

**Jaqueline Aparecida Mendes van Kaick**

**PERCEPÇÃO DE PARQUES E ÁREAS SIMILARES  
PARA A ATRATIVIDADE DO TURISMO EM CURITIBA,  
PARANÁ**

Dissertação de Mestrado apresentada ao Programa de Pós-Graduação em Gestão Urbana – PPGTU, do Centro de Ciências Exatas e de Tecnologia – CCET, da Pró-Reitoria de Graduação, Pesquisa e Pós-Graduação e da Pontifícia Universidade Católica do Paraná – PUCPR como requisito parcial para obtenção de grau de Mestre em Gestão Urbana.

Orientadora: Profa. Dra. Letícia Peret Antunes Hardt

**Curitiba  
2007**



## RESUMO

Frente ao potencial dos parques urbanos e áreas similares como atrativos turísticos, entende-se que seu processo de planejamento e gestão requer especial atenção da administração municipal, no intuito de explorar adequadamente suas possibilidades, contribuindo para o desenvolvimento da comunidade local. Neste contexto, o objetivo básico da pesquisa consiste em analisar a efetividade do planejamento desses espaços na atratividade do turismo em Curitiba, com base na percepção de seus visitantes e de turistas. O estudo é realizado em duas etapas principais: levantamento bibliográfico para fundamentação teórica da análise e pesquisa exploratória com aplicação de questionários para coleta de dados. O primeiro, elaborado para aplicação aos visitantes dos 10 parques e áreas similares selecionados, foi submetido durante o trajeto da Linha Turismo, que utiliza ônibus diferenciados em um itinerário especialmente planejado para fins turísticos. O segundo foi aplicado a hóspedes de hotéis da cidade. As questões buscam identificar a percepção dos turistas com relação ao nível de atratividade destes espaços. Os resultados obtidos demonstram que, de modo geral, o planejamento e gestão de parques e áreas similares em Curitiba estão de acordo com as expectativas dos visitantes, conforme apontam os percentuais dos dois grupos de participantes relativamente à sua satisfação quanto à infra-estrutura daqueles espaços e às suas condições de acesso. Tal situação, porém, sinaliza para a necessidade da administração municipal dispensar atenção constante à gestão desses locais, tendo em vista que os parques e áreas similares são considerados pelos participantes como importantes atrativos turísticos da cidade, influenciando sua preferência tanto para visitas quanto para estadia em Curitiba.

**Palavras-chave:** Gestão e planejamento de cidades. Parques urbanos e áreas similares. Turismo.

## **ABSTRACT**

*In the view of the potentiality of these places as attractive tourism in the city, its management and planning require special attention of the city administration with the objective to explore adequately its possibilities, contributing to the development of the local community. In this context, the basic objective of the research is to analyze the effectiveness of planning these spaces in the tourism attractiveness in Curitiba, based on the perception of its visitors and tourists. The research was carried out in two stages: initially, bibliographical research was developed, as theoretical analysis; after , exploratory research with questionnaires for collection of data. The first questionnaire, was drew up to be made to the visitors at the 10 parks and similar selected areas, was submitted during the trip of the “Linha do Turismo”. The second questionnaire was made to the guests from hotels in the city. The questions want to identify the tourists perception related to the attractivity level from these spaces. The results had demonstrated that, as a general rule , the planning and management of the parks and similar areas satisfy the visitors expectations, according to the percentages of the two groups of participants related to their satisfaction to the quality of the infrastructure of those spaces and conditions of access. Such situation, however, also signalise the necessity of the city administration to keep constant attention to the management of these places, in view of the parks and similar areas had been considered by the participants, an important and attractive touristic places of the city and that, somehow, influence the tourists` preferences as for visits as the stay in Curitiba.*

**Keywords:** *Management and planning of cities. Urban parks and similar areas. Tourism.*

## LISTA DE TABELAS

Tabela 01 – Movimentação de passageiros na Estação Rodoferroviária de Curitiba – 2000 a 2006 .....	57
Tabela 2 – Valores para cálculo da amostra.....	83
Tabela 3 – Proporcionalidade de motivos de viagem a Curitiba – 1995 e 2000-2005 .....	96

## **LISTA DE QUADROS**

Quadro 1 – Síntese de fatos relevantes da evolução do turismo em Curitiba – 1829 a 2005.....	76
Quadro 2 – Estrutura de referência dos métodos e técnicas da pesquisa.....	84

## LISTA DE FIGURAS

Figura 1 – Gráfico do número de passageiros desembarcados no Aeroporto Internacional Afonso Pena – 1979 a 2004 .....	56
Figura 2 – Gráfico do número de passageiros que desembarcaram no Aeroporto Internacional Afonso Pena – 2000 a 2006 .....	56
Figura 3 – Gráfico do número de visitantes atendidos nos postos de informações turísticas – 2000 a 2003 .....	58
Figura 4 – Gráfico de motivação da viagem a Curitiba – 2003 .....	60
Figura 5 – Mapa de parques e áreas similares em Curitiba com destaque para os 10 locais do estudo. ....	63
Figura 6 – Vista do Parque Barigüi .....	64
Figura 7 – Vista do Jardim Botânico .....	65
Figura 8 – Vista do Passeio Público.....	66
Figura 9 – Vista do Parque das Pedreiras .....	67
Figura 10 – Vista do Parque Tanguá .....	68
Figura 11 – Vista do Parque Tingüi.....	69
Figura 12 – Vista do Parque São Lourenço .....	70
Figura 13 – Vista do Bosque Alemão.....	71
Figura 14 – Vista do Bosque Zaninelli.....	72
Figura 15 – Vista do Bosque João Paulo II.....	73
Figura 16 – Gráfico de proporcionalidade dos visitantes de parques urbanos e áreas similares por gênero.....	90
Figura 17 – Gráfico de proporcionalidade dos visitantes dos parques urbanos e áreas similares segundo faixa etária .....	91
Figura 18 – Gráfico de proporcionalidade dos visitantes dos parques urbanos e áreas similares segundo nível de escolaridade.....	93
Figura 19 – Gráfico de proporcionalidade de visitantes de parques urbanos e áreas similares segundo origem geográfica.....	94
Figura 20 – Gráfico de proporcionalidade de fator determinante para conhecimento	

da cidade identificado pelos visitantes de parques e áreas similares ..	95
Figura 21 – Gráfico de proporcionalidade do maior atrativo de Curitiba segundo a percepção dos visitantes dos parques urbanos e áreas similares .....	97
Figura 22 – Gráfico de proporcionalidade das formas de conhecimento dos parques e áreas similares pelos visitantes.....	99
Figura 23 – Gráfico de proporcionalidade de visitas dos parques urbanos e áreas similares .....	100
Figura 24 – Gráfico de proporcionalidade das condições das vias e sinalização de acesso aos parques urbanos e áreas similares conforme a opinião dos visitantes .....	101
Figura 25 – Gráfico de proporcionalidade das condições da infra-estrutura existente nos parques urbanos e áreas similares segundo a opinião dos visitantes .....	103
Figura 26 – Gráfico de proporcionalidade das condições dos meios de locomoção para acesso aos parques urbanos e áreas similares segundo a opinião dos visitantes.....	105
Figura 27 – Gráfico de proporcionalidade das formas de divulgação dos parques e áreas similares segundo a opinião dos visitantes .....	106
Figura 28 – Gráfico de proporcionalidade do aspecto positivo do parque ou área similar visitada que mais despertou a atenção dos visitantes .....	108
Figura 29 – Gráfico de proporcionalidade de não atendimento às expectativas dos visitantes dos parques e áreas similares.....	110
Figura 30 – Gráfico de proporcionalidade de atendimento às expectativas dos visitantes dos parques e áreas similares.....	112
Figura 31 – Gráfico de proporcionalidade de recomendação da visita aos parques e áreas similares pelos visitantes.....	113
Figura 32 – Gráfico de proporcionalidade dos hóspedes segundo gênero.....	115
Figura 33 – Gráfico de proporcionalidade dos hóspedes segundo nível de escolaridade.....	116
Figura 34 – Gráfico de proporcionalidade dos hóspedes segundo renda familiar	117
Figura 35 – Gráfico de proporcionalidade dos hóspedes segundo motivação da estadia.....	118

Figura 36 – Proporcionalidade de hóspedes que visitam a cidade pela primeira vez. .....	119
Figura 37 – Gráfico de proporcionalidade do tempo médio de permanência dos hóspedes pesquisados na cidade .....	120
Figura 38 – Gráfico de proporcionalidade do meio de locomoção utilizado para deslocamentos na cidade.....	121
Figura 39 – Gráfico de proporcionalidade das formas de obtenção de informações sobre os atrativos turísticos pelos hóspedes.....	123
Figura 40 – Gráfico de conhecimento da proporcionalidade dos parques urbanos e áreas similares pelos hóspedes. ....	124
Figura 41 – Gráfico de proporcionalidade de interesse dos hóspedes na visitação aos parques e áreas similares.....	125
Figura 42 – Gráfico de proporcionalidade dos locais mais visitados pelos hóspedes. .....	127
Figura 43 – Gráfico de proporcionalidade da opinião dos hóspedes sobre a organiza�o dos parques e áreas similares visitadas .....	129

## LISTA DE SIGLAS

ABAV –	Associação Brasileira de Agências de Turismo
APA –	Área de Proteção Ambiental
CEFET-SP –	Centro Federal de Educação Tecnológica de São Paulo
CIAM –	Congresso Internacional de Arquitetura Moderna
CIC –	Cidade Industrial de Curitiba (Companhia de Desenvolvimento de Curitiba)
CINVA –	Centro Interamericano de Vivenda e Planejamento
CMC –	Câmara Municipal de Curitiba
CVB –	Curitiba Convention & Visitors Bureau
EMBRATUR –	Instituto Brasileiro de Turismo
EMSETUR –	Empresa Sergipana de Turismo
FUNATURA –	Fundação Pró-Natureza
FUPEF –	Fundação de Pesquisas Florestais do Paraná
GTITAN –	Grupo de Trabalho Interinstitucional de Turismo em Áreas Naturais
IBGE –	Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística
IBOPE –	Instituto Brasileiro de Opinião Pública e Estatística
ICEP –	Instituto das Empresas para os Mercados Externos de Portugal
ICOMOS –	Conselho Internacional de Monumentos e Sítios
IMPUR –	Instituto Municipal de Paisagem Urbana
IMT –	Instituto Municipal do Turismo
INFRAERO –	Empresa Brasileira de Infra-estrutura Aeroportuária
IPARDES –	Instituto Paranaense de Desenvolvimento Econômico e Social
IPHAN –	Instituto do Patrimônio Histórico e Artístico Nacional
IPPUC –	Instituto de Pesquisa e Planejamento Urbano de Curitiba
NTH –	Núcleo de Turismo e Hospitalidade
OMT –	Organização Mundial do Turismo
PARANATUR –	Paraná Turismo
PIB –	Produto Interno Bruto
PMC –	Prefeitura Municipal de Curitiba
PNMT –	Programa Nacional de Municipalização do Turismo
PRT –	Programa de Regionalização do Turismo
RIT –	Rede Integrada de Transporte
RPPNM –	Reserva Particular do Patrimônio Natural Municipal
SEBRAE –	Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas
SETUR –	Secretaria Municipal de Turismo
SMMA –	Secretaria Municipal do Meio Ambiente
UC –	Unidade de Conservação
UFPR –	Universidade Federal do Paraná
UNILIVRE –	Universidade Livre do Meio Ambiente
URBS –	Urbanização de Curitiba S.A.
WTTC –	World Travel and Tourism Council

## SUMÁRIO

<b>1</b>	<b>INTRODUÇÃO .....</b>	<b>12</b>
<b>2</b>	<b>REFERENCIAL TEÓRICO.....</b>	<b>17</b>
2.1	TURISMO .....	18
2.1.1	Evolução.....	20
2.1.2	Tipologia .....	21
2.1.3	Turismo em áreas urbanas.....	23
2.2	IMAGEM E PAISAGEM URBANA .....	26
2.3	ÁREAS VERDES URBANAS .....	29
2.3.1	Tipologia .....	31
2.4	PARQUES URBANOS .....	33
2.4.1	Evolução.....	34
2.4.2	Funções.....	35
2.4.3	Tipologia .....	37
2.4.4	Revitalização .....	39
2.5	PLANEJAMENTO E GESTÃO URBANA.....	43
2.5.1	Planejamento e gestão de parques urbanos e áreas similares .....	45
2.5.2	Planejamento e gestão do turismo em áreas urbanas.....	47
<b>3</b>	<b>PROCEDIMENTOS METODOLÓGICOS.....</b>	<b>53</b>
3.1	CARACTERIZAÇÃO DA ÁREA DE ESTUDO .....	54
3.1.1	Evolução e tipologia do turismo em Curitiba.....	55
3.1.2	Características e tipologia das áreas verdes em Curitiba.....	61
3.1.3	Planejamento e gestão de Curitiba.....	73
3.1.4	Planejamento e gestão do turismo em Curitiba .....	76
3.1.5	Planejamento e gestão dos parques e áreas similares em Curitiba .....	79
3.2	MÉTODOS E TÉCNICAS .....	81
3.2.1	Pesquisa com visitantes de parques e áreas similares .....	85
3.2.2	Pesquisa com turistas hospedados em hotéis da cidade .....	86
<b>4</b>	<b>RESULTADOS E DISCUSSÃO .....</b>	<b>88</b>
4.1	PERCEPÇÃO DOS VISITANTES DOS PARQUES URBANOS E ÁREAS SIMILARES .....	89

4.2	PERCEPÇÃO DE HÓSPEDES DE HOTÉIS DA CIDADE.....	114
5	<b>CONCLUSÕES E RECOMENDAÇÕES .....</b>	<b>132</b>
	<b>REFERÊNCIAS.....</b>	<b>137</b>
	<b>APÊNDICES.....</b>	<b>152</b>
	<b>APÊNDICE 1 – ..... QUESTIONÁRIO DE PESQUISA JUNTO AOS VISITANTES DE PARQUES E ÁREAS SIMILARES .....</b>	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
	<b>APÊNDICE 2 – . QUESTIONÁRIO DE PESQUISA JUNTO AOS HÓSPEDES DE HOTÉIS DA CIDADE.....</b>	<b>Error! Bookmark not defined.</b>



# 1 INTRODUÇÃO

A presente dissertação versa sobre a importância dos parques e áreas similares na perspectiva da gestão urbana e do turismo, dada a significativa importância desses elementos nos processos de administração municipal. Além da sua finalidade como atrativo turístico, tais locais também desempenham funções de agentes promotores do lazer democrático para a população local, consistindo em espaços abertos a toda a comunidade.

Neste contexto, pretende-se contribuir com discussões para o gerenciamento das cidades e das áreas verdes, tendo em vista as potencialidades culturais e econômicas da utilização desses espaços, associadas à melhoria da qualidade de vida urbana.

As recentes transformações econômicas, sociais e culturais têm produzido modificações nos modos de tratamento das áreas urbanas, notadamente sob a perspectiva de atrativo turístico. Isso ocorre, também, como decorrência de outras mudanças comportamentais, que têm revigorado o uso de parques urbanos e de outras áreas verdes como opção de lazer pela população local e pelos turistas, sendo-lhes, portanto, atribuídos novos papéis pelos agentes envolvidos nos processos de gestão da cidade.

Assim, podem ser consideradas duas vertentes de ações influenciando esta questão; na primeira, tem-se o uso dos parques nas estratégias de conservação ambiental; na segunda, são considerados como elementos de dinamização da economia urbana.

