmente não haver mais detalhes da origem desses produtos.

4.3.5 MADAGASCAR (DREAMWORKS)

Na área temática do Madagascar observou-se duas lojas, uma de itens de souvenir e outra da atração para fotos e vídeos. Na loja de souvenirs, notou-se que além dos produtos referentes a franquia do Madagascar, também são vendidos produtos de outros desenhos da produtora DreamWorks, quais o Beto Carrero World também possui licença, mas que não possuem sua própria área temática dentro do parque. Foram vistos produtos referentes às animações Shrek, Kung Fu Panda e Megamente.

Figura 16 - Personagens *Dream Works*



Fonte: Acervo particular do autor, 2022.

Dentre os produtos oferecidos na loja, haviam brinquedos em miniatura dos personagens, camisetas, mochilas escolares, chaveiros, pelúcias, entre outros. Já na loja da atração “Crazy River” pode se observar, canecas fotos em quadros e impressos na cerâmica referente aos visitantes se divertindo no brinquedo.

Quadro 11- Tipologia Madagscar (DreamWorks)

Tipos	Itens registrados
Produtos Pictóricos	Foto impressa na cerâmica, fotografia com moldura, caneca
Réplicas e Ícones	Pelúcias, miniatura dos personagens

Produtos com marca	Camisetas, Bonés, Chaveiros, Tiara, Imã de geladeira, abridor de garrafa, Mochila,
Objetos "piece-of-the-rock"	Não foram encontrados itens dessa tipologia
Produtos Locais	Não foram encontrados itens dessa tipologia

Fonte: O autor, 2022.

Observa-se na loja dessa área temática, que ocorre algo parecido com as lojas das áreas não licenciadas do Beto Carrero, a "invasão" de outros produtos sem a relação com aquela área. Visto que produtos de outras franquias da DreamWorks também são comercializadas na loja da Animação Madagascar, podendo abrir possibilidades de investir em novas áreas ou lojas para esses outros produtos.

4.3.6 VILA GERMÂNICA

A última área temática do Beto Carrero World visitada, foi a primeira área inaugurada no parque e conta com 2 lojas. Nessas lojas, notou-se a existência de variados produtos referentes a diversas temáticas além da do espaço como:

- Itens medievais: espadas, armaduras e cavalos de enfeite que fazem alusão ao show medieval que ocorre durante o horário de almoço nessa área temática;

Figura 17 - Medievais



Fonte: Acervo particular do autor, 2022.

- Produtos da parceria do parque com o Romero Brito: camisetas e chaveiros; apresentam a marca do artista, mas também reproduzem imagens referentes ao parque e personagens do Beto Carrero;

Figura 18 - Romero Brito



Fonte: Acervo particular do autor, 2022.

- Itens da Oktoberfest: canecas, tirantes, vestuário e chapéus: nos dois dias de visita ao parque, estavam ocorrendo as festividades da Oktoberfest, para tanto, como a área é temática alemã, corresponde bem ao fato de ter produtos referentes sendo vendidos nas lojas do espaço

Figura 19 - Produtos Oktoberfest



Fonte: Acervo particular do autor, 2022.

- Produtos da própria marca Beto Carrero: chaveiros, imãs de geladeira e velas: Por se tratar de uma área temática não licenciada, também são comercializados produtos de outras áreas temáticas da Grife Beto Carrero, assim como ocorre em outras lojas pelas outras áreas não licenciadas;

Figura 20 - Castelo das Nações



Fonte: Acervo particular do autor, 2022.

Nos dois dias de visita ao parque, estavam ocorrendo as festividades da Oktoberfest, para tanto, como a área é temática alemã, corresponde bem ao fato de ter produtos referentes sendo vendidos nas lojas do espaço

Quadro 12- Tipologia Vila Germânica

Tipos	Itens registrados
Produtos Pictóricos	Foto com moldura
Réplicas e Ícones	Objetos de decoração, Imã de geladeira, Espada de brinquedo, Armadura de Brinquedo
Produtos com marca	Copo para Shot, Estojo, Camiseta, Chaveiro, Abridor de garrafa, Vela, Pratos, Caneca, Imã de geladeira, Boné.
Objetos "piece-of-the-rock"	Não foram encontrados itens dessa tipologia
Produtos, Locais: Vestuário	Trajes típicos alemães

Fonte: O autor, 2022.

A área mais antiga do parque, possui uma tematização mais clássica, mas ao mesmo tempo rustica por conta de também remeter aos tempos medievais, isso também é observado nos produtos comercializados nas lojas ali presentes.

