

Euro Disney: Castelos no Continente dos Castelos

Fonte: Administração da Produção – Nigel Slack

Do ponto de vista da Walt Disney Corporation, a decisão de investir no projeto Euro Disney foi uma das decisões de localização mais importantes que já fizeram. Na realidade a decisão foi tomada em duas partes. Primeiro, deveria a Disney abrir um de seus famosos e altamente bem-sucedidos parques temáticos na Europa? Segundo, se sim, onde na Europa, deveria ser localizado?

A decisão da Disney de repetir na Europa a fórmula que foi bem-sucedida na Califórnia e na Flórida foi influenciada parcialmente por essas experiências no Japão. A Disneylândia de Tóquio, aberta oficialmente em 1983, teve um enorme sucesso desde sua abertura. Atendeu as tendências japonesas para maior tempo de lazer e apelou ao gosto japonês pela cultura popular americana. Também permitiu que os clientes japoneses passassem pela experiência Disney sem as despesas e transtornos de viajar para os Estados Unidos. Na Europa, entretanto, já havia um mercado bem estabelecido para férias na Flórida, que dizia respeito tanto à Disney como a outros parques temáticos. Para os turistas do Reino Unido, especialmente, a Flórida era somente um pouco mais cara do que viajar para a Euro Disney, com o benefício de melhor clima. Havia também uma diferença entre a visão japonesa dos temas da Disney e os da Europa. Muitas das histórias de Disney são baseadas em lendas européias. “Por que” disseram alguns críticos, “construir um castelo falso em um continente cheio de castelos reais? Por que construir um parque temático em um continente que si mesmo já é um parque temático?”

Se algumas dúvidas perturbaram a Disney, elas foram vencidas. Em seguida decidiu onde na Europa ia construir o parque. Pelo menos dois lugares foram considerados – um na Espanha e outro na França. A vantagem da França é que estava numa localização mais central. A demografia da Europa significa que localizando seu parque temático 30 quilômetros a leste de Paris, ele estaria a uma distância de viagem relativamente fácil de literalmente milhões

de clientes potenciais. Geograficamente, a Espanha era menos conveniente. Havia também, nessa parte da França, uma infra-estrutura de transporte que ainda foi melhorada pelo governo francês como um fator indutor. O governo francês ainda ofereceu à Disney numerosos outros fatores financeiros indutores, atribuindo baixos valores ao terreno para dar à empresa concessões em impostos.

A Espanha, geograficamente mais isolada e provavelmente incapaz de oferecer atratividade semelhante aos fatores indutores do governo francês, tinha, entretanto, a vantagem crítica de clima melhor e mais previsível. O que talvez não tenha sido previsto na época foi a hostilidade dos meios de comunicação franceses ao que alguns viam como imperialismo cultural. O projeto foi chamado de “Chernobyl Cultural” e descrito por crítico francês como “um horror feito de papelão, plástico e cores apavorantes; uma construção de goma de mascar endurecida e folclore idiota extraído de livros cômicos escritos para americanos obesos”. Também houve algumas questões culturais relatadas no recrutamento e treinamento pessoal (ou “elenco” como a Disney os chama). Nem todos os europeus (especialmente os franceses) foram tão receptivos aos códigos de comportamento e vestuário como seus equivalentes americanos nos empreendimentos Disney nos Estados Unidos.