Nesta perspectiva, a pesquisa se apóia na possível contribuição dos parques urbanos e áreas similares como atrativos turísticos, adotando-se Curitiba, capital do Paraná, como estudo de caso. A opção pela abordagem do tema se dá justamente por entender-se, conforme sugere Reis (2001, p.20), que:

Apesar da valorização dos parques sobre diferentes aspectos da comunidade, sua criação e desenvolvimento parecem estar mais ligados a

questões como educação ambiental e preservação do meio ambiente do que propriamente para atender às expectativas das pessoas que os utilizam.

Por outro lado, a Prefeitura Municipal de Curitiba salienta que um dos aspectos fundamentais da política de áreas verdes na cidade é, justamente, a afirmação da recreação e do lazer como fatores indispensáveis ao equilíbrio físico e mental do ser humano e ao seu desenvolvimento, não sendo, no entanto, a sua finalidade única (PMC, 2005).

A partir dessas concepções, vale salientar que, ao se considerar os diferentes pressupostos comumente aceitos para explicar os fatores que determinaram a criação dos parques de Curitiba, percebe-se a necessidade de se investigar, com maior rigor, se a função de fomento ao turismo também integra as contribuições que estes espaços trazem à cidade.

É justamente a partir desta configuração do cenário dos parques e áreas similares, considerados como potenciais atrativos turísticos, que se pretende, neste estudo, dar maior enfoque aos aspectos referentes à sua relação com o turismo.

Desde a década de 1970, Curitiba tem passado por avanços estruturais, culturais, ambientais e econômicos. Há alguns anos, a cidade tem apresentado importante crescimento em termos de turismo receptivo. De 2000 a 2001, esse aumento atingiu um percentual de 35% no número de turistas. De 2000 a 2003, a quantidade de visitantes cresceu 58%. O turismo de negócios vem sendo o principal motivo das viagens a Curitiba, crescendo gradativamente devido à infra-estrutura já existente, à localização estratégica e aos índices de desenvolvimento apresentados pela cidade (SEBRAE, 2005).

Nessa perspectiva, a disponibilidade de áreas verdes como fator de qualidade de vida e ambiental pode ser considerada como um dos atributos de desenvolvimento que atrai turistas para a cidade. Para fazer jus à sua condição de “Capital Ecológica”, as políticas municipais, por meio da mídia, passaram a prestar maior destaque aos parques urbanos e demais áreas verdes, assim como à sua importante contribuição como atrativo para o turismo.

Atualmente, Curitiba dispõe de 17 parques urbanos e áreas similares (PMC, 2007). Neste estudo, porém, a investigação se limita à análise de 10, justamente aqueles que, além de constituírem espaços com estrutura para atendimento aos

turistas, são servidos pela Linha Turismo, um sistema de transporte público que se utiliza de “Jardineiras”<sup>1</sup>, ônibus diferenciados que percorrem um itinerário especialmente planejado para o turismo urbano em Curitiba.

Como **hipótese** norteadora da presente pesquisa, tem-se que, embora a literatura e a pesquisa documental não confirmem que a função de atrativo turístico foi fator determinante para a criação dos parques e áreas similares da cidade, há indícios de que estes espaços podem contribuir para o incremento ao turismo.

Como fundamentação da problemática da pesquisa, parte-se da assertiva de que o turismo urbano tem se desenvolvido amplamente em termos mundiais, inclusive no Brasil, e, neste cenário, Curitiba tem despontado como uma das cidades brasileiras onde as atividades turísticas cresceram acentuadamente nas últimas décadas. A princípio, uma das causas deste crescimento parece estar vinculada às imagens veiculadas pela mídia, dentre as quais se destaca a de “Capital Ecológica”, anteriormente citada. Todavia, o que se verifica é que o turismo curitibano encontra-se fortemente alicerçado na realização de eventos e negócios.

Assim, o **problema central** do estudo é voltado à questão sobre a forma pela qual os processos de planejamento dos parques e áreas similares poderiam contribuir para o incremento do turismo em Curitiba.

Para se chegar às respostas desta questão e com o intuito de fornecer fundamentos ao processo de gestão urbana e do turismo, o **objetivo geral** da pesquisa consiste em analisar a efetividade do planejamento dos parques urbanos e áreas similares na atratividade do turismo em Curitiba a partir da percepção desses espaços por visitantes. Para tanto, com base na estruturação do referencial teórico, são estabelecidos como **objetivos específicos**:

- a) analisar a percepção de usuários dos parques e áreas similares, no intuito de avaliar seus graus de satisfação ou insatisfação,

---

<sup>1</sup>

O percurso da Linha Turismo inclui visitação em 25 pontos turísticos de Curitiba, em um passeio com duração média de 02h30 em um trajeto de 44 km. O ponto de partida pode ser a Praça Tiradentes, no centro da cidade, ou diversos outros locais também situados na área central. A linha funciona de terça a domingo, das 09h00 às 17h30; os ônibus partem a cada 30 minutos. O sistema tarifário concede ao usuário o recebimento de uma cartela com cinco tíquetes, que lhes dão o direito ao embarque e a quatro reembarques, pagando uma tarifa única, o que lhe permite escolher o ponto turístico que deseja conhecer melhor, podendo embarcar novamente na Linha Turismo para cumprir o restante do trajeto. Os veículos são equipados com sistema de som para divulgação de informações gravadas sobre os locais visitados em três idiomas – português, inglês e espanhol (PMC, 2005).

diagnosticando-se suas expectativas quanto aos recursos oferecidos por estes espaços;

- b) relacionar os aspectos qualitativos dos parques e áreas similares com os resultados da pesquisa junto aos usuários;
- c) analisar a percepção de turistas hospedados em hotéis da cidade buscando identificar seus níveis de informação sobre os parques e áreas similares, bem como sua interpretação acerca da estrutura e funcionamento dos mesmos.

Os procedimentos metodológicos adotados para a investigação são direcionados à pesquisa bibliográfica e de campo, a fim de apresentar subsídios para a contextualização, análise e posterior discussão sobre os resultados encontrados.

A pesquisa de campo, do tipo exploratória, consiste na aplicação de questionários a visitantes dos 10 parques e áreas similares selecionados, com a abordagem dos respondentes tanto durante o percurso da Linha Turismo quanto em hotéis da cidade. As questões buscam identificar, por meio das respostas obtidas, a percepção dos turistas com relação ao nível de atratividade destes espaços, procurando-se, a partir das respostas, avaliar sua efetividade como instrumentos de desenvolvimento e promoção do turismo local e a forma de posicionamento dos processos de gestão urbana frente a esta questão.

A partir da caracterização das possibilidades que estes espaços podem oferecer em termos de fomento ao turismo em Curitiba, com os resultados obtidos na pesquisa pretende-se ampliar discussões, do ponto de vista estrutural, sobre a adequação de tais áreas para a recepção de visitantes, acreditando-se que devam ser adequadamente exploradas pelo planejamento urbano e por políticas municipais direcionadas ao potencial turístico dos locais considerados.

Tais discussões sobre este tema de grande relevância para as cidades podem contribuir, de forma efetiva, para o fomento ao turismo, para o desenvolvimento da comunidade local e, conseqüentemente, para a melhoria de seus níveis de qualidade de vida.



## 2 REFERENCIAL TEÓRICO

As referências teórico-conceituais desta pesquisa se baseiam especialmente em questões relacionadas ao turismo, à imagem e paisagem da cidade, às áreas verdes e parques urbanos, assim como ao seu planejamento e gestão.

## 2.1 TURISMO

As primeiras referências ao turismo com a conotação que hoje se atribui ao termo já constavam da literatura europeia desde o século XIX; porém, foi somente a partir da Segunda Guerra Mundial que seu conhecimento passou a ser desenvolvido sob o ponto de vista científico.

Esse desenvolvimento surge com o advento do turismo em massa, que, conforme entende Ruschmann (1999, p.42), representa “o deslocamento de grande número de pessoas para os mesmos lugares nas mesmas épocas do ano”.

São vários os conceitos sobre turismo, sendo que um deles o interpreta como uma atividade de troca, caracterizada como mercado onde existe oferta de produtos turísticos e demanda de pessoas dispostas a visitar esses destinos (TRIGUEIRO, 1999).

Para Goeldner (2002, p.23), “o turismo é a soma de fenômenos e relações originados da interação de turistas, empresas, governo local e comunidade anfitriã, no processo de atrair e receber turistas”.

A Organização Mundial do Turismo (OMT) o define como “atividades de deslocamento e permanência em locais fora de seu ambiente de residência por período superior a 24 horas e inferior a um ano consecutivo, por razões de lazer, negócios ou outros propósitos” (OMT, 2002, p.2).

Esta última, aliás, configura a definição mais abrangente do termo, uma vez que, neste estudo, entende-se que a característica mais importante do turismo é, sobretudo, a ação de deslocamento das pessoas de seu local de origem para outro, movidas por um objetivo qualquer (lazer, negócios etc.). Isso remete à idéia de se classificar os diferentes tipos de turismo, conforme abordado em tópico adiante

apresentado.

Ainda para melhor compreensão dos termos relacionados, é pertinente que se diferencie conceitualmente turistas, visitantes e excursionistas, uma vez que, embora a finalidade comum destes sujeitos seja o turismo, cada um busca usufruí-lo sob diferentes modalidades.

Assim, segundo o Instituto das Empresas para os Mercados Externos de Portugal (ICEP, 2006), denomina-se visitante (turista) o indivíduo que se desloca a um lugar diferente de sua residência habitual por um tempo inferior a 365 dias, desde que o motivo principal da viagem não seja o de exercer uma atividade remunerada no local visitado. O termo excursionista diz respeito ao visitante que não chega a pernoitar - seja em alojamento coletivo ou particular – no lugar visitado. Para Ruschmann (2002, p.153), o excursionista pode ser classificado como recreacionista doméstico e, na sua concepção, trata-se de “pessoas que viajam dentro do país no qual residem por menos de 24 horas (sem pernoite) com os mesmos objetivos dos turistas.” Por fim, turista é conceituado como o visitante que se dirige ao local visitado com a intenção de nele pernoitar por, pelo menos, uma noite.

A esse respeito, a OMT (2001, p.40) considera e sintetiza as seguintes conceituações para os três tipos de sujeitos:

Excursionista é o viajante que não pernoita sem um meio de alojamento, seja coletivo ou privado, no país visitado; viajante é qualquer pessoa que viaja entre dois ou mais países, ou entre duas ou mais localidades em seu país de residência habitual; visitantes são todos os tipos de viajantes relacionados ao turismo e turista, passageiro que permanece uma noite pelo menos em meios de alojamento coletivo ou privado do país visitado.

Tais definições caracterizam os aspectos práticos que diferenciam visitantes, turistas e excursionistas; no entanto, afora as particularidades de tempo de visita de cada um deles, todos estão inseridos na categoria de “consumidores externos” do produto turístico, conforme mencionam Lopes e Pizzolitto (2004, p.59).

### 2.1.1 Evolução

A compreensão sobre a história da sociedade humana envolve o entendimento de muitas questões, entre elas a evolução de atividades como o turismo. Assim, para que seja possível analisar a importância da atividade turística no contexto da gestão urbana, é relevante se apresentar uma breve síntese acerca do seu desenvolvimento histórico recente.

Na Idade Moderna (1453-1789), a atividade turística era unicamente vinculada à idéia de formação social, cabendo unicamente aos jovens aristocratas ingleses a tarefa de visitar lugares distantes ou culturalmente diferentes do seu meio, a fim de adquirir informações culturais e, ao mesmo tempo, de vivenciar experiências às quais só teriam acesso por meio dos livros. Acreditava-se que essa possibilidade contribuía para uma formação mais “refinada” destes jovens e era, em última instância, uma demonstração do poder econômico de suas famílias (SILVA; CID, 2005).

Como atividade econômica e produtiva, o turismo surge, na Idade Contemporânea, em função de todo um novo contexto social e econômico instituído pelas mudanças advindas com a Era Industrial. De acordo com Camargo (2000), o desenvolvimento da infra-estrutura baseada principalmente nos transportes, na comunicação e na organização das cidades, foi elemento determinante para essa nova visão do turismo pela sociedade.

No século XIX, o turismo passa a integrar o rol de atividades econômicas por iniciativa do inglês Thomas Cook, que, em 1841, organizou a primeira viagem turística de trem, cujo objetivo era conduzir um grupo para participação em um evento realizado entre as cidades inglesas de Leicester e Loughborough (CAMARGO, 2000).

Segundo Menezes (2006), foi somente a partir de 1949 que o turismo recebeu impulso definitivo. O avanço tecnológico dos meios de transporte, a diminuição das jornadas de trabalho e o aumento das horas de lazer foram apenas alguns dos fatores que explicam o acentuado crescimento das atividades turísticas no mundo todo. Até então, as empresas que existiam à época e que estavam

relacionadas à atividade, como hotéis, operadores de transporte e agências de viagens atuavam individualmente. Na Inglaterra, com a ampliação do número de agências, o turista passou a ser visto não apenas como um indivíduo que necessitava de acomodação em seus deslocamentos, mas como um consumidor em potencial de ampla gama de produtos e serviços. Esta concepção deu origem à uma nova forma de se interpretar a atividade turística, despertando a preocupação das iniciativas públicas e privadas para as oportunidades econômicas envolvidas com o simples ato de viajar.

Atualmente, a atividade turística constitui-se em um dos segmentos mais importantes do Produto Interno Bruto (PIB) de vários países, sendo considerado como importante fator de intercâmbio de culturas e experiências entre as pessoas. O turismo remete a um universo complexo de relações e interesses. O meio é impactado, assim como as comunidades; daí a necessidade de pensar-se o planejamento da atividade e a gestão territorial por meio de políticas públicas, principalmente (BRAZ, 2006).

Por sua vez, o próprio turista apresenta um comportamento, como consumidor muito diferente daquele que assumia em épocas passadas: é mais qualificado e mais exigente, detém maior poder de decisão e dispõe de mais conhecimentos sobre a relação entre preço e qualidade dos produtos e serviços. Em busca da satisfação das necessidades deste turista, o setor turístico aprimora e disponibiliza uma gama cada vez maior e melhor de recursos, atrativos, infraestrutura, equipamentos e serviços, reiniciando, assim, um processo de busca permanente pela melhoria do setor (RUSCHMANN, 1999).

Visando atender uma clientela cada vez mais exigente e diversificada, o turismo foi ampliando e especializando suas áreas de atuação, dando origem às diversas modalidades de prática do turismo, conforme analisado no tópico seguinte.

### **2.1.2 Tipologia**

Segundo Dantas (1999), os tipos de turismo são:

- a) de negócios – deslocamento, individual ou em grupo, para realização ou participação em feiras, congressos, reuniões ou trabalho;

- b) para tratamento de saúde;
- c) por motivações religiosas;
- d) de lazer – desenvolvido em áreas naturais ou com cunho cultural, dentre outros.

Para Andrade (2002), a tipologia do turismo é estruturada em:

- a) de férias – momento de exercício do lazer e do ócio e da utilização do tempo para realização de tarefas livres, sendo comumente justificado como uma compensação a que os indivíduos têm direito após um período de exercício de suas atividades produtivas para descanso e relaxamento;
- b) cultural – atividade turística cujo objetivo principal consiste em entrar em contato com eventos culturais, nos quais, a partir do deslocamento a outros lugares, o indivíduo participa de expressões artísticas, científicas, de formação e de informação;
- c) de negócios – atividades de viagem, hospedagem, alimentação e de lazer praticadas pelo indivíduo que viaja em função de suas atividades profissionais, sejam elas comerciais ou industriais;
- d) desportivo – modalidade de viagem com o intuito de acompanhar, desempenhar ou participar de eventos desportivos, no país ou exterior;
- e) de saúde – atividades turísticas realizadas por indivíduos que buscam a manutenção ou aquisição de meios e recursos para sua saúde física ou psíquica;
- f) religioso – realização de visitas a locais que expressam sentimentos místicos ou suscitam a fé, esperança e caridade nos fiéis ou em pessoas vinculadas às religiões.