5 CONSIDERAÇÕES FINAIS

O presente trabalho ocorre com o intuito de identificar quais são os tipos de souvenirs comercializados no parque temático Beto Carrero World. Para isso foi realizado coleta de dados por dois dias no Parque Beto Carrero World

A partir disso, esse material coletado foi analisado e identificado de acordo com o quadro adaptado de Horodyski (2014) com os conceitos de Gordon (1986).

Após os resultados alcançados, pode se concluir que o parque possui um número considerável de souvenirs disponíveis para a aquisição do turista, visto o tamanho do empreendimento e seu número de áreas temáticas. Entretanto, durante essa Análise, observa-se que há alguns fatores que podem ser melhor trabalhados pelo local, beneficiando o próprio parque e também o consumidor.

Dentre esses fatores, pode ser citado, uma melhor organização nos produtos que são comercializados, vendendo cada souvenir de acordo com sua área temática que é como ocorre em algumas lojas de marcas licenciadas, isso proporciona a possibilidade de expansão das áreas temáticas e também de mais lojas de acordo com as tematizações, o que também ocasionaria em uma maior variedade de produtos, que é algo que falta na área temática “Aventura Radical”, produtos que remetam mais as atrações, como miniaturas das montanhas-russas, carrosséis, entre outros. Isso tudo resultaria em algo mais organizado para o visitante, melhorando a sua experiência final e gerando mais lucro ao parque.

Esse trabalho se concretiza abrindo possibilidades de novos caminhos para possíveis outros estudos, como: a comercialização de souvenirs artesanais; comparação entre os souvenirs dos outros parques temáticos nacionais e internacionais. Além disso questão da Marca Beto Carrero como um parque internacional, estudos de como o parque deveria fazer para não deixar as marcas licenciadas apagarem essência que vem desde o início do parque, além de buscar maneiras de compreender como o empreendimento pode se modernizar, mas sem deixar de perder sua marca registrada e atrações que são clássicas e já fazem parte da história do Beto Carrero world.

A obra atingiu seu objetivo inicial onde buscava analisar a oferta de Souvenirs do Parque Temático Beto Carrero World em Santa Catarina e compreende-lo como um atrativo turístico. Entretanto, houveram limitações na pesquisa, visto que em apenas dois dias para coleta de dados não foi o suficiente, com mais tempo, haveria

a chance de um melhor aprofundamento em outras questões como, os produtos artesanais, locais e também com relação aos vendedores fora do Beto Carrero World, os quais comercializam produtos com a marca do parque, mas sem ser oficiais, certamente esses fatores poderiam ter sido melhor aprofundados para o trabalho.

Apesar das limitações, o trabalho contribui positivamente de maneira teórica, podendo servir de embasamento para futuros trabalhos que busquem também abordar esse contexto de comercialização de souvenirs em parques temáticos. Em relação ao mercado, o trabalho deixa em aberto para possíveis melhorias e expansão nas variedades de souvenirs a serem comercializados pelos parques temáticos. Incentivando para que esses empreendimentos possuam uma atenção para esses produtos que possuem grande potencial de lucro.

REFERÊNCIAS

AECOM, **Theme-Index 2020**. Disponível em: https://aecom.com/wp-content/uploads/documents/reports/AECOM-Theme-Index-2020.fbclid=IwAR1QbJ5EI_QipHwNqgQw_fYZnCRymju37p6MUCuF0klZKzBDta0yk_K-1a3Q >. Acesso em: 16 Mar. 2022.

ADIBRA, **Pelo 6º ano consecutivo, Beto Carrero World conquista título de Melhor Parque da América do Sul**. Disponível em: <https://www.adibra.com.br/902/canal-adibra/pelo-6o-ano-consecutivo-beto-carrero-world-conquista-titulo-de-melhor-parque-da-america-do-sul.html>>. Acesso em: 16 Mar. 2022.

ALCOBIA, R. A. **Dimensões da hospitalidade nos parques temáticos**. 2004. 128 f. Dissertação (Mestrado em Hospitalidade) - Universidade Anhembi Morumbi, São Paulo, 2004.

ASHTON, M.S. Parques Temáticos. **Revista FAMECOS**. Porto Alegre nº 11 dezembro 1999.

A.M.; L.S.;C. PARQUESTEMÁTICOS E CONTEMPORANEIDADE: EDUCAÇÃO DOSSSENTIDOS. **LICERE**: Revista do Programa de Pós-graduação Interdisciplinar em Estudos do Lazer, Periódicos Uefmg, v. 18, n. 3, 2015. Disponível em: <https://periodicos.ufmg.br/index.php/licere/article/view/1138>. Acesso em: 28 set. 2022.

