

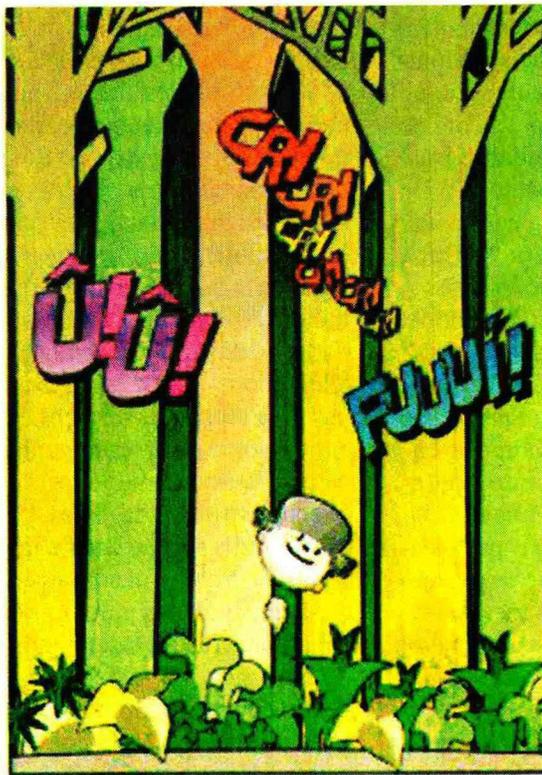
# DF é <sup>novas</sup> nova vedete de investimentos em parques temáticos e atrações voltadas para o público infantil

Fernanda Loureiro  
floureiro@gazetamercantil.com.br

Brasília é a cidade da vez quando o assunto é investir e lucrar com a diversão da criança, ainda carente de parques temáticos e atrações de grande porte destinados ao público infantil da capital federal. Empreendedores de todo o País não escondem a potencialidade do mercado de entretenimento no Distrito Federal e, com recursos próprios ou organizados em sociedade, dão início aos investimentos em equipamentos, tecnologia e diferenciais que atraíam a curiosidade do público mirim e, ao mesmo tempo, o dinheiro de pais felizes com os sorrisos dos filhos.

Se a ordem é investir em diversão, Zivaldo está saindo na frente com a inauguração de seu Ziramundo, em uma área de 1.800 m<sup>2</sup> que será aberta hoje no shopping de entretenimento Pier 21. O primeiro a ser construído no Brasil, o parque temático utiliza imagens de personagens consagrados do desenhista para atrair o interesse da criança, e vai disponibilizar tanto brinquedos tradicionais - autopistas e carros-sésis - como novidades exclusivas do parque.

O empreendimento, que recebeu investimentos superiores a R\$ 1 milhão, é resultado de uma sociedade entre o Grupo Zivaldo, a fornecedora paulista de brinquedos Fionda e empresários brasilienses e mineiros. O parque de Brasília vai funcionar como projeto piloto para expansões que devem ser implementadas pelo mesmo grupo societário, em um período de três anos. "Estamos estudando os mercados de Belo Horizonte, São Pau-



lo, Curitiba, Campinas e Florianópolis e prospectando áreas para montagem de novos parques", adianta a empreendedora mineira, Adriana Gribel.

Entre os diferenciais do Ziramundo, estão o Museu Fantástico do Menino Maluquinho, com brincadeiras baseadas na explo-



O cartunista Zivaldo preparou desenhos exclusivos para aplicação na fachada e nos 14 brinquedos do Ziramundo

ração de processos científicos; o Discovery, versão infantil do elevador que despenca de uma altura de oito metros; e uma livraria com acesso gratuito a filmes, internet e à obra completa do desenhista. O parque vai gerar 40 empregos diretos e terá capacidade de atender 220 crianças simulta-

neamente. "O diferencial é o estímulo ao interesse científico e pela leitura. Quando a criança usar qualquer brinquedo, vai estar em contato com desenhos associados a histórias já publicadas. Ao deixar o brinquedo, vem a vontade de conhecer a história nos livros", analisa o desenhista,

## Recursos próprios diminuem riscos de fracasso

Apesar de Brasília estar se mostrando um dos mercados mais interessantes para empreendedores do segmento de entretenimento infantil, experiências anteriores mostram que as empresas que não contavam com recursos próprios ou não estavam reunidas em sociedade, não tiveram sucesso no lançamento de parques segmentados.

Foi o que aconteceu com Mauro Dutra, presidente do conselho administrativo da Novadata, que adquiriu o direito de construir o parque aquático Wet'nWild ao lado do ParkShopping, mas não conseguiu dar início às obras - previstas para 1996 - por falta de investidores. O projeto está orçado em US\$ 30 milhões, mas até agora não conta

com empresários interessados no financiamento do capital.

Outro projeto que ainda não deixou o papel é o do Zôo Ventura, apresentado pela TH Engenharia e Encom Engenharia ao governo do DF, em setembro do ano passado. O parque temático seria construído em um terreno de 480 mil m<sup>2</sup> ao lado do Zoológico de Brasília - resultado de licitação

feita no governo Cristovam Buarque - e demandaria recursos no valor de US\$ 100 milhões, que seriam levantados junto a empresas interessadas no financiamento.

Jânio dos Santos, da TH Engenharia, conta que está fechando negócio com um banco português interessado no projeto. "O aporte de recursos deve ser resolvido até o fim de 2000". (FL.)

que estará hoje em Brasília para lançamento do parque.

Outro grupo interessado na disputa do promissor mercado de diversões é a Maurício de Souza Produções, que eternizou os gibis e produtos confeccionados com a imagem dos conhecidos personagens da Turma da Mônica. A intenção de trazer os negócios de parque temático para a capital do País foi anunciada durante o lançamento da versão carioca do empreendimento, que custou R\$ 13 milhões e marcou a estreia da sociedade entre o grupo, Organizações Globo e a construtora Agenco/Opportunity no segmento de parques de diversão.

"O Maurício tem interesse em direcionar os investimentos para Brasília e Salvador. Já fizemos visitas a prováveis locais na capital federal, mas ainda não fechamos negócio com nenhuma empresa", adianta Francisco Lopes, superintendente geral da RTS Empreendimentos, empresa do Grupo Maurício de Souza que gerencia os parques Turma da Mônica em São Paulo e, agora, no Rio.