Por sua vez, Dias (2005) apresenta a seguinte tipologia para o turismo:

- a) de lazer, recreação e férias;
- b) de negócios ou motivos profissionais;
- c) de tratamento de saúde;
- d) religioso ou de peregrinação.

Como é possível se perceber, há similaridades entre diferentes autores na abordagem dos diversos tipos de turismo e tais concepções procuram abranger a

maior parte dos destinos turísticos comumente procurados.

Para efeitos do presente estudo, porém, o enfoque se volta ao turismo em áreas urbanas, independente do objetivo de viagem, pois tem-se interesse, em especial, no turista que busca o cenário da cidade como local a ser visitado. É justamente nesse contexto e sob esta ótica que as áreas urbanas são adiante, analisadas.

### **2.1.3 Turismo em áreas urbanas**

Conceitualmente, o turismo urbano pode ser definido como a aglomeração de diversas atividades em uma cidade que resultam em afluxo de visitantes, sendo que o termo turista urbano refere-se aos mais diferentes tipos de viajantes, sejam eles participantes de congressos e eventos profissionais, culturais e esportivos; apreciadores de edifícios históricos; interessados em negócios ou pessoas que visitam amigos e parentes (BARROS, 2006).

As aglomerações urbanas, por sua vez, constituem-se nos principais espaços de criação e difusão de riquezas, em centros de desenvolvimento cultural e social e, para seus cidadãos, um espaço em que se conjugam relacionamentos sociais, trabalho, consumo e lazer, entre outros valores.

Com a Revolução Industrial, as cidades cresceram e as indústrias se instalaram em imediações ou nos limites das cidades, devido à facilidade de aquisição de matéria-prima, da garantia da comercialização da sua produção e de fornecimento de mão-de-obra qualificada. O sistema produtivo privilegia o crescimento das indústrias e, simultaneamente, a expansão dos centros urbanos, tornando-os grandes consumidores. Seus habitantes passam a viver em um clima de constante competição, onde o tempo é fator preponderante para que qualquer cidadão venha a obter projeção social no mundo capitalista; o resultado é a redução significativa de suas horas de lazer e descanso. O turismo urbano ganha forças devido à necessidade do cidadão de criar alternativas de relaxamento diante da pressão diária que sofre na cidade (CAVALCANTI; NEVES, 2006).

Impostas pela idéia de que a viagem seria a forma mais prazerosa de

relaxamento frente às neuroses urbanas, as cidades atraem cada vez mais os turistas e, por consequência, a atividade turística, o que faz com que a produção turística seja vista “como um dos negócios mais rentáveis e de maior crescimento sustentável das últimas décadas” (CASTROGIOVANNI, 2000, p.7).

Isso se deve ao fato de que a intensificação de turistas em áreas urbanas beneficia incontestavelmente vários aspectos que fazem parte da vida de uma cidade: a revalorização e reabilitação dos centros históricos, o alargamento e diversificação das práticas culturais, o interesse pelo patrimônio e a estruturação urbanística pelo tratamento da paisagem urbana, assim como a busca pelo lazer e por novas oportunidades de negócios. A chamada renovação urbana com base no turismo tornou-se um fenômeno importante nas últimas duas décadas (SWARBROOKE, 2000).

Swarbrooke (2000) assinala ainda que as rápidas mudanças sociais e econômicas transformaram a economia de diversas cidades e, em muitos casos, tais modificações resultaram no declínio de áreas tradicionais de produção de bens e serviços com as quais até então a economia contava. Isso fez com que, inicialmente, os governos e, posteriormente, também a iniciativa privada, buscassem novas fontes de emprego e de geração de renda, entre elas o turismo urbano.

Conforme o mesmo autor (2000, p.40), a maior parte das cidades que passou a fomentar o turismo o fez a partir de determinadas abordagens para obter a “renovação urbana pretendida através do turismo”, dentre as quais destacam-se:

- a) estratégias direcionadas para atrair turistas com a geração de novas atrações na cidade, como a construção de museus, por exemplo;
- b) utilização de atrações culturais, com a criação de espaços especialmente planejados e criação de estratégias voltadas para a produção de eventos;
- c) exploração do crescente interesse pelo lazer voltado para compras, com o estabelecimento de locais destinados a abrigar eventos de negócios ou espaços para o consumo como *shopping centers*, por exemplo;
- d) promoção da cidade como centro de convenções e feiras, atraindo turistas de negócios.

Do ponto de vista das cidades e metrópoles, a idéia do turismo como

renovação é interessante porque consiste em atividade intensiva de mão-de-obra, que tende a produzir um número significativo de empregos; cria instalações e serviços que podem também ser utilizados pela comunidade local, ao mesmo tempo contribuindo para a manutenção dos já existentes e utilizados pelos habitantes; e favorece a melhoria da imagem externa da cidade, o que comumente se traduz em atratividade para novos investimentos externos.

Ressalte-se ainda que as cidades possuem maiores possibilidades de implementação de estratégias voltadas ao turismo por disporem de estrutura que permite, na maior parte dos casos, atender às necessidades de maior fluxo de turistas, como, por exemplo: atuais infra-estruturas urbanas, como aeroporto, autopistas, trens de alta velocidade e similares; concentração de recursos comerciais e de hospedagem, como hotéis, pousadas, *campings*, centros e áreas comerciais, etc.; e tradicional riqueza cultural urbana, constituída por monumentos históricos e arquitetônicos, paisagens naturais e recursos culturais (RODRIGUES, 1996).

Vale mencionar as considerações de Castrogiovanni (2000, p.23) quanto ao processo de ordenação urbana e turística, que o entende como sendo:

[...] o processo de organização dos elementos que compõem o espaço urbano de acordo com o estabelecimento de relações de ordem, com base na construção de uma hierarquia de valores, no caso, com o objetivo de facilitar o desenvolvimento das atividades turísticas. A ordenação turística é a busca conveniente dos meios existentes no espaço para o sucesso das propostas relativas às atividades turísticas.

A esse respeito, destaca-se as pessoas que visitam uma cidade tendem a fazer uma leitura superficial daquilo que, em um espaço urbano, ela representa aos seus moradores fixos. Como menciona Lynch (1999, p.7): “[...] o observador seleciona – com grande capacidade de adaptação à luz de seus próprios objetivos, – organiza e confere significados àquilo que vê”. Assim, a imagem da cidade depende, portanto, da visão de cada observador.

Para Boullón (2002), alguns elementos despertam maior atenção:

- a) pontos de inserção, que compreendem áreas abertas ou não, de uso público, que propiciam o trânsito livre dos visitantes, como praças e parques, entre outros;

- b) marcos divisórios, constituídos por edificações, artefatos urbanos ou monumentos que atuam como pontos de referência para o observador por se destacarem na paisagem urbana;
- c) bairros da cidade;
- d) setores, que são determinadas áreas específicas dentro dos bairros, como, por exemplo, os setores históricos;
- e) “bordas” ou “franjas” urbanas, elementos que delimitam ou marcam a transição entre uma área e outra e, com freqüência, se constituem em uma terceira paisagem, associando características das duas anteriores;
- f) caminhos, que constituem-se nas vias de acesso aos atrativos turísticos ou que conduzem à saída ou chegada à cidade, como ruas, avenidas e passagens.

É possível se dizer, portanto, que o turismo urbano apropria-se da paisagem das cidades para desenvolver sobre ela leituras criativas (CUSTÓDIO, 2006).

Castrogiovanni (2000) coloca, ainda, que, sendo o espaço urbano compartilhado entre diferentes pessoas, com temperamentos, formações, ocupações, origens étnicas e classes sociais diversas, e sendo a cidade uma representação desta diversidade, sua arquitetura e a ordenação de seus elementos devem refletir essa condição. Assim, até mesmo as atividades econômicas desenvolvidas em uma cidade determinam, em parte, as características específicas do turismo urbano daquela localidade.

São, portanto, suas peculiaridades, em conjunto ou isoladamente, que formam o perfil turístico de uma cidade e definem os segmentos do turismo a serem destacados no planejamento turístico urbano, que podem ser o turismo de negócios, de eventos, histórico-cultural, religioso ou de lazer.

Tal cenário requer um processo de gestão de turismo urbano voltado à valorização do meio e de políticas públicas que levem em conta suas características.

## 2.2 IMAGEM E PAISAGEM URBANA

A imagem urbana passa por permanente processo de alteração e reciclagem ao longo do tempo, assim como os elementos que a compõem se modificam e

incorporam novos significados. A imagem da cidade condensa valores e constrói o senso comum (GARCÍA, 1997), pois resulta de um processo bilateral entre o observador e o ambiente. Este último sugere especificidades e relações, enquanto o observador seleciona, organiza e confere significado àquilo que vê (LYNCH, 1999).

Imagem é “símbolo, identidade, caráter, personalidade e possibilidades” (DEL RIO, 1990, p.121). Uma boa imagem ambiental proporciona a quem a possui importante senso de segurança emocional, criando relações harmoniosas com o mundo exterior (LYNCH, 1999).

Além disso, a imagem de um determinado lugar pode variar significativamente dependendo da formação e da sensibilidade de cada observador no tempo (CASTROGIOVANNI, 2000). Para Lynch (1999), a imagem tem capacidade de ser forte o suficiente para impor-se na percepção e na memória do observador.

É assim que a percepção ambiental compreende as unidades selecionadas para compor a experiência visual, pois consiste em um processo seletivo onde só percebe-se aquilo que os objetivos mentais preparam os seres humanos para perceber (DEL RIO, 1990).

Por sua vez, o termo “paisagem”, embora tenha sido empregado com diferentes significados ao longo da história (LAURIE, 1983<sup>2</sup> apud HARDT, 2004), foi sempre relacionado a aspectos artísticos e estéticos.

Recentemente, porém, considera-se uma nova abordagem de paisagem que, de acordo com Hardt (2004, p.599) considera ainda três dimensões:

- a) cultural, definindo cenários de atividades humanas típicas de certas culturas em determinadas regiões;
- b) psicológica, representando impactos mentais nos seus observadores;
- c) ecológica, sintetizando interações dos seus diversos elementos constituintes com base na visão ecossistêmica.

Para Le Corbusier (1984), uma paisagem só existe por intermédio dos olhos, envolvendo uma percepção sensorial, essencialmente visual, com alto grau de subjetivismo. Tal concepção permite, assim, que uma interpretação genérica de paisagem urbana a considere como a visualização do ecossistema urbano a partir

---

<sup>2</sup> Ver LAURIE, M. **An introduction to landscape architecture**. New York: Elsevier, 1983.

das percepções mentais e sensoriais, dentre elas a visual (TUAN, 1980<sup>3</sup>; CANTERAS JORDANA, 1992<sup>4</sup> apud HARDT, 2004).

Sua utilização por ampla gama de profissionais deriva em interpretações diferenciadas conforme as diferentes formações, resultando em complexo sistema de definições e em métodos diversos de estudos (CANTERAS JORDANA, 1992 apud HARDT, 2000).

Como expressão morfológica de diferentes processos de ocupação e da transformação do ambiente em determinado tempo, a paisagem é produto do processo social de ocupação e gestão de determinado território ou um sistema onde a ação impressa levará a uma reação correspondente, que equivale ao surgimento de alteração morfológica parcial ou total (MACEDO, 1999).

Neste âmbito, a paisagem urbana compreende o conjunto de elementos que formam o espaço da cidade: ruas, calçadas, edificações, praças, parques, equipamentos, vegetação, rios etc. Sua concepção deve considerar as demandas, dentro da capacidade de oferta dos espaços, levando em conta, entre outros fatores, a questão ambiental e o bem-estar da população (IMPUR, 2005).

Embora possa ser definida conceitualmente como “a visualização do ecossistema urbano”, a interpretação da paisagem urbana deve, no entanto, considerá-la a partir do espaço visual, compreendido como o ambiente em sua totalidade, tanto o natural como o construído, mas também se levando em conta os “mecanismos perceptuais, dependentes da experiência humana (ambiência pessoal e comportamento) e das condições de vida” (HARDT; HARDT, 2006, p.3).

Assim, a percepção da paisagem depende desses mecanismos perceptuais, que são pessoais e específicos de cada observador, fazendo com que uma mesma paisagem seja interpretada diferentemente, pois “embora todos contemplem um mesmo cenário, cada um vê uma paisagem” (HARDT, 2004, p.602).

Sua gestão, portanto, deve necessariamente ser adotada a partir de uma visão multidimensional, incluindo os aspectos ecológicos, culturais, socioeconômicos e psicológicos, dentre outros, considerando que os aspectos qualitativos do cenário urbano estão estreitamente relacionados com as condições

<sup>3</sup> Ver TUAN, Y. **Topologia**: um estudo da percepção, atitudes e valores do meio ambiente. São Paulo: Difel/Bertrand Brasil, 1980.

<sup>4</sup> Ver CANTERAS JORDANA, J. C. **Valoración del paisaje**. Curitiba: Universidade Federal do Paraná; Universidade de Cantábria, 1992. (Apostila do Curso de Pós-graduação em Engenharia Florestal).

de qualidade de vida da comunidade (HARDT; HARDT, 2006).

Dada a diversidade de elementos que compõem a paisagem urbana destacam-se, neste estudo, as áreas verdes, tendo em vista a abordagem que norteia o desenvolvimento do tema proposto.

### 2.3 ÁREAS VERDES URBANAS

Conceitualmente, segundo Llardent (1982, p.51), áreas verdes são consideradas como “Qualquer espaço livre no qual predominam as áreas plantadas de vegetação, correspondendo, em geral, o que se conhece como parques, jardins ou praças”.

De forma restritiva, Lima (1994), as conceitua como locais onde há predomínio de vegetação arbórea, incluindo-se praças, jardins públicos e parques urbanos.

Os benefícios das áreas verdes estão relacionados a suas funções ecológicas, por sua capacidade de favorecer a qualidade do clima, do ar, da água e do solo e a conservação da biota e da biodiversidade; sociais, pelas possibilidades de espaços de lazer para o visitante; estéticas, pela diversificação e embelezamento da paisagem; educativas, pelas oportunidades de desenvolvimento da educação ambiental; e psicológicas, pelos ambientes de relaxamento e tranquilidade, além de propiciar as atividades de lazer, fundamentais para o equilíbrio físico e emocional dos indivíduos (GUZZO, 2006).

Como áreas verdes urbanas são considerados os espaços livres na cidade com características predominantemente naturais, independentes do porte da vegetação (MILANO, 1993<sup>5</sup> apud HARDT, 1994). A vegetação urbana, por sua vez, permite que o espaço se integre com o jardim e o parque, para a construção da paisagem da cidade (MASCARÓ; MASCARÓ, 2002).

No âmbito desta definição, podem ser citados como exemplos: parques, praças, bosques e cemitérios-parque, dentre outros (HARDT, 1994).

Em uma perspectiva mais ampla, considera-se que as áreas verdes urbanas

---

<sup>5</sup> Ver MILANO, M. S. Arborização urbana. In: Curso sobre Arborização Urbana, 1, Curitiba, 1993, **Resumos...** Curitiba: Universidade Livre do Meio Ambiente, 1993.

assumem funções diversas e em diferenciados graus de importância no meio urbano, podendo interferir direta ou indiretamente em muitas das suas características básicas (HARDT, 2000).

As áreas verdes urbanas são usualmente consideradas em duas categorias distintas (HARDT, 2000):

- a) públicas<sup>6</sup>, envolvendo os espaços destinados ao lazer e recreação, como parques e praças; à conservação ambiental (áreas de conservação permanente, unidades de conservação); e especiais (como cemitérios-parque);
- b) privadas<sup>7</sup>, que compreendem espaços voltados ao lazer (a exemplo de jardins e quintais), à conservação ambiental ou a funções especiais.

