Como os eventos musicais moviment
am o turismo no país

Shows e festivais atraem viajantes e geram renda para a população local. Estima-se que o segmento movimente R$ 496 milhões em 2018, segundo estudo.

O Brasil consolidou sua posição entre os países que sediam grandes shows nacionais e internacionais: o país já é o segundo maior no ranking do mercado de shows na América Latina, atrás apenas do México. Artistas brasileiros e estrangeiros apresentam o melhor do rock, do pop, da música eletrônica, da MPB, do axé e do sertanejo em eventos regionais e de grande porte, como o Rock in Rio e o Lollapalooza. Em comum, eles têm a capacidade de atrair visitantes, gerar renda e movimentar a economia turística.

A expectativa é que o consumo de shows no Brasil cresça 39% até 2018, de acordo com a pesquisa Global Entertainment and Media Outlook 2014-2018, da consultoria PwC. O mercado de shows no país, que em 2013 gerou 357 milhões, pode passar para R$ 496 milhões em 2018. Se considerada a publicidade, o montante sobe para R$ 616 milhões, segundo Gardênia Rogatto, especialista em entretenimento da consultoria PwC Brasil. “Megaeventos como a Copa do Mundo e as Olimpíadas estão colaborando para consolidar o país na rota dos shows e festivais, além do maior acesso às informações através da internet”, disse.

A cada grande evento, brasileiros e estrangeiros se deslocam pelo país e movimentam hotéis e pousadas, bares e restaurantes, além do serviço de transporte das cidades que os recebem. “Um dos legados da Copa do Mundo foi a construção e a ampliação das arenas, que estão mais preparadas para receber shows com estruturas de grande porte e que atraem mais turistas”, disse o ministro do Turismo, Vinicius Lages.

Durante a edição do Rock in Rio em 2013, a ocupação hoteleira na capital carioca foi de quase 90%. Das sete milhões de pessoas que foram aos shows, 46% eram de outros estados e o impacto econômico gerado na cidade foi de R$ 1 bilhão, de acordo com a Riotur.

São Paulo, um dos principais destinos de shows no Brasil, também colhe os benefícios dos grandes festivais de música. A segunda edição do Lollapalooza, em 2013, injetou R$ 60 milhões de reais na economia da capital paulista e atraiu 167 mil pessoas, de acordo com pesquisa realizada pelo Observatório de Turismo de São Paulo. A maior parte do público (58%) não mora na cidade e boa parte se hospedou em hotéis ou flats (37%) e na casa de amigos e parentes (32,1%).

A estudante Luisa Ribeiro (23), moradora de Brasília, costuma viajar para a cidade para acompanhar festivais musicais, entre eles o Lollapalooza. “Prefiro assistir a shows em São Paulo porque gosto das outras opções de lazer que a cidade oferece. Como geralmente fico mais de dois dias, consigo visitar pontos turísticos, fazer compras e aproveitar a vida noturna da cidade”, disse.

Durante o festival, a permanência média dos turistas em São Paulo foi de 2,3 dias e o transporte mais utilizado para chegar ao destino foi o avião (45,5%), seguido por carro (19,2%), ônibus ou van fretada (18,5%) e ônibus intermunicipal (13,3%). Os turistas que viajaram para São Paulo para assistirem aos shows da banda Red Hot Chilli Peppers e da cantora Britney Spears, em 2011, gastaram entre R$ 500 e R$ 900 com hospedagem, lazer, transporte, compras e alimentação.

Para aproveitar o calor do nordeste e as férias no começo do ano, turistas de todo o país viajam para acompanhar o Festival de Verão de Salvador. Sua última edição, este ano, teve o público total de 120 mil pessoas, que receberam mais de 60 atrações de diversos estilos musicais espalhados por dois palcos e uma tenda eletrônica. O Festival Planeta Atlântida, também realizado durante o verão, recebe um público estimado de 70 mil pessoas por noite no Rio Grande do Sul e 65 mil em Santa Catarina.

Geração de empregos – A estimativa é que a última edição do Festival de Verão de Salvador tenha gerado 21 mil empregos diretos e indiretos, de acordo com a organização do evento. O Rock in Rio também movimentou a economia dos lugares por onde passou: foram gerados mais de 138 mil empregos ao longo dos 28 anos de

existência do festival, segundo a produtora.

JORNAL DIA A DIA (15/09/2014)