

## **“Tecnologia e redes sociais não são ameaças para parques e atrações, mas mudam a forma como atuamos”, diz especialista**

*A duas semanas do Sindepat Summit, palestrantes como o canadense Jim Pattison dão uma prévia dos desafios que abordarão no encontro em Brasília dias 21 e 22 de agosto*

“Precisamos de estratégias de marketing diferentes das que costumávamos usar”, alerta Jim Pattison, presidente da Ripley Entertainment, do Canadá. Ele será palestrante e uma das estrelas do Sindepat Summit, maior evento da indústria de parques e entretenimento brasileira, que acontece daqui a duas semanas em Brasília, nos dias 21 e 22 de agosto.

Com o conhecimento de quem comanda mais de 100 atrações em dez países, entre elas os museus Ripley’s Believe it or Not (de descobertas extraordinárias) e Louis Tussaud’s Wax Works (de cera), além de marcas como Guinness World Records, Pattison faz um alerta. Segundo ele, diante das novas tecnologias e das inovações, que ganham aparelhos dentro de nossa casa e ao alcance das mãos, a indústria do entretenimento precisa entender que compete pelo tempo das pessoas.

“Games, Youtube e Netflix seguirão a mil. A boa notícia para nós é que famílias e amigos seguem desejando algo divertido para fazer juntos, cara a cara. Assim, parques e atrações devem continuar crescendo justamente porque permitem isso”, diz o especialista.

Mas, nem por isso, a vida dos que vivem de atrações será fácil. “Temos de abraçar as mídias sociais e nos ajustar às necessidades de nossos clientes e à maneira como eles querem aproveitar as coisas”, garante. Na sua opinião, as pessoas adoram as redes e outras plataformas on-line, além de games. Então, é preciso garantir que as atrações sejam, por exemplo, ‘Instagramáveis’ para que os visitantes possam transmitir a emoção que estão vivendo nelas.

### **Emoção**

Ricardo Etges, responsável pela área de Desenvolvimento de Negócios Globais da Vekoma Rides, uma das líderes mundiais na concepção e construção daquelas que são consideradas as estrelas dos parques, as montanhas-russas, compartilha da opinião de Pattison. Para ele, que será um dos palestrantes do Sindepat Summit ao lado de Roger Ely, gerente de Projetos do Playcenter Family, não há ameaça aos parques pelas novas tecnologias, pelo contrário. “Os números vêm crescendo. As famílias buscam programações juntas e os parques possibilitam isso”, afirma.

Até porque, a adrenalina causada pela força G e pela velocidade não pode ser reproduzida virtualmente. Do auge da experiência com montanhas-russas, Etges garante que não dá para simular com tecnologia a emoção e seus efeitos no cérebro e no corpo. Por isso, na sua opinião, o que vemos e veremos é cada vez mais a tecnologia a enriquecer a experiência do visitante nos parques.

Outra tendência que ele observa é que parques e atrações vêm crescendo muito em shoppings. “No mundo todo, o entretenimento como parte da experiência de um centro de compras é tendência constante, contínua e sem volta”, afirma o especialista. Não à toa, sua palestra será ao lado de um executivo do Playcenter Family, que coloca todas as suas fichas exatamente nos shoppings.

### **Joia**

Além disso, com Roger Ely, Etges vai mostrar aos participantes dos Sindepat Summit, como um desenvolvedor trabalha em parceria com os empreendimentos na criação das atrações. “A gente sempre analisa com os clientes fatores como orçamento, público-alvo, objetivo. Por exemplo, se é um local mais voltado para as famílias ou para os adolescentes. Isso vai determinar o quanto de adrenalina você coloca em uma atração”, diz.

Mas se o tema são tendências e desafios, ele está animado com o mercado no País e na região. “Entretenimento é uma joia a ser descoberta pelos empresários brasileiros”, acredita. Etges tem uma visão, até certo ponto, otimista sobre os negócios de entretenimento na América Latina. “Parques e atrações vão crescer. Temos demanda reprimida, classe média aumentando e um público que gosta de atividades sociais e de se divertir com família e amigos.”

“Trabalhamos com as mais recentes tendências para enriquecer o conteúdo e criar um evento com temas variados e igualmente importantes para todos que atuam ou querem atuar na indústria de parques e entretenimento. Desde atrações concretas, seu desenvolvimento e tematização, passando pelas redes sociais, sustentabilidade ou shoppings, buscamos contemplar e conectar tudo”, diz Murilo Pascoal, presidente do Sindepat, que comanda o Sindepat Summit.

### **Inscrições**

O Sindepat Summit, principal evento do país no setor de parques, atrações e entretenimento, está com inscrições abertas. Há descontos de 20% nos trechos nacionais com a Latam, transportadora oficial. Também há condições especiais nos hotéis do Centro de Eventos e Convenções Brasil 21, onde acontece o encontro.

Mais de 25 expositores confirmaram que vão mostrar as últimas novidades e inovações em produtos para a indústria. O Sindepat Summit também será uma intensa oportunidade de networking. Saiba mais no [www.sindepat.com.br/summit2019](http://www.sindepat.com.br/summit2019).

### **SINDEPAT – Sistema Integrado de Parques e Atrações Turísticas**

Tel.: (11) 5181-1742

Atendimento à imprensa: Fabiola Bemfeito (11) 99241-2638