Conforme assinala Hardt (2006), as áreas verdes urbanas possuem tanto funções visuais ou estéticas – como referenciais paisagísticos – quanto recreativas e ambientais.

A função estética, conforme salientam Loboda e De Angelis (2005, p.134), “está pautada, principalmente, no papel de integração entre os espaços construídos os destinados à circulação”.

Já sua função recreativa ou social, mencionado anteriormente, diz respeito à disponibilização de espaços destinados ao lazer da comunidade. Por fim, a função ambiental das áreas verdes urbanas, que está estreitamente relacionada à redução dos impactos resultantes da industrialização do espaço urbano (LOBODA; DE ANGELIS, 2005).

Dentre os diversos benefícios que as áreas verdes urbanas oferecem à comunidade, os mesmos autores mencionam os seguintes:

- a) melhoria da estética urbana;
- b) transmite bem estar psicológico, em calçadas e passeios;
- c) quebra da monotonia da paisagem das cidades, causada pelos grandes complexos de edificações;
- d) valorização visual e ornamental do espaço urbano;
- e) caracterização e sinalização de espaços, constituindo-se em um elemento de interação entre as atividades humanas e o meio ambiente.

A importância das áreas verdes no ambiente urbano é tão significativa que

<sup>6</sup> Sujeitas a enfoque mais técnico da administração municipal (HARDT, 2000).

<sup>7</sup> Subordinadas a enfoque mais político e legal (HARDT, 2000).

seu gerenciamento público adquire maior relevância, sobretudo em cidades que priorizam a conservação do meio como atrativo turístico para seu desenvolvimento.

Este é o caso de Curitiba, cujas diretrizes de sucessivas administrações municipais consideram a política de áreas verdes da cidade como um dos aspectos mais importantes da gestão urbana, ressaltando a afirmação da recreação e do lazer como fatores indispensáveis ao equilíbrio físico e mental do ser humano e ao seu desenvolvimento (CURITIBA, 2007).

O lazer, ainda que essencial aos desgastes da vida urbana, não é a finalidade única de boa parte das áreas verdes; também a conservação ambiental e o saneamento – com a manutenção da permeabilidade do solo, das matas ciliares, de habitats da fauna e da flora etc. – assim como o controle da poluição hídrica, atmosférica e sonora, configuram-se como objetivos da criação destes espaços, dentre muitos outros, uma vez que contribuem para o equilíbrio das relações da cidade com seu ambiente (PMC, 2005).

### 2.3.1 Tipologia

Mesmo entendendo-se áreas verdes urbanas como espaços principalmente destinados à recreação pública, tais como, jardinetes, praças, bosques, parques, eixos de animação, núcleos ambientais, jardins ambientais e ruas arborizadas (LIMA et al., 1994; OLIVEIRA, 1996<sup>8</sup> *apud* ANDRADE, 2001), é necessário se diferenciar as áreas verdes públicas e privadas, uma vez que suas similaridades e diferenças devem ser claramente estabelecidas para se compreender com maior eficácia a delimitação e caracterização de cada uma.

Para Lorusso (1992), o conjunto das áreas verdes urbanas é constituído por dois tipos:

- a) públicas, compostas por logradouros públicos destinados ao lazer ou que oportunizam ocasiões de encontro e convívio direto com a natureza, englobando as praças, jardins públicos e parques urbanos, ou seja, espaços aos quais o conjunto da população e visitantes da cidade têm

---

<sup>8</sup> Ver OLIVEIRA, C.H. **Planejamento ambiental na cidade de São Carlos/SP com ênfase nas áreas públicas e áreas verdes**: diagnóstico e propostas. 1996. 181 p. Dissertação (Mestrado em Áreas Urbanas/Ecologia da Paisagem/Conservação).- Universidade Federal de São Carlos, São Carlos, 1996.

livre acesso e dele podem usufruir;

- b) privadas, compostas por jardins, quintais e remanescentes vegetais significativos incorporados à malha urbana e localizados em terrenos particulares.

Entre as áreas verdes formalmente protegidas, podem ser destacadas as unidades de conservação (UCs), que constituem-se em:

Espaços territoriais (incluindo-se, aí, seus recursos ambientais e águas jurisdicionais), com características naturais relevantes, legalmente instituídos pelo poder público, com objetivos de conservação e limites definidos, sob regime especial de administração, às quais se aplicam garantias adequadas de proteção (BRASIL, 2000).

Segundo a Funatura (1989), a denominação de unidades de conservação seguiu uma tendência internacional surgida ainda em fins da década de 1980 em substituição gradativa à antiga denominação de áreas silvestres.

A Lei Federal N<sup>o</sup> 9.985, de 18 de julho de 2000, que instituiu o Sistema Nacional de Unidades de Conservação da natureza e dá outras providências, caracteriza as UCs, assinalando, ainda, seus objetivos primordiais (BRASIL, 2000):

Art. 7<sup>o</sup> As unidades de conservação integrantes do SNUC dividem-se em dois grupos, com características específicas:

I - Unidades de Proteção Integral;

II - Unidades de Uso Sustentável.

§ 1<sup>o</sup> O objetivo básico das Unidades de Proteção Integral é preservar a natureza, sendo admitido apenas o uso indireto dos seus recursos naturais, com exceção dos casos previstos nesta Lei.

§ 2<sup>o</sup> O objetivo básico das Unidades de Uso Sustentável é compatibilizar a conservação da natureza com o uso sustentável de parcela dos seus recursos naturais.

Art. 8<sup>o</sup> O grupo das Unidades de Proteção Integral é composto pelas seguintes categorias de unidade de conservação:

I - Estação Ecológica;

II - Reserva Biológica;

III - Parque Nacional;

IV - Monumento Natural;

V - Refúgio de Vida Silvestre.

Assim, os parques nacionais e, por similaridade, os parques naturais estaduais e municipais, compõem a categoria de Unidades de Proteção Integral.

Em Curitiba, a Lei Municipal N<sup>o</sup> 9.804, de 03 de janeiro de 2000, em seu artigo 2<sup>o</sup>, define como unidades de conservação:

[...] áreas no município de propriedade pública ou privada, com características naturais de relevante valor ambiental ou destinadas ao uso público, legalmente instituídas, com objetivos e limites definidos, sob condições especiais de administração e uso, as quais aplicam-se garantias de conservação, proteção ou utilização pública (CURITIBA, 2000).

Neste contexto, as UCs curitibanas, além de se constituírem em áreas naturais públicas ou privadas que abrigam ambientes protegidos, são, também, espaços naturais nos quais podem ser desenvolvidas atividades turísticas de maneira controlada.

Cabe ressaltar que, apesar das definições de UCs nas leis federal e municipal serem semelhantes, na prática tais áreas têm concepção e gestão diferenciadas.

## 2.4 PARQUES URBANOS

Kliass (1993 p.19) considera os parques urbanos como “espaços públicos com dimensões significativas e predominância de elementos naturais, principalmente cobertura vegetal, destinados à recreação”.

Scalise (2002), por sua vez, os define como equipamentos públicos urbanos que foram difundidos no Brasil a partir dos modelos europeus e americanos.

Na concepção de Macedo e Sakata (2003, p.14), parque urbano pode ser conceituado como:

[...] todo espaço de uso público destinado à recreação de massa, qualquer que seja o seu tipo, capaz de incorporar intenções de conservação e cuja estrutura morfológica é auto-suficiente, isto é, não é diretamente influenciada em sua configuração por nenhuma estrutura constituída em seu entorno.

Do ponto de vista ambiental, os parques urbanos podem ser considerados não apenas como elementos de proteção da vegetação e de redução da poluição, mas também de conservação de mananciais, favorecendo a manutenção dos recursos hídricos dos quais a população urbana se utiliza (FEIBER, 2004).

### 2.4.1 Evolução

Historicamente, segundo Silva e Egler (2002, p.5), os espaços verdes eram culturalmente valorizados já na Grécia Antiga. Contudo, sua importância como elemento urbano só passa a ser reconhecida ao final do século XVII, na Inglaterra, atingindo seu pleno desenvolvimento quase cem anos depois, principalmente relacionado à qualidade de vida urbana. É nos anos de 1850 a 1860 que os parques ganham corpo na Europa, inicialmente nos planos urbanísticos da França.

É interessante observar que estes parques, naquela época, já estavam relacionados à busca de alternativas para problemas urbanos, ou seja, das próprias cidades e de seus habitantes, como espaço que poderia, segundo Silva e Egler (2002, p.5), “romper uma situação citadina de estresse”. Também tinham a função de espaço de socialização dos indivíduos em sua vida cotidiana, uma vez que nos parques poderiam interagir e se relacionar; eram, ainda, espaços destinados ao descanso, nos quais as pessoas poderiam se distrair nas horas de ócio e descansar das seguidas horas em que exerciam suas atividades profissionais.

O primeiro espaço público<sup>9</sup> criado no Brasil foi o Passeio Público do Rio de Janeiro, em 1783, por ordem do Vice-Rei Luís de Vasconcelos da Fonseca e Silva, tendo inspiração nos jardins clássicos com seus traçados geométricos. Este espaço, segundo Segawa (1996, p.108), “[...] foi contemporâneo ao surgimento dos primeiros jardins públicos europeus na segunda metade do século XVIII, símbolo do pensamento iluminista a invocar formas de sociabilidade [...]”. Imediatamente incorporou-se os costumes e hábitos do comportamento cortês dos jardins europeus, locais onde as pessoas desfilavam em trajes finos e elegantes com o objetivo de ver e de serem vistos pela sociedade.

No Brasil, os parques urbanos sempre foram espaços que acompanharam a formação das cidades e as transformações sociais. No decorrer dos séculos XIX e XX, passaram de locais onde a elite circulava à moda dos europeus – simplesmente contemplando a natureza e mantendo conversações sociais – a espaços mais democráticos, que permitem a todos os seus frequentadores exercitar-se, brincar ou simplesmente conviver socialmente (SILVA; EGLER, 2002).

---

<sup>9</sup> “[...] espaços abertos, de uso comum, apropriados livremente pelo conjunto das pessoas que vivem numa cidade” (LEITÃO, 2002, p.18).

De início, os parques no Brasil foram implementados em menor número, ocorrendo principalmente nas grandes cidades, onde geralmente se localizam nas áreas centrais ou em bairros nobres, segmentando os seus freqüentadores. Sua multiplicação ocorreu no final dos anos 1960, devido ao investimento público sistemático.

## **2.4.2 Funções**

Conforme Kliass (1993), o parque urbano nasceu da necessidade de dotar as cidades de espaços adequados para atender à uma nova demanda social – o lazer, ou seja, o tempo do ócio – e para contrapor-se ao ambiente urbano.

Os parques públicos, além de promover o lazer à população, também contribuem para atenuar os impactos causados pela urbanização, em particular devido à extensa área verde usualmente existente nestes locais, que melhora as características ambientais do ecossistema urbano, favorecendo as condições de ventilação e aeração dos bairros, de insolação dos edifícios e de drenagem superficial, garantindo também a infiltração de parcela da água precipitada e contribuindo para o controle da poluição (ROBBA, 2006). Segundo Spirn (1995, p.273), “os parques e as praças no centro da cidade devem também ser projetados para reduzirem as enchentes mediante a retenção temporária das águas das chuvas”.

Alguns parques adquiriram outras funções além do lazer, não priorizando a contemplação da natureza. Assim, passaram a abrigar maior diversidade de equipamentos, muitos deles voltados à recreação infantil e à prática de esportes. Pode ser verificada, em alguns casos, a prática de atividades educativas e culturais, além de servirem como espaços para descanso ao ar livre.

Macedo e Sakata (2003, p.13) assinalam que:

Novas funções foram introduzidas no decorrer do século XX, como as esportivas, as de conservação de recursos naturais, típicas dos parques ditos ecológicos, e as do lazer sinestésico dos brinquedos eletrônicos, mecânicos e dos espaços cinematográficos dos parques temáticos. Essas funções requalificam os parques e novas denominações, novos adjetivos, são atribuídos a eles como, por exemplo, ecológico e parque temático.

Devido à grande oferta de atividades, os parques urbanos passam a ser lugares também freqüentados por turistas. Além de locais públicos são também espaços sociais, onde se estabelecem relações de convivência pacífica entre classes sociais diferentes, constituindo pontos de encontro abertos à população.

A partir do momento em que toda a população pôde usufruir destes espaços públicos e das vantagens proporcionadas pela disponibilização de seu uso, alguns destes benefícios têm sido freqüentemente associados à existência de parques (REIS, 2001):

- a) melhoria no estado de saúde dos usuários;
- b) promoção do desenvolvimento humano;
- c) melhoria na qualidade de vida;
- d) redução do comportamento anti-social;
- e) construção de comunidades saudáveis;
- f) diminuição dos custos com cuidados de saúde e serviços sociais;
- g) geração de recursos econômicos na comunidade local;
- h) equilíbrio ecológico.

Vale ressaltar que os parques urbanos revestem-se de particular importância como alternativas de acesso aos cidadãos, como elemento de descontinuidade na distribuição da malha urbana, como reservas de vegetação e de recursos naturais, e como instrumentos no controle do microclima e da poluição (GOUVÊA, 2001).

São, portanto, considerados como espaços importantes para a conservação ambiental sob duas perspectivas, conforme salientam Silva e Egler (2000, p.7):

Uma é a real, dado que os parques funcionam como “preventivos” de danos ambientais, pois se mantém atributo natural de uma dada localidade, e a outra é potencial, uma vez que a manutenção desses elementos é importante para amortecer ruídos, embelezar o ambiente, melhorar o microclima local quanto à umidade e insolação, ajudar no controle de erosão, melhorar a qualidade do ar, proteger mananciais e outros.

Tais considerações permitem compreender que a evolução dos parques urbanos tem acompanhado, ao longo do tempo, as mudanças urbanísticas e constituem-se em testemunhos importantes dos valores sociais e culturais das populações. Tratam-se, na prática, de elementos urbanos que não só contribuem para a melhoria da vida urbana de modo geral, mas que também, muitas vezes,

sobrevivem às próprias mudanças das estruturas urbanas de seu entorno, o que reforça ainda mais a importância destes espaços no contexto urbano.

Além disso, como toda intervenção no espaço, os parques fazem parte do processo de criação da paisagem. A introdução deste elemento natural no contexto urbano assume, portanto, relevante importância no embelezamento da cidade, diversificando a paisagem e fazendo com que sua função estética interaja com o seu entorno, ou seja, com a arquitetura dos aglomerados urbanos.

O processo de planejamento de um parque deve ser elaborado com a intenção de utilização do mínimo possível de energia e de matéria- prima, servindo a mais de uma função. Para Spirn (1995), como princípios, cada projeto deve:

- a) tratar da área no contexto do ecossistema urbano como um todo, incluindo sua relação com os problemas mais críticos da cidade;
- b) responder aos problemas e às oportunidades colocados pelo local e sua vizinhança imediata;
- c) projetar os elementos construídos e a disposição dos naturais para conservar energia e reduzir resíduos;
- d) explorar os aspectos microclimático, geológico, hidrológico e biológico específicos do local.

Estes seriam os pontos mais relevantes para a criação de um parque e, dada sua importância, deveriam ser levados em consideração no processo de planejamento pelas instituições responsáveis.

### **2.4.3 Tipologia**

É interessante ainda compreender a tipologia dos parques urbanos a partir da caracterização de cada um destes espaços. De acordo com Escada (1992), os parques de vizinhança referem-se a locais que devem dispor de vegetação, abrigar equipamentos de recreação e lazer e estar localizados próximos a unidades de vizinhança ou de habitação. Já os parques de bairros constituem-se em áreas de dimensões mais amplas, devendo tanto dispor de gama maior e mais variada de equipamentos de lazer e recreação quanto desempenhar funções paisagísticas e ambientais.

Por fim, os parques metropolitanos são caracterizados pelo mesmo autor como espaços livres, de grandes dimensões, com equipamentos de lazer em função e número apropriados para atender habitantes de cidades próximas. Dois exemplos mundialmente conhecidos de parques metropolitanos são o Central Park, em Nova York, e o Parque Ibirapuera, em São Paulo.

Segundo Gouvêa (2001), a diferenciação entre parques urbanos e demais elementos assemelhados pode ser percebida a partir de definições como, por exemplo, a de praças, que , localizadas em pontos de convergência, ao longo, à margem ou ao final de vias, totalmente abertas ao público e exclusivamente para o trânsito de pedestres. Por jardins, são entendidos os espaços arborizados que possuam vegetação cultivada com objetivos estéticos, diferenciando-se dos demais tipos de áreas verdes por terem, comumente, seus limites demarcados por cercas, muros ou portais.

Atualmente, os parques urbanos recebem diferentes denominações para fins de sistematização legal. Como exemplo, em Curitiba, a Lei Municipal N° 9.804/00 estabelece que:

- a) parques de conservação são áreas de propriedade do Município destinadas à proteção de recursos naturais existentes que possuam no mínimo 10 ha e que se destinem à manutenção da qualidade de vida e proteção dos interesses comuns de todos os habitantes;
- b) parques lineares são áreas de propriedade pública ou privada ao longo dos corpos d'água, em toda sua extensão ou não, que visam garantir a qualidade ambiental dos fundos de vale;
- c) parques de lazer são áreas de propriedade do Município que possuam no mínimo 10 ha e que se destinem ao lazer da população, comportando equipamentos para recreação, e com características naturais de interesse à proteção (CURITIBA, 2000).

Spirn (1995) reforça que o parque deveria ter mais de uma função; todavia, se observa, com o tempo, que algumas atividades iniciais deixam de existir, seja devido às mudanças ocorridas em seu entorno, que fazem com que não sejam mais adequadas ao público-alvo daquele lugar, seja por falta de investimentos ou de atenção dos órgãos municipais responsáveis. Estas áreas públicas poderiam e deveriam ser revitalizadas para poder continuar proporcionando aos seus freqüentadores as sensações já percebidas anteriormente, proporcionando, inclusive, a melhoria da qualidade visual do espaço.

#### 2.4.4 Revitalização

Como já comentado, a valorização dos espaços públicos surge do imperativo de adequá-los e reorganizá-los para a população, devido à necessidade de áreas de lazer que proporcionem melhoria da qualidade de vida.

Como os parques inseridos no meio urbano têm suas funções muitas vezes alteradas, devido à urbanização acelerada e ao dinamismo das cidades, seus espaços são constantemente modificados pela história, estando em permanente processo de recodificação.

Estes espaços públicos são projetados com determinadas funções, mas o que se percebe, com o passar dos anos, é a perda da sua identidade. Assim, ao longo do tempo, novos valores e atividades são acrescentados para satisfazer aos anseios dos freqüentadores ou também por dirigentes municipais como forma de demonstrar que estão “desenvolvendo” a cidade, acarretando, assim, o esquecimento ou a degradação das funções iniciais.

Para Yazigi (2002, p.49), identidade consiste em uma definição espacial que reúna um conjunto de características, fundamentadas na geografia física e em suas instituições e sua vida econômica, social e cultural, com destaque para a paisagem construída.

Segundo este raciocínio, a identidade dos parques urbanos representa a somatória das atividades existentes com a área verde, agregando as relações sociais ocorrentes neste meio. São locais com um processo histórico e uma estrutura e paisagem que permitem que estejam ou fiquem marcados na memória, tanto da população como de turistas.

Barreto (2000, p.38) estabelece a seguinte relação entre paisagem e memória:

Uma paisagem urbana tinha importante missão a cumprir do ponto de vista da memória social. Enquanto cenário mediador para as coisas acontecerem, era preciso uma continuidade de relações com a trama sociocultural, o que equivale defender a idéia de conjunto.

A paisagem urbana faz parte de um conjunto maior que é a própria cidade. Não se deve interpretá-la como bens patrimoniais isolados, mas fazendo parte do

meio. Pode-se afirmar, portanto, que os parques urbanos constituem compartimentos paisagísticos específicos dentro da cidade, possuindo sua história e fazendo parte da memória urbana.

“A estrutura de um lugar não pode ser eterna. Mas isto não significa que sua personalidade deva se perder, porque o homem busca a estabilidade do lugar” (BARRETO, 2000, p.48).

Para não se permitir a perda da identidade dos parques urbanos, a alternativa consiste em propor a sua revitalização, proporcionando aos freqüentadores atividades que já não existem ou outras mais adequadas no momento presente, melhorando as condições atuais de infra-estrutura e equipamentos, o que significa renovar a vida destes espaços. Cabe destacar que as atividades já não mais verificadas nestes locais podem ser revitalizadas, desde que ainda sejam necessárias e estejam de acordo com o espaço.

Conforme Barreto (2000), essa reorganização pode ser realizada em centros urbanos, áreas de lazer, bairros etc. Torna-se uma alternativa para evitar a padronização espacial, isto é, para fugir da sua fetichização e para impedir que perca o seu diferencial, que pode ser valorizado com o processo histórico local, a exemplo do Pelourinho, em Salvador.

É recomendável a personalização dos espaços, pois têm uma trajetória histórica, com sua evolução e acontecimentos próprios, dentre outras características que os fazem únicos, passíveis de reorganização.

Conforme aquele autor, o objetivo principal da revitalização de áreas públicas consiste em não deixar que as mesmas sejam esquecidas ou abandonadas pelos visitantes e governantes, conservando suas características principais e seus usos pela população local como espaços agradáveis.

Outro objetivo consiste em adequar os equipamentos para evitar que fiquem abandonados e acumulando lixo, a exemplo dos sanitários, bebedouros e áreas de circulação e de *playground* nos parques.

Com a conservação, evita-se a degradação dos equipamentos urbanos instalados nestas áreas, mas não se garante que isso aconteça, pois o grande responsável pela depreciação é o ser humano, que, com atitudes marginais, picha, quebra e destrói os espaços públicos. Em sua atitude egocêntrica, não reflete sobre

sua própria qualidade de vida, que é melhorada com a existência destes espaços.

Para Barreto (2000, p.15), “preservar significa proteger, resguardar, evitar que alguma coisa seja atingida por alguma outra que lhe possa ocasionar dano. Conservar significa manter, guardar, para que haja uma permanência no tempo”.

Dessa forma, verifica-se que conservar e preservar possuem significados diferentes. As áreas públicas devem ser, portanto, conservadas, pois não se tem como mantê-las intactas já que se encontram em constante uso.

Assim como a revitalização, existem outras formas de intervenção no meio urbano, com o intuito da sua recuperação.

Simões (1994) destaca três tipologias de intervenções nos espaços urbanos, classificando-as em embelezamento, renovação e revitalização.

O processo de embelezamento urbano corresponde ao de requalificação, o que remete ao exemplo da cidade de Paris, com a implementação do plano de Haussman, que previa a reformulação da área, planejando uma nova cidade.

Nesta reconstrução urbana, Haussman destruiu grande parte da cidade medieval, implantando grandes *boulevares* – avenidas com acentuadas perspectivas –, visando, ao mesmo tempo, arejar os quarteirões insalubres e facilitar a circulação, para a qual foi idealizado um traçado viário radiocêntrico. Como símbolos desta modernização, foram implantados espaços públicos ajardinados e arborizados. O resultado desta nova reforma urbana, que aconteceu entre 1860 e 1870, foi a criação de uma capital ordenada, esquecendo-se a cidade medieval com suas ruas sujas (LANZA, 2006).

No Brasil, como exemplo desse tipo de intervenção, pode-se citar o caso do Rio de Janeiro, que, entre 1903 e 1906, passou por significativo processo de renovação urbana. Quarteirões inteiros foram derrubados, surgindo em seu lugar uma cópia dos *boulevares*, pela implantação da avenida central, ao estilo parisiense. Várias habitações foram demolidas, pois não obedeciam aos padrões de salubridade. A intenção era implantar um modelo mais digno da capital do país, saneando a cidade, alargando as ruas, arejando os espaços urbanos e iluminando melhor os prédios, dentre outras intervenções (LARAMÃO, 2002).

A prática da renovação urbana se desenvolve com a publicação da Carta de Atenas (BLOOGER, 2006), em 1933, que propõe a substituição de estruturas

existentes pela demolição de algumas áreas, transformando-as em vias rápidas, parques, edifícios etc.

Estas adaptações às necessidades da vida moderna embasaram uma política bastante utilizada nos Estados Unidos, aplicadas em áreas centrais com vazios demográficos.

A Carta de Atenas<sup>10</sup> afirma que a conservação de conjuntos urbanísticos é relevante, mas não se pode sacrificar a qualidade de vida da população, proporcionando-lhes os direitos fundamentais de habitação, trabalho, recreação e circulação.

Em 1964, foi aprovada a Carta de Veneza (ICOMOS, 2006), que reexaminou a Carta de Atenas, reformulando seus fundamentos.

A Carta de Veneza prevê o detalhamento da conservação como instrumento de intervenção, prescrevendo que:

A noção de monumento histórico compreende, além da obra arquitetônica em si, os sítios urbanos e rurais, testemunhos de uma civilização determinada de uma evolução significativa, e de fato histórico. Compreende as grandes criações, e também as obras modestas, que, através do tempo, adquiriram valor cultural significativo (Artigo 1º).

Os artigos a seguir apresentados revelam a importância da conservação aos bens patrimoniais apontados por este documento.

Art 5º - A conservação dos monumentos será sempre favorecida, quando se atribuir aos mesmos destinação de utilidade social. Essa utilização, porém não pode alterar a ordem dos elementos decorativos dos edifícios. Dentro desses limites, cumpre conceituar e autorizar as reformas, que a evolução dos usos e costumes esteja a exigir.

Art 6º - A conservação do monumento implica a de sua área envoltória. Quando o quadro tradicional subsiste, ele deve ser conservado, sendo proscritas as construções, demolições ou reformas que alterem suas relações de volume e colorido.

Art 7º - O monumento é inseparável do ambiente em que se situa e do qual é testemunho histórico. A remoção total ou parcial de um monumento do sítio original para outro local não pode ser tolerada, salvo se sua conservação assim o exigir, ou se razões de grande interesse nacional ou internacional a justificarem.

---

<sup>10</sup> A Carta de Atenas constituiu-se no manifesto urbanístico resultante do IV Congresso Internacional de Arquitetura Moderna (CIAM), realizado em Atenas em 1933. A Carta, dentre outros temas relacionados ao ambiente urbano, versava sobre generalidades, diagnósticos e conclusões sobre os problemas urbanísticos das principais e grandes cidades do mundo, apurados pelo CIAM. Fonte: IPHAN, 2006.

Estes artigos demonstram a possibilidade de utilização da conservação para continuar permitindo o bom estado de existência de monumentos.

A aplicabilidade dessas intervenções teve o seu período de destaque na história, cada qual relevante no seu tempo. O processo mais utilizado a partir dos anos 60 para recuperação de áreas urbanas foi o de revitalização, assumindo grande importância nos dias atuais e, principalmente, no tratamento dos parques urbanos, como forma para sua adequada estruturação.

Com a revitalização, pode-se atingir os objetivos principais de conservar as áreas urbanas públicas, proporcionando qualidade de vida, e de resgatar ou melhorar suas funções originais para continuar ofertando espaços adequados e com identidade à população.

## 2.5 PLANEJAMENTO E GESTÃO URBANA

De acordo com a Carta dos Andes<sup>11</sup> (CIVA, 1960 apud FERRARI, 1986), planejamento é um método de aplicação contínuo e permanente, destinado a resolver, racionalmente, os problemas que afetam uma sociedade situada em determinado espaço e época a partir de uma previsão ordenada de ações capaz de antecipar suas conseqüências (FERRARI, 1986).

Constituindo um meio para se atingir um fim, Ferrari (1986) afirma que planejamento consiste em um método de trabalho e de atuação contínua e permanente.

De forma similar, Del Rio (1990) comenta que, no contexto da administração pública, o planejamento deve ser entendido como atividade-meio permanente e um processo indispensável à tomada de decisões. A partir de decisões políticas adotadas em função de objetivos sociais e econômicos a serem alcançados, propicia a determinação dos melhores meios e ações a serem viabilizadas para o alcance de tais objetivos.

O termo “planejamento” permite uma multiplicidade de significados, na dependência do enfoque pretendido.

---

<sup>11</sup> Documento sobre o planejamento territorial contemporâneo, elaborado em 1958 na Colômbia, no “Seminário de Técnicos e Funcionários em Planejamento Urbano”, sob os auspícios do Centro Interamericano de Vivenda e Planejamento (CINVA) ( FERRARI, 1986).

Deve-se, porém, considerar, que o planejamento não deve se ater à elaboração de um único plano, mas deve constituir um processo que engloba “vários planos, tantos quantos forem as previsões do futuro com probabilidade significativa” (HUERTAS, 1996, p.55).

O termo planejamento urbano, por sua vez, define as ações que devem atender à ordenação do espaço físico da cidade e à provisão dos elementos relativos às necessidades humanas, de modo a garantir um ambiente que proporcione qualidade de vida aos seus habitantes atuais e futuros (MOTA, 1999). Em outras palavras, o planejamento urbano constitui-se no processo de criação e desenvolvimento de programas que buscam melhorar ou revitalizar certos aspectos (como qualidade de vida da população) dentro de uma dada área urbana, ou de uma nova parte da cidade em uma determinada região, tendo como objetivo propiciar aos cidadãos os melhores padrões de vida possíveis.

Dois aspectos principais devem nortear sua elaboração:

- a) a consideração da cidade como um ambiente dinâmico, em constante processo de transformação, particularmente pelo crescimento e diversificação populacional constantes;
- b) o pressuposto do planejamento urbano centrado na idéia principal de buscar a melhoria da qualidade de vida da população, sendo, ao mesmo tempo, adequado ao pleno desenvolvimento dos cidadãos (CUSTÓDIO, 2006).

A gestão urbana surge em função de características próprias do planejamento da cidade, que, ao permitir a previsão de situações e necessidades futuras, requer, também, a necessidade de realizar ações, e administrar as diretrizes de planejamento, de forma a conciliar os objetivos aos resultados, a partir das especificidades de cada núcleo urbano (SOUZA, 2003).

Gestão é a efetivação, ao menos em parte – pois o imprevisível e o indeterminado estão sempre presentes – o que torna “a capacidade de improvisação e a flexibilidade sempre imprescindíveis nas condições que o planejamento feito no passado ajudou a construir” (SOUZA, 2003, p.46).

Segundo Rezende (2004, p.3), “é o conjunto de recursos e instrumentos da administração aplicados na cidade como um todo, visando à qualidade da infra-

estrutura e dos serviços urbanos, propiciando melhores condições de vida e aproximando os cidadãos nas decisões e ações”. Para Carvalho (2000), a gestão e o planejamento urbano têm por objetivos:

- a) promover a melhoria das condições de hábitat social do ponto de vista material e da saúde física e mental (cultura, lazer, educação e trabalho) para todos os cidadãos;
- b) proteger da degradação e manter as boas condições geoambientais do município e do seu entorno na perspectiva do desenvolvimento sustentável;
- c) propiciar eficácia social e maior eficiência econômica do capital social.

