Mercado de shows movimenta o turi
smo no Brasil

O Brasil tem se consolidado como um importante palco para festivais de música ao vivo e entretenimento. O país já é o segundo maior mercado de música ao vivo da América Latina, atrás apenas do México, segundo pesquisa inédita da consultoria Pricewaterhousecoopers (PwC).

O estilo é o que menos importa para o turismo, o que vale mesmo é mobilizar visitantes nacionais e internacionais em viagens pelo país. De acordo com o estudo Entertainment and Media Outlook 2015-2019, a receita deste segmento aumentou de US$ 165 milhões em 2010, para US$ 205 milhões em 2014. A estimativa da PwC é que essa receita chegue aos US$ 280 milhões em 2019, com um crescimento médio de 6,4% ao longo do período.

O brasileiro que viaja para shows acaba aproveitando o deslocamento para visitar um museu, uma praia ou um ponto turístico da região.

De acordo com Gardênia Rogatto, gerente sênior da PwC Brasil, capitais menores podem sediar concertos internacionais – e descentralizar os eventos do eixo Rio de Janeiro-São Paulo. “O brasileiro vem experimentando viajar para cidades que são mais baratas e oferecem novas experiências”, disse.

São Paulo, a cidade mais visitada por brasileiros no Brasil, segundo estudo do Ministério do Turismo, figura entre os maiores berços culturais do país. A edição brasileira do festival internacional Lollapalooza, realizado na cidade desde 2011, reuniu este ano 136 mil pessoas, responsáveis por mais de R$ 93 milhões de movimentação econômica, de acordo com o Observatório do Turismo, núcleo de estudos e pesquisa da São Paulo Turismo. Em 2014, o turismo gerado com o evento movimentou mais de R$ 58 milhões na economia da cidade.

DIÁRIO DO TURISMO (02/07/2015)