BETO CARRERO, **A lenda – a história de Beto Carrero**. Disponível em: <https://www.betocarrero.com.br/a-lenda> > Acesso em 16 Set. 2019.

BLOOLOOP, **2018 AECOM and TEA Theme Index and Museum Index Report released**. Disponível em: < <https://blooloop.com/theme-park/news/2018-aecom-tea-theme-index/>>. Acesso em: 08 Out. 2022.

BOVO, Marcos C. **Áreas Verdes Urbanas, Imagem e Uso: Um Estudo Geográfico Sobre a Cidade de Maringá – PR**. Universidade Estadual Paulista. Faculdade de Ciências e Tecnologia – Presidente Prudente. Programa de Pós-Graduação Em Geografia. Área de Concentração: **Produção Do Espaço Geográfico**. Presidente Prudente, 2009.

COAN, Emerson Ike. O domínio do entretenimento na contemporaneidade. **REVISTA AÇÃOMIDIÁTICA**: Estudos em Comunicação, Sociedade e Cultura, Universidade Federal do Paraná, v. 2, n. 2, p. 1-16, 2012.

DUMAZEDIER, J. **Lazer e cultura popular-debates**. São Paulo: Perspectiva, 1976.

DUMAZEDIER, J. **Lazer e cultura popular**. São Paulo: Perspectiva, p. 28-51, 2000.

EXTRA, **Terra encantada pretendia ser a Disney brasileira**. Disponível em: <https://extra.globo.com/noticias/rio/terra-encantada-pretendia-ser-disney-carioca-467746.html>>. Acesso em: 16 Mar. 2022.

FOLHA DE S. PAULO, **Hopi Hari é pais imaginário com língua própria e muita fila**. Disponível em: <<https://www1.folha.uol.com.br/fsp/turismo/fx1001200012.htm>> Acesso em: 16 Mar. 2022.

FREIRE-MEDEIROS, B.; CASTRO, C. A cidade e seus souvenirs: O Rio de Janeiro para o turista ter. **Revista Brasileira de Pesquisa em Turismo**. v. 1, n. 1, p. 34-53, set. 2007.

GAELZER, L. Lazer: **benção ou maldição?** Porto Alegre, Sulina, 1979.

GODOY, A. S. **Introdução à pesquisa qualitativa e suas possibilidades**. Revista de Administração de Empresas (RAE), v. 35, n. 2, p. 60, 1995.

GORDON, B. **The Souvenir: Messenger of The Extraordinary**. Journal of Popular Culture, 20(3), 135-146, 1986. Disponível em: <http://onlinelibrary.wiley.com/doi/10.1111/j.0022-3840.1986.2003_135.x/abstract> Acesso: jan 2023.

HAPFUN, **Visitamos o maior parque de diversões do nordeste – Mirabilandia**. Disponível em: <<https://www.hapfun.com.br/visitamos-o-maior-parque-de-diversoes-do-nordeste-mirabilandia/#:~:text=O%20Mirabilandia%20fica%20localizado%20na,para%20que m%20visita%20a%20regi%C3%A3o>>. Acesso em: 16 Mar. 2022.

HOUAISS, Antônio; VILLAR, Mauro de **Salles.Dicionário Houaiss da Língua Portuguesa**. Rio de Janeiro:Objetiva, 2001.

HORODYSKI, Graziela Scalise. **O CONSUMO NA EXPERIÊNCIA TURÍSTICA: O caso dos souvenirs no destino Curitiba-Pr**. 2014. 444 f. Tese (Doutorado) - Curso de Geografia, Departamento de Geografia, Universidade Federal do Paraná, Curitiba, 2014.

IMMOBILE, **Beto Carrero World: História, Onde fica e atrações**. Disponível em: <<https://imobilenegocios.com.br/blog/destino-incrivel-conheca-a-historia-de-beto-carrero/>>. Acesso em: 16 Mar. 2022.

JORNAL DO TURISMO, **Beto Carrero World inaugura área temática Hot Wheels**. Disponível em: <<https://www.jornaldeturismo.tur.br/destinos/81097-beto-carrero-world-inaugura-area-tematica-hot-wheels>>. Acesso em: 16 Set. 2022.

MACEDO DE PAULA, T.; GONÇALVES VIANNA, S. L. A percepção dos gestores de lojas de souvenirs do atrativo turístico Maria Fumaça- Região Uva e Vinho, RS. **Revista de Turismo Contemporâneo**, [S. l.], v. 4, n. 2, 2016. Disponível em: <<https://periodicos.ufrn.br/turismocontemporaneo/article/view/7823>>. Acesso em: 3 out. 2022.