Para alcançar tais objetivos, os processos de gestão e de planejamento urbano valem-se de estratégias que, posteriormente, serão operacionalizadas pela administração municipal, as quais, segundo Carvalho (2000, p. 43), buscam:

- a) orientar a expansão da cidade para a eficácia social e econômica do sistema urbano, seja nas atividades públicas ou privadas;
- b) proteger os recursos naturais por meio da sua preservação, conservação e utilização racional, de acordo com a capacidade de suporte das atividades, tendo em vista a manutenção de ambiente saudável e sustentável;
- c) instrumentalizar a administração municipal com dispositivos reguladores, normativos e indutores de investimentos públicos e privados.

### **2.5.1 Planejamento e gestão de parques urbanos e áreas similares**

O desenvolvimento urbano ordenado tem se constituído em um significativo desafio a técnicos de planejamento, administradores públicos e políticos, sobretudo frente à crescente conscientização e à maior demanda da sociedade no combate à degradação ambiental na busca de melhor qualidade de vida nas cidades.

A qualidade ambiental pode ser definida como a adequação ao uso dos recursos naturais, sendo associada à qualidade de vida do homem pela satisfação das suas necessidades primordiais (ORTH, 2001<sup>12</sup> apud SILVA, 2002).

O conceito de qualidade ambiental vai, portanto, além das definições de

<sup>12</sup>

Ver ORTH, D. **Qualidade do ambiente urbano**.. Apostila Didática da disciplina Qualidade do Ambiente Urbano ministrada no Curso de Pós-Graduação em Engenharia Civil, Nível: Pós-Graduação Florianópolis: Universidade Federal de Santa Catarina, 2001.

salubridade, saúde e segurança, assim como das características morfológicas do sítio ou do desenho urbano. Incorpora, também, as condições de funcionamento da cidade, com referência ao desempenho das diversas atividades urbanas e às possibilidades de atendimento aos anseios dos indivíduos que a procuram (VARGAS, 1997<sup>13</sup> apud VARGAS; RIBEIRO, 2001).

Já o ambiente urbano, na concepção de Moreira (2007), resulta das relações que se estabelecem entre o homem, a natureza e o espaço construído, elementos que devem se harmonizar a fim de tornar o espaço urbano no hábitat dos cidadãos e de suas atividades.

Nesse contexto, o planejamento urbano não deve se limitar a mero instrumento de ordenação do espaço, tendo em vista que não envolve apenas aspectos físico-territoriais, mas também econômicos, sociais, ecológicos e administrativos. Tal complexidade faz com que deva, assim, ser abrangente e integrado, tendo por objetivo precípua a promoção de uma adequada qualidade de vida aos cidadãos (MOTA<sup>14</sup> 1999 apud PELIZZARO; HARDT, 2006).

Vale ressaltar que, de acordo com Hardt (2006, p.142):

Quanto mais complexa se torna a estrutura urbana, presenciam-se problemas variados de administração e finanças públicas, especialmente pela baixa capacidade de gestão de seus responsáveis diretos, notadamente no que tange aos países subdesenvolvidos ou em desenvolvimento.

Todavia, por ter como eixo principal do processo a qualidade de vida dos cidadãos, a gestão urbana deve adotar uma política de integração das funções urbanas, dentre elas, aquelas voltadas à conservação ambiental e ao lazer, que caracterizam, dentre outros espaços, os parques urbanos e áreas similares.

Embora a maior parte desses espaços seja, até hoje, administrados pelas prefeituras municipais, deve-se destacar a atual tendência para adoção de novas formas de gestão, dentre elas a de parceria entre o poder público e a iniciativa

---

<sup>13</sup> Ver VARGAS, H. C. O Ambiente natural enquanto produto de consumo turístico. In: Encontro Nacional sobre Gestão Empresarial do Meio Ambiente. **Anais...** São Paulo: Faculdade de Economia e Administração da Universidade de São Paulo. 1997. p.169-180.

<sup>14</sup> Ver MOTA, S. **Urbanização e meio ambiente**. São Paulo: Associação Brasileira de Engenharia Sanitária, 1999.

privada, a exemplo da permissão de uso<sup>15</sup>, concessão de uso<sup>16</sup> e terceirização<sup>17</sup>.

A esse respeito, Ando (2003) assinala que o contrato de concessão de uso destaca-se, hoje, como uma tendência na gestão de parques nacionais, face, principalmente, à escassez crônica de recursos e verbas públicas para investimentos naqueles espaços. Essa alternativa de gestão, segundo aquela autora, desonera o poder público no que tange aos recursos financeiros para custeio da estrutura dos parques e propicia a oferta de melhores serviços aos seus visitantes.

No caso dos parques urbanos vem se ampliando a implantação da permissão de uso, porém, restrita a apenas algumas áreas, como lanchonetes e bares, por exemplo. Sua gestão propriamente dita ainda permanece sob a responsabilidade do município, a quem cabe zelar pelos bens públicos no seu âmbito de atuação.

Os parques urbanos e áreas similares, como recursos capazes de otimizar as condições ambientais e, assim, interferir e influenciar os padrões de qualidade de vida da população, além de serem espaços de lazer e de convívio social, constituem em locais que, por suas características peculiares, contribuem de forma significativa para o bem-estar geral das pessoas. Nesse sentido, devem ser criteriosamente pensados e necessariamente incluídos nas pautas e processos de planejamento e gestão dos municípios, tendo em vista os pressupostos do planejamento estratégico municipal que visa, sobretudo, o desenvolvimento harmônico dos núcleos urbanos.

## **2.5.2 Planejamento e gestão do turismo em áreas urbanas**

O turismo apresenta-se como importante atividade social e econômica não apenas no Brasil, se colocando entre os fenômenos socioeconômicos mais representativos da atualidade (PEARCE, 2002) e, embora seja uma atividade relativamente nova em muitos países é, também, complexa, envolvendo diversos setores da sociedade e da economia.

---

<sup>15</sup> “Ato negocial, unilateral, discricionário e precário, através do qual a Administração faculta ao particular a utilização individual de determinado bem público nas condições por ele fixadas” (ANDO, 2003, p.12).

<sup>16</sup> “Contrato entre concedente e concessionário por meio do qual o segundo é encarregado de implementar um serviço público durante certo tempo, assumindo os riscos e remunerando-se pela tarefa” (RIVERO, 1975 apud ANDO, 2003, p.14).

<sup>17</sup> “Ato de delegar a terceiros habilitados (idôneos e especialistas) atividades de apoio da empresa contratante” (HERMES et al., 1998 apud ANDO, 2003, p.17).

De forma geral, o turismo está estreitamente relacionado aos espaços municipais, tendo em vista que, como menciona Castrogiovanni (2000), são justamente esses locais que servem de base para a movimentação de turistas. A área urbana, para o mesmo autor, pode ser considerada o território turístico mais importante, uma vez que a cidade é o espaço no qual se concentra o conjunto dos aspectos socioculturais mais significativos de cada comunidade.

Tais aspectos são, também, salientados por Boullón (2002), que considera os municípios e suas áreas urbanas como os espaços mais representativos das características peculiares de cada cidade – sejam elas geográficas, históricas ou culturais – traduzindo, assim, suas origens e compondo os detalhes que fazem de sua paisagem uma experiência turística enriquecedora e única.

Portanto, ao se abordar o planejamento e a gestão do turismo em áreas urbanas é necessário considerar inicialmente a cidade e suas singularidades, uma vez que cada cidade apresenta uma identidade única, como bem lembra Castrogiovanni (2000).

Nesse sentido, o processo de planejamento e de gestão do turismo deve, necessariamente, partir do respeito à essas peculiaridades para a elaboração de princípios e diretrizes gerais que busquem a criação de um ambiente harmônico, a superação de eventuais problemas existentes e que leve em conta os potenciais sociais, econômicos e ambientais (LOBO, 2007).

Nesse contexto, entende-se o planejamento turístico como:

Um processo que consiste em determinar os objetivos de trabalho, ordenar os recursos materiais e humanos disponíveis, determinar os métodos e as técnicas aplicáveis, estabelecer as formas de organização e expor com precisão todas as especificações necessárias para que a conduta da pessoa ou do grupo de pessoas que atuarão na execução dos trabalhos seja racionalmente direcionada para alcançar os resultados pretendidos (RUSCHMANN, 1999, p. 84).

O planejamento do turismo deve estar diretamente ligado às políticas de desenvolvimento do setor, e dentre as vantagens da sua elaboração e implementação adequadamente estruturada, pode-se citar (BISSOLI, 2001, p.33):

- a) definição de objetivos para o desenvolvimento do turismo e como alcançá-los;

- b) formas de desenvolver os recursos naturais e mantê-los indefinidamente conservados no futuro e no presente;
- c) Integração do turismo nas políticas de desenvolvimento globais e nos padrões do país ou região e estabelecimento de relações entre turismo e outros setores econômicos;
- d) fornecimento de uma base racional para tomada de decisão para os setores público e privado em relação ao desenvolvimento turístico;
- e) esforços para o desenvolvimento coordenado de todos os muitos elementos do setor de turismo;
- f) otimização e equilíbrio dos benefícios econômicos, ambientais e sociais do turismo, com distribuição equitativa desses benefícios para a sociedade, minimizando possíveis problemas no setor;
- g) provisão de uma estrutura física que oriente o desenvolvimento da atividade turística;
- h) estabelecimento de diretrizes e padrões para planos detalhados de áreas de desenvolvimento de turismo;
- i) implementação efetiva da política de desenvolvimento do turismo e do plano de administração contínua do setor de turismo;
- j) esforços dos setores público e privado para investimento no desenvolvimento do turismo;
- k) oferta de um monitoramento contínuo do desenvolvimento do turismo.

A atividade social e econômica exerce grande impacto na vida das pessoas. Assim, fatores como a busca de sustentabilidade e a participação da comunidade local, atualmente compreendidos como elementos essenciais para a viabilidade e eficácia do planejamento turístico e sua gestão, apresentam-se como desafios a serem superados pelos processos adotados pelo Poder Público. Esses desafios estão essencialmente relacionados ao princípio da consonância entre o desenvolvimento do turismo e valores como conservação ambiental e cultural, viabilidade econômica, sustentabilidade e justiça social (ANJOS, 2004).

Em última análise, compreende-se que o processo de planejamento turístico que vise atingir tais objetivos requer, além de diretrizes específicas que normatizem os processos envolvidos (planejamento), também um sistema de gerenciamento adequado (gestão), ambos assumindo o compromisso com a sustentabilidade e com a integração das metas sociais ambientais e econômicas por todas as partes envolvidas (ANJOS, 2004).

Por sua vez, a gestão, na concepção de Brito e Araujo (2006, p.262), compreendida como “a soma das competências administrativas de planejar, organizar, liderar e controlar as atividades setoriais do turismo”, devendo, por isso, ser operacionalizada por indicadores específicos, destacando-se, dentre estes:

- a) planejamento turístico — processo de definição de políticas, planos estaduais, programas e projetos turísticos;

- b) desenvolvimento turístico — compreendendo a atração de novos investimentos e empresas turísticas; instalação de infra-estrutura urbana, de acesso e de lazer; e capacitação profissional de recursos humanos para a atividade turística;
- c) marketing turístico — englobando a realização de estudos e pesquisa de mercado e a promoção turística voltados ao incremento da atividade turística, por meio da consolidação e ampliação da demanda, da taxa de permanência, do gasto médio diário, etc.

Ao se compreender que os aspectos internos de uma localidade influenciam a dinâmica da atividade turística, bem como sua infra-estrutura, serviços, recursos naturais, históricos e culturais, a forma de gestão de um espaço turístico assume um papel de destaque, tendo em vista que a forma pela qual é conduzida impacta, direta ou indiretamente, os aspectos anteriormente mencionados (QUEIROZ, 2005).

Por ser capaz de interferir na dinâmica turística, portanto, a gestão deve considerar a inter-relação existente entre os sistemas físico, ambiental, social e institucional do município.

Em áreas urbanas, dada sua complexidade, esta relação adquire ainda maior importância, tendo em vista que a cidade pode ser compreendida tanto como “fenômeno social, econômico e institucional, quanto um processo físico-territorial de conformação do ambiente construído” (GEDDES, 1994<sup>18</sup>; MUMFORD, 1998<sup>19</sup>; CARLOS, 1994<sup>20</sup> apud HARDT, 2006).

Assim, no que diz respeito à gestão do turismo, é interessante salientar que “não é possível especificar um modelo único de desenvolvimento” para as atividades e ele relacionadas, considerando-se que “as políticas irão fornecer a estrutura dentro da qual será realizado o planejamento” (LICKORISH; JENKINS, 2000, p.235-236).

De modo geral, pode-se considerar, assim, que a atividade de gestão dos espaços urbanos requer uma política de integração de todas as funções urbanas, a exemplo do lazer e da conservação ambiental.

Pautando-se em tais princípios, diversos modelos de gestão têm sido elaborados; dentre eles descreve-se resumidamente, nesse estudo, as diretrizes de duas experiências para o desenvolvimento do turismo adotadas no Brasil, os programas de Municipalização Turística, extinto em 2002, e o de Regionalização do

<sup>18</sup> Ver GEDDES, P. **Cidades em evolução**. São Paulo: Papirus, 1994.

<sup>19</sup> Ver MUMFORD, L. **A cidade na história: suas origens, transformações e perspectivas**. São Paulo: Martins Fontes, 1998.

<sup>20</sup> Ver CARLOS, A. F. A. **A (re)produção do espaço urbano**. São Paulo: Editora de Universidade de São Paulo – EDUSP, 1994.

Turismo. Vale salientar que, embora possam ser aplicados aos diversos segmentos do turismo, tais programas podem ser adotados, em especial, na gestão do turismo de áreas urbanas, tendo em vista a amplitude de suas abordagens.

Segundo Queiroz (2005, p.118), o Programa Nacional de Municipalização Turística (PNMT), criado pelo Instituto Brasileiro de Turismo (EMBRATUR) constituiu-se em um programa que visava “o desenvolvimento sustentável do turismo através da municipalização”, fundamentado em um planejamento sob a responsabilidade das esferas nacional, estadual, regional e local, com ênfase na participação da comunidade no processo de gestão das atividades turísticas. Criado em 1994, por intermédio da Portaria Ministerial Nº 130, de 30 de março do mesmo ano, o PNMT foi implementado no ano seguinte e, em 2001, já era adotado por cerca de 1.801 municípios brasileiros. Sua forma de gestão se estruturava na concepção de “arranjos produtivos locais”, articulando os poderes regionais e locais. Extinto em 2002, foi substituído pelo Programa de Regionalização do Turismo (PRT).

O segundo modelo, o PRT, tem por objetivos, dentre outros: a) estruturar os destinos turísticos, ampliar a inserção competitiva dos produtos turísticos nacionais no mercado global e nacional e aumentar o tempo de permanência e gasto médio dos turistas no território nacional (QUEIROZ, 2005).

É coordenado, na esfera nacional, pelo Ministério do Turismo; no âmbito regional, está sob a responsabilidade dos órgãos oficiais de turismo de cada estado, recebendo apoio dos Fóruns Estaduais de Turismo e demais parceiros; e na esfera local é coordenado pelas unidades de turismo de cada município, recebendo apoio dos segmentos sociais e políticos locais. Criado pelo Ministério do Turismo, em abril de 2004, é representado em cada unidade da Federação pelo órgão oficial de turismo do município, que coordena as ações do Programa (QUEIROZ, 2005).

Com relação ao PRT, porém, Queiroz (2005) assinala algumas dificuldades, dentre elas a de realização de parcerias entre as diversas instâncias políticas envolvidas, bem como entre os agentes locais e regionais que, na maioria das vezes, possuem interesses distintos.

Todavia, ainda, que tais modelos se apresentem como importantes alternativas para gestão do turismo urbano, bons resultados das ações de

planejamento e gestão do espaço urbano com vistas ao desenvolvimento turístico dependem de ações adequadas às potencialidades de cada município. Daí a necessidade de se criar ações coordenadas entre o turismo e o entorno social, econômico e ambiental (BESSA et al., 2007).

Tais fundamentos teóricos, apresentados ao longo do presente referencial, servem de subsídios para a abordagem dos capítulos que se seguem, nos quais são descritos os procedimentos metodológicos utilizados, assim como são sistematizados e discutidos os resultados alcançados.



### **3 PROCEDIMIENTOS METODOLÓGICOS**

A partir da caracterização da área de estudo, baseada em aspectos referentes tanto à evolução e tipologia do turismo e às características e tipos de áreas verdes em Curitiba quanto ao planejamento e gestão da cidade, do seu turismo e dos seus parques e áreas similares, adiante são apresentados os métodos e técnicas pertinentes à pesquisa realizada com visitantes e turistas.

### 3.1 CARACTERIZAÇÃO DA ÁREA DE ESTUDO

O estudo visa analisar a efetividade de processos e instrumentos utilizados no planejamento dos parques urbanos e áreas similares, tendo como objeto de estudo o planejamento de parques em Curitiba, Paraná.

De maneira geral, a pesquisa é do tipo exploratória, que, segundo Gil (2002, p.45), “tem por objetivo proporcionar maior familiaridade com o problema, com vistas a torná-lo mais explícito ou a construir hipóteses”, o aprimorando-se as idéias e a descoberta de potencialidades. O autor ressalta que o planejamento fundamentado neste tipo de pesquisa é flexível, possibilitando a consideração de diversos aspectos relacionados ao tema em questão e assumindo, na maior parte das vezes, a forma de pesquisa bibliográfica ou de estudo de caso.

Curitiba, capital do estado do Paraná, está situada na Região Sul do Brasil, em uma área de 435 km<sup>2</sup>. Segundo dados do Instituto Paranaense de Desenvolvimento Econômico e Social (IPARDES, 2007), relativos ao censo demográfico de 2000, a cidade conta com uma população de 1.788.559 de habitantes (estimativa de julho de 2006) e previsão de crescimento populacional da ordem de 2,10% ao ano.

A cidade dispõe de 51 m<sup>2</sup> de área verde por habitante, distribuídos, na área urbana, em 17 parques e 13 bosques (totalizando uma área de 19 milhões de m<sup>2</sup>), além de praças, jardins e jardinetes (CURITIBA, 2007). Vale mencionar que o acesso à maior parte dos parques e áreas similares de Curitiba pode ser feito

utilizando-se as chamadas “Jardineiras”, as quais passam por 25 pontos turísticos da cidade, como: Jardim Botânico, Passeio Público, Bosque Polonês (Bosque do Papa), Bosque Alemão, Parque São Lourenço, Parque das Pedreiras, Bosque Zaninelli (UNILIVRE) e parques Tanguá, Tingui e Barigüi, dentre outros (PMC, 2007b).

### **3.1.1 Evolução e tipologia do turismo em Curitiba**

Inicialmente, é necessário mencionar que a literatura sobre a conformação histórica do turismo na cidade de Curitiba é ainda escassa, o que dificulta sobremaneira o desenvolvimento de uma retrospectiva da origem e história do turismo na capital paranaense. Contudo, tem-se como possível ponto de partida do turismo na cidade, sua posição geográfica privilegiada, entre os centros comerciais de São Paulo e do Sul do país, o que trazia grande fluxo de tropeiros e demais comerciantes, fazendo da então vila um importante ponto de passagem de visitantes de locais distantes.

De acordo com dados fornecidos pelo Grupo de Trabalho Interinstitucional de Turismo em Áreas Naturais (GTITAN), vinculado à Secretaria Municipal do Turismo, Curitiba, que já foi considerada uma “cidade dormitório”, hoje se destaca em relação ao turismo, ocupando o quinto lugar entre as cidades mais visitadas no Brasil (SETUR, 2007).

Alguns dados estatísticos mais recentes relacionados ao turismo na cidade mostram sua evolução; todavia, diante da dificuldade de obtenção de dados oficiais de registro da entrada de turistas, utiliza-se, aqui, as informações oriundas do fluxo de passageiros registrado no Aeroporto Internacional Afonso Pena e Estação Rodoferroviária.

A partir da década de 1990, o aeroporto registrou aumento significativo de passageiros, embora deva-se salientar que fazem parte desses números, além de turistas, também moradores da cidade já que a Infraero (Empresa Brasileira de Infra-Estrutura Aeroportuária) não faz essa distinção nos dados estatísticos divulgados (CUSTÓDIO, 2006). Na Figura 1, tem-se a evolução da movimentação de desembarque de passageiros relativa ao período de 1979 a 2004.

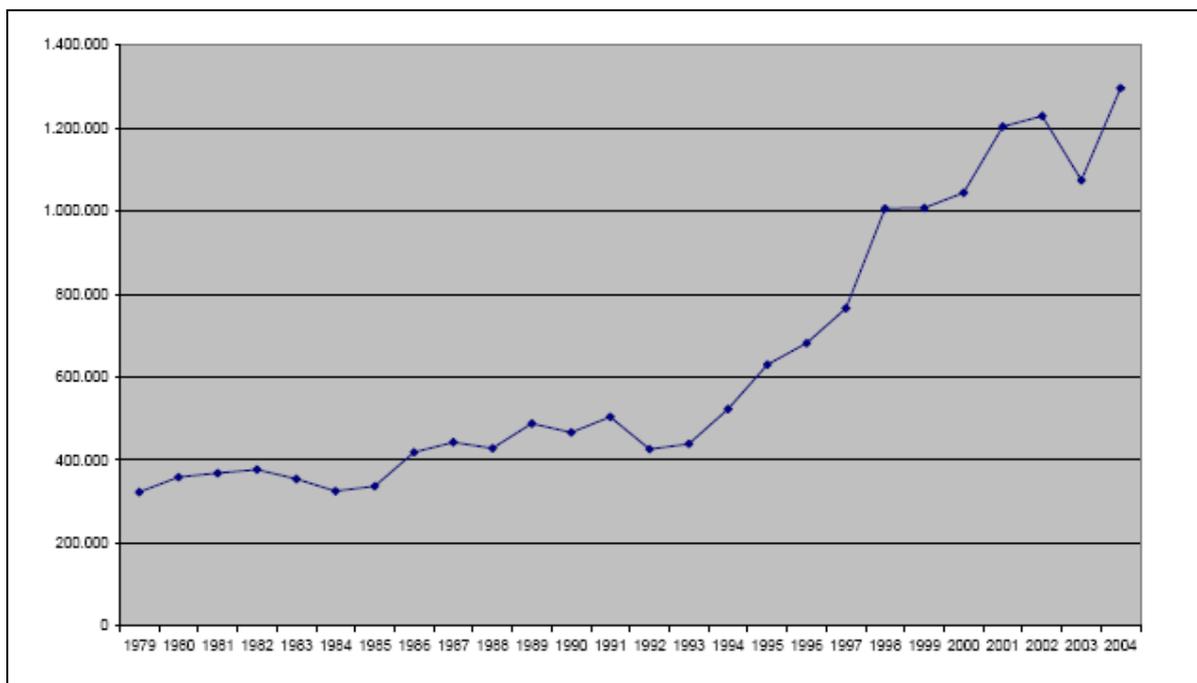


Figura 1 – Gráfico do número de passageiros desembarcados no Aeroporto Internacional Afonso Pena – 1979 a 2004

Fonte: INFRAERO (2007)

Dados mais recentes mostram o cenário exposto na Figura 2, a seguir apresentada.

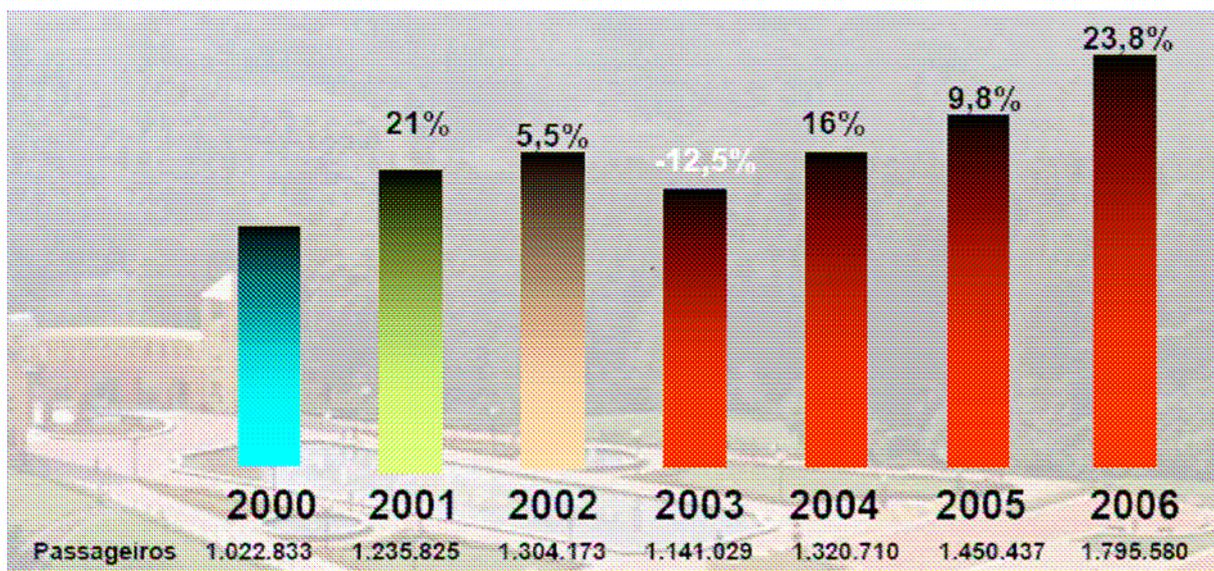


Figura 2 – Gráfico do número de passageiros que desembarcaram no Aeroporto Internacional Afonso Pena – 2000 a 2006

Fonte: INFRAERO (2007)

A Estação Rodoferroviária, considerado o primeiro terminal de transporte de passageiros integrado do país, centraliza os sistemas rodoviário e ferroviário, tanto estadual como interestadual. A Tabela 1 mostra o número de passageiros rodoviários nesta estação no período de 2000 a 2006.

Tabela 1 – Movimentação de passageiros na Estação Rodoferroviária de Curitiba – 2000 a 2006

LOCAIS	ANOS/PASSAGEIROS						
	2000	2001	2002	2003	2004	2005	2006
<b>Curitiba – Interestadual/Estadual</b>							
Embarque	4.406.750	4.368.950	4.132.460	4.068.833	3.934.784	3.805.318	3.360.013
Desembarque	3.956.127	3.958.687	3.823.971	3.765.913	3.675.017	3.595.783	3.076.393
<b>Curitiba – Litoral</b>							
Embarque	823.122	830.467	790.256	742.287	712.986	689.917	681.882
<b>Curitiba – Exterior</b>							
Embarque	26.597	33.769	36.845	32.047	26.850	22.892	19.616

Fonte: SETU (2007a)

Embora se verifique recentemente uma discreta redução no número de passageiros, tal fato pode refletir maior facilidade de utilização do transporte aéreo, tendo em vista que, nos últimos cinco anos, as companhias aéreas passaram a oferecer diversas vantagens e uma política de preços mais acessíveis à população em geral, o que fez com que muitos turistas reduzissem o número de viagens por meio rodoviário.

Pesquisa realizada pela CIC (Companhia de Desenvolvimento de Curitiba)<sup>21</sup> no ano de 2003, com o objetivo de identificar o perfil dos visitantes que foram atendidos nos postos de informações turísticas, apresentou o cenário constante da Figura 3, relativamente ao número de visitantes entre os anos de 2000 a 2003:

<sup>21</sup> Ver informações complementares no site do Observatório de Turismo da Universidade Federal do Paraná: [http://www.obsturpr.ufpr.br/estatisticas/curitiba\\_pp.pdf](http://www.obsturpr.ufpr.br/estatisticas/curitiba_pp.pdf).

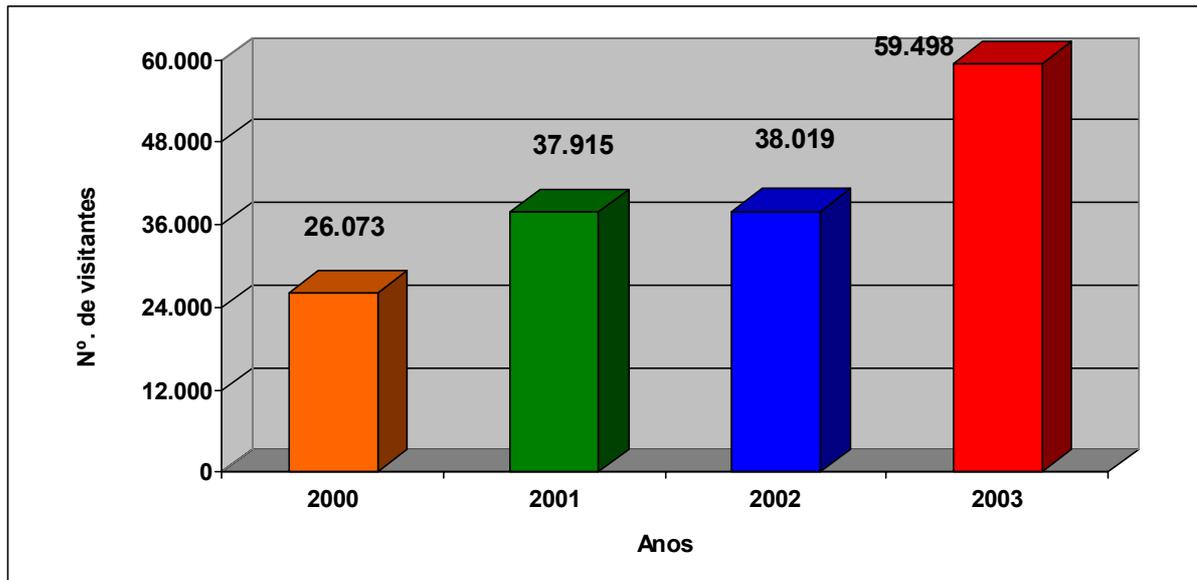


Figura 3 – Gráfico do número de visitantes atendidos nos postos de informações turísticas – 2000 a 2003

Fonte: CIC (2003 apud OBSERVATÓRIO DE TURISMO DO PARANÁ, 2007)

Como amostra daquela pesquisa, foram considerados 11.654 sujeitos, sendo que os resultados mostraram que, destes, 93% era constituído por visitantes e apenas 7% por residentes na cidade.

No que se refere à tipologia turística em Curitiba, um fator merece maior destaque, por ter sido, em grande parte, responsável pela definição da vocação da cidade para o turismo de negócios. No início da década de 1970, foi criada a Cidade Industrial de Curitiba, com o objetivo de concentrar, em uma região da cidade, as mais diversas indústrias. Este fato, além de contribuir para a aplicação de novos investimentos, movimentando a economia urbana, favoreceu também o turismo, uma vez que, com a instalação da Cidade Industrial, aumentou sensivelmente o número de visitantes que desembarcavam em Curitiba para realizar negócios, desencadeando um processo de desenvolvimento do segmento, com maiores investimentos por parte das operadoras e dos agentes de viagens, principalmente pela cidade apresentar poucas opções para o turismo de lazer (CUSTÓDIO, 2006).

Em 1987, com a inauguração do Centro de Convenções de Curitiba, espaço planejado para a realização de grandes eventos, como feiras, congressos, exposições e shows, dentre outras modalidades, a cidade passa a se colocar, também, no segmento de turismo de eventos.

Para Custódio (2006, p.73):

Este segmento é gerador de benefícios para a cidade, como prospecção da sua imagem e geração de emprego e renda, além de benefícios para os moradores e para os setores público e privado. Soma-se a isto o fato de que os participantes de um evento fazem parte de um público qualificado, permanecendo por mais dias, utilizando outros serviços e equipamentos turísticos e, normalmente possuem a intenção de retornar.

Ao longo da década de 1990, o segmento foi reforçado com a inauguração do Jardim Botânico, em 1991; da Ópera de Arame, no ano seguinte; do Parque Tingui, em 1994; do Bosque Alemão, em 1996; e do Parque Tanguá, no mesmo ano. Também a implantação da linha especial de transporte coletivo denominada “Pró-Parque”, em 1990, buscava estimular o fluxo de turistas na cidade. A linha percorria um itinerário que passava pelos parques e pela região central da cidade, que também contava com a linha chamada “Volta ao Mundo”, cujo trajeto incluía marcos históricos e culturais da cidade. Em 1992, as duas linhas foram unidas, dando origem à designada “Linha Turismo”, existente até os dias atuais (CUSTÓDIO, 2006).

Ao final da década de 1990, Curitiba recebeu incentivos e investimentos em infra-estrutura para promover eventos, o que se refletiu em novas instalações e ampliações da rede hoteleira. No ano de 2000, com a inauguração do *Curitiba Convention & Visitors Bureau*<sup>22</sup> (CVB), houve, também, aumento significativo do número de visitantes na cidade, que saltou de 1.053.939 ao ano para 1.473.056 no ano de 2002, representando um aumento de 36,3%.

Segundo Custódio (2006), a partir daí o turismo de negócios aparece como o maior índice de motivação para a viagem dos visitantes, o que resulta em ampliação dos meios de hospedagem para suprir o aumento da demanda.

Em 2005, foi criada a Secretaria Municipal de Turismo, denominação modificada, no ano seguinte para a de Instituto Municipal de Turismo – Curitiba Turismo, cuja estruturação propiciou mais agilidade para o desenvolvimento de ações junto à iniciativa privada, estimulando, assim, o fomento ao turismo na cidade.

Custódio (2006) também ressalta que o turismo de eventos é, hoje, uma das

<sup>22</sup> Instituto sem fins lucrativos, mantido pela iniciativa privada, visando à promoção da cidade e estimulando a captação de eventos (CUSTÓDIO, 2006).

áreas mais promissoras para a atividade turística, tendo em vista ser um dos segmentos que traz benefícios a outras áreas, como a de alimentos e bebidas, meios de hospedagem, agenciamento de viagens, transporte, lazer e recreação, entre outras.

O World Travel and Tourism Council (WTTC), segundo Martin (2003), salienta que o turismo de eventos é o segmento que apresenta os maiores índices de crescimento, no mundo, com percentuais em torno de 9,9% ao ano.

Em Curitiba, pesquisa realizada pelo CVB (2005) assinala que a cidade recebeu, no ano de 2001, cerca de 900 mil participantes de eventos. Conforme ressalta Pretto (2007), tais números podem ser creditados ao crescimento do turismo de negócios e à imagem positiva da cidade para este tipo de atividade turística.

A Figura 4 apresenta dados sobre motivação de viagem dos turistas para visitar Curitiba relativos ao ano de 2003, reforçando a forte tendência de fortalecimento do segmento de eventos e negócios em Curitiba.

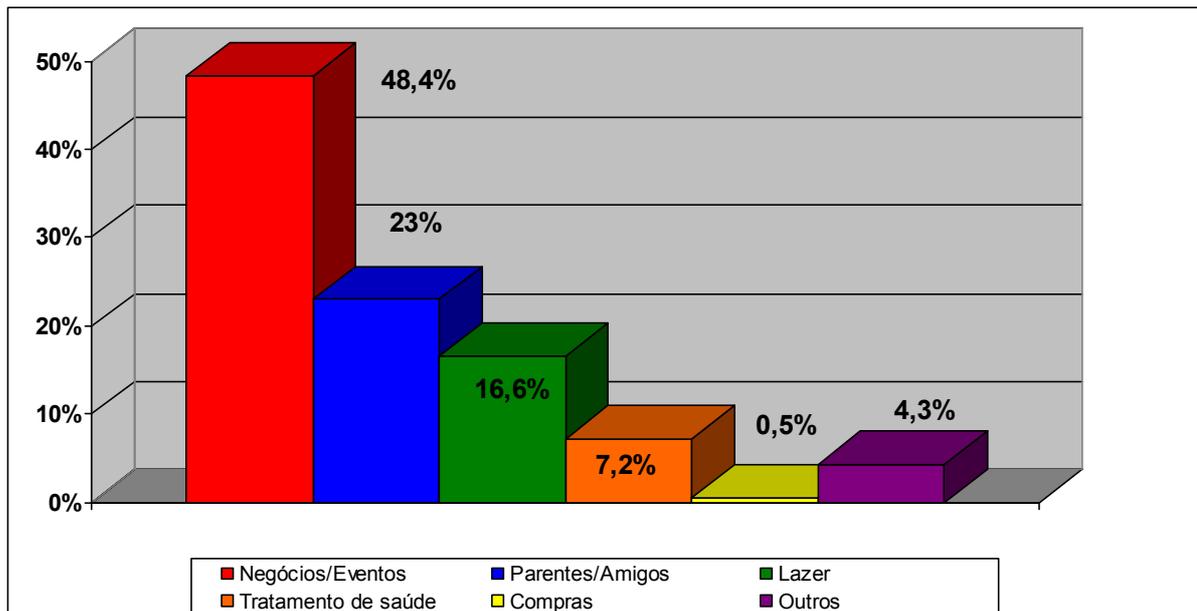


Figura 4 – Gráfico de motivação da viagem a Curitiba – 2003

Fonte: PARANATUR (2004)

Tal cenário mostra já no ano de 2003 o percentual de turistas que vieram à cidade motivados por negócios e eventos foi significativamente maior do que os visitantes cuja vinda foi motivada por visitas a parentes e amigos.

Porém, para que a cidade sedimente seu turismo no segmento de negócios, conforme a tendência atual, é necessário que se congreguem esforços tanto das instituições públicas quanto da iniciativa privada para viabilização dessa meta. O desenvolvimento de negócios em Curitiba resulta da sua estrutura urbana e da ampla oferta de serviços de ponta, representando uma área em que o turismo tem destaque estratégico por movimentar a economia e associar a geração de emprego e renda ao bem-estar social.

### **3.1.2 Características e tipologia das áreas verdes em Curitiba**

Mesmo considerando-se os benefícios das áreas verdes urbanas (ver item 2.3 – Áreas Verdes Urbanas), somente em 1974 foi realizado o primeiro levantamento de áreas verdes em Curitiba, tendo sido mapeadas 93 áreas que dispunham de cobertura vegetal relevante, denominados bosques de preservação permanente. Em 1982, foram mapeadas 208 novas áreas de relevância, cujo critério para cadastramento consistiu na importância ecológica da fauna, flora, nascentes e cursos d'água, além do seu estado de conservação.

Em 1987, a Fundação de Pesquisas Florestais do Paraná (FUPEF) realizou um mapeamento das áreas verdes da cidade, tendo sido identificados 65.190.468 m<sup>2</sup> de cobertura arbórea, equivalente a 15,05% da área total do município (FUPEF, 1987).

Mais recentemente, Miguez (2004) realizou mapeamento identificando 77.786.020,60 m<sup>2</sup> de áreas verdes ou 17,97% da área municipal, o que constitui um índice de áreas verdes de 49,02 de m<sup>2</sup>/habitante<sup>23</sup>. Uma parcela destas áreas localiza-se nos parques municipais e áreas de proteção ambiental (APAs), totalizando 4,34% do total mapeado.

Porém, a cidade conta, ainda, com elementos assemelhados, como:

- a) praças: que constituem-se em áreas verdes públicas com mais de 2.500 m<sup>2</sup>, nem sempre dotadas de vegetação, localizadas em pontos de convergência, ao longo, à margem ou ao final de vias e são totalmente abertas ao público e exclusivamente para o trânsito de pedestres

---

<sup>23</sup>

Considerando-se os dados populacionais do censo 2000 (MIGUEZ, 2001).

(HARDT, 1994; GOUVÊA, 2001);

- b) jardinetes: áreas verdes públicas com área até 2.500 m<sup>2</sup> (HARDT, 1994);
- c) largos: “áreas remanescentes de arruamentos ou loteamentos e lindeira a um cruzamento, mas formando um conjunto de vários jardins frente a uma área central formada pelo cruzamento” (HARDT, 1994, p. 29);
- d) jardins – cujas características assemelham-se às de praça, diferenciando-se, porém, por possuírem, obrigatoriamente, vegetação (LIMA et al., 1994);
- e) bosques: áreas públicas que, a exemplo dos parques, são criadas com a finalidade de preservação e conservação dos recursos naturais, sendo utilizadas como meio para a realização de eventos de cunho científico, educacional, de lazer, recreativos e culturais (HARDT, 1994).

Atualmente, Curitiba dispõe de vários parques urbanos e áreas similares, conforme apresentado na Figura 5.



Neste estudo, porém, a investigação se limita à análise dos 10 locais anteriormente citados (ver item 1 – Introdução), selecionados em função tanto da sua proximidade à Linha Turismo, servidos, portanto, pelos ônibus denominados “Jardineiras”, quanto da representatividade de suas características para a pesquisa em questão.

Adiante, são apresentadas descrições sintéticas dos parques analisados, apoiada em dados de PMC (2005).

O nome do Parque Barigüi (Figura 6) tem origem indígena e significa “rio do fruto espinhoso”, em alusão às pinhas das araucárias nativas, ainda remanescentes. A antiga “sesmaria” pertencente a Martins Mateus Leme foi transformada em parque, em 1972, pelo Prefeito Jaime Lerner. Por sua localização, próxima ao centro da cidade, e sua diversidade de infra-estrutura, o Barigüi, com área de 1.400.000 m<sup>2</sup>, é o parque mais freqüentado de Curitiba.



Figura 6 – Vista do Parque Barigüi

Fonte: PMC (2006)

Assim como a maioria dos demais parques da cidade, integra as diretrizes

da política municipal de proteção de fundos de vale com os objetivos de evitar o assoreamento e a poluição dos rios, proteger a mata ciliar e impedir a ocupação irregular das suas margens, tornando estas áreas abertas à utilização pública.

O Parque Barigüi conta com diversas opções de lazer, dispondo de quadras para a prática de esportes, lago com pedalinhas, churrasqueiras, feiras realizadas no pavilhão de exposições, Museu do Automóvel, ciclovia, área destinada à prática do aeromodelismo e pistas para caminhadas, além de restaurantes, bares, lanchonetes e sanitários. Seu acesso pode ser feito por várias linhas de transporte coletivo.

O Jardim Botânico (Figura 7), inaugurado em 1991, funciona como centro de pesquisas da flora em uma área de 278.000 m<sup>2</sup>.



Figura 7 – Vista do Jardim Botânico

Fonte: PMC (2006)

Seu nome oficial é uma homenagem à Urbanista Francisca Maria Garfunkel Rischbieter, uma das pioneiras no trabalho de planejamento urbano de Curitiba.

Mais de 40% de sua área total corresponde a remanescente de Floresta Ombrófila Mista (Floresta com Araucária), típico da vegetação regional, com nascentes que formam lagos. Dispõe de trilhas para caminhada e oferece

alternativas de lazer para os visitantes, contando, em suas instalações, com loja de souvenirs, lanchonete e sanitários públicos. Localiza-se em área próxima do centro da cidade. Várias linhas de transporte coletivo servem a região.

Sua estrutura principal abriga uma estufa de ferro e vidro, com 420 m<sup>2</sup>, cujo interior abriga exemplares vegetais característicos de regiões tropicais. Entretanto, a atração mais significativa do Jardim Botânico se relaciona com seus jardins, cuja composição paisagística apresenta canteiros geométricos.

O Passeio Público (Figura 8) é a mais antiga área verde municipal de Curitiba, com cerca de 70.000 m<sup>2</sup>. Criado por Alfredo D'Estragnolle Taunay, quando presidente da Província do Paraná, foi inaugurado em 1886, tendo sua origem devido à necessidade de drenagem do seu terreno pantanoso. É a área verde mais central de Curitiba, e conta com um único restaurante e lanchonete, além de sanitários públicos e playground.



Figura 8 – Vista do Passeio Público

Fonte: PMC (2006)

Outras atrações consistem no terrário que, em área de 156 m<sup>2</sup>, abriga 40

animais, entre serpentes e lagartos de espécies exóticas e raras, e no aquário, com 30 variedades de peixes de rios e ornamentais.

O Parque das Pedreiras (Figura 9), oficialmente designado “Espaço Cultural Paulo Leminski”, com 103.500 m<sup>2</sup>, foi criado em 1990 em homenagem àquele poeta e escritor curitibano, que inaugurou o espaço cultural. Consiste em um grande auditório ao ar livre com capacidade para até 30 mil pessoas. A designação Parque das Pedreiras se deve ao fato de ter sido construído em um local onde, no passado, funcionava a pedra municipal e a usina de asfalto. O espaço é dotado de infraestrutura para a realização de shows e eventos diversos, com palco fixo com 480 m<sup>2</sup>. A Ópera de Arame é um teatro de forma circular, com estrutura tubular, transparente, inserido no interior da cratera originada da pedra desativada e rodeado por lagos, cascatas e vegetação abundante completa o parque.



Figura 9 – Vista do Parque das Pedreiras

Fonte: PMC (2006)

O Parque Tanguá (Figura 10), cujo nome indígena tem o significado de “baía das conchas”, se estende por 235.000 m<sup>2</sup> e se caracteriza pela existência de pedreiras desativadas e topografia acidentada, característica da porção norte da

cidade. Oferece várias áreas de lazer, com lagos, pistas, ciclovias e um túnel encravado na rocha, unindo dois dos seus lagos, além de lanchonetes, restaurantes e sanitários públicos.



Figura 10 – Vista do Parque Tanguá

Fonte: PMC (2006)

Situado nas antigas pedreiras da família Gava, junto ao rio Barigüi, entre os municípios de Curitiba e Almirante Tamandaré, este parque, inaugurado em 1996, foi instalado em um local originalmente destinado para abrigar uma usina de reciclagem de calça e lixo industrial.

Em 1998, foi inaugurado o Jardim Poty Lazzarotto junto à sua entrada, contando com portal de acesso, cascata, canteiros e espelhos d'água, de onde se projeta um mirante de 65 m de altura, sob a forma de terraço elevado em meio à cobertura arbórea. Nos três pisos do mirante, encontram-se distribuídas torres para observação e locais para os serviços de apoio.

O Parque Tingui (Figura 11), criado em 1994, com área de 380.000 m<sup>2</sup>, representa uma homenagem ao primeiro povo indígena que habitou a região de Curitiba. Dispõe de pista de caminhada, paisagens de lagos, pontes e mata nativa,

ao longo do curso d'água principal.



Figura 11 – Vista do Parque Tingui

Fonte: PMC (2006)

O parque também abriga o Memorial Ucrâniano, com a réplica de igreja daquela etnia, onde são realizados eventos culturais e exposições, contando com palco, portal, mirante, monumento em forma de “pêssanka”<sup>24</sup> e campanário, dentre outros elementos, baseados no estilo que caracterizam as construções da Ucrânia, em homenagem à influência da cultura ucraniana na história da cidade.

Em 19 de abril de 2000, em homenagem ao descobrimento do Brasil, foi inaugurada a