MARQUES, Jane; LEITE, Édson. **IMPACTOS DO ENTRETENIMENTO NA SOCIEDADE DA INFORMAÇÃO**. **UNrevista**, [s. l.], v. 1, n. 3, 2006.

MARTINS, William de Souza Nunes. **PASCHOAL SEGRETO**: “ministro das diversões” do rio de janeiro (1883 - 1920). 2004. 174 f. Tese (Mestrado) - Curso de História Social, Departamento de História, Universidade Federal do Rio de Janeiro, Rio de Janeiro, 2004.

MENOIA, Thelma Regina Marialva. **Lazer**: história, conceitos e definições. Campinas: UNICAMP, 2000.

MERRIAM-WEBSTER, **Souvenir**. Disponível em: <https://www.merriam-webster.com/dictionary/souveni>. Acesso em: 16 Mar. 2022.

PAIVA, Bruna Loureiro Ferreira. **DA TEORIA À PRÁTICA**: uma análise sobre as estratégias de marketing utilizadas pelo parque beto carrero world. 2018. 61 f. TCC (Graduação) - Curso de Bacharelado em Turismo, Departamento de Turismo, Universidade de Brasília, Brasília, 2012.

PARQUEIROS, **Relatório “Theme Park Index 2020” é divulgado com queda de 67,2% no número de visitação** . Disponível em: <https://parqueiros.com.br/2021/09/23/relatorio-theme-park-index-2020-e-divulgado-com-queda-de-672-no-numero-de-visitacao>. Acesso em: 16 Mar. 2022.

PAULA, T. M.; MECCA, M. S. O Souvenir como objeto de estudo nos periódicos científicos de turismo e nos programas de turismo stricto sensu no Brasil. In: XI Seminário Anual da Associação Nacional de Pesquisa e Pós-Graduação em Turismo - ANPTUR, 2014, Fortaleza/CE. XI Seminário Anual da Associação Nacional de Pesquisa e Pós-Graduação em Turismo - ANPTUR, 2014.

PLAYCENTER, **SuperJet**. Disponível em: http://historia.playcenter.com.br/atracoes/super_jet. Acesso em: 08 Out. 2022.

PORTAL G1, **Grandes parques de diversão fecham no país e “sobreviventes” tentam se reinventar**. Disponível em: <https://g1.globo.com/economia/negocios/noticia/grandes-parques-de-diversao-fecham-no-pais-e-sobreviventes-tentam-se-reinventar.ghtml>. Acesso em: 16 Mar. 2022.

TRIPADVISOR, **Parques temáticos em Brasil**. Disponível em: <https://www.tripadvisor.com.br/Attractions-g294280-Activities-c52-Brazil.html> . Acesso em: 2 Out. 2022.

SALOMÃO, M. **Parques de diversões no Brasil: entretenimento, consume e negócio**. Rio de Janeiro: MauaD, 2000.

SILVA, F.F; MAEQUES Jr, S. **Turismo de lazer rem parques temáticos**: aspectos históricos e conceituais. Revista Hospitalidade. São Paulo, volume 13, n.01, p.182-197, Agosto de 2016.

Supino, Fabiana A Responsabilidade Social em Parques de Diversões: A Potencialidade do Lazer. Caderno Virtual de Turismo. 2004, 4(1), 1-8. ISSN: .

Disponível em: <https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=115417702001>>. Acesso em: 30 Set. 2022.

TORRES, Isabela Seixas. **A DUPLA FACE DO SOUVENIR: memória e consumo os produtos disney para o consumidor brasileiro**. 2014. 65 f. TCC (Graduação) - Curso de Turismo, Turismo, Universidade Federal Fluminense, Niterói, 2014.

TRIGO, Luiz Gonzaga. *Entretenimento, uma crítica aberta*. São Paulo: Senac, 2003.

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

VIANA, R.F. **O maravilhoso mundo das cores: a análise da experiência do visitante em parques temáticos brasileiros e internacionais**. 106 f. TCC (Graduação em Turismo e hotelaria) – Universidade federal Fluminense. Niterói, 2019.

VALENTE, S. B. **Análise de visitação dos parques de diversão brasileiros como a opção de lazer**. 2006. 173 f. Dissertação (Mestrado em ciências da comunicação) – Escola de comunicações e artes, Universidade de São Paulo, 2006.

WORLD, S. **Souvenurs**. Disponível em: <https://www.souvenirsworld.com.br/#empresa>>. Acesso em: 16 Mar. 2022

Younger, David. **Theme Park Design & the art of themed entertainment**. Orlando: [s.n.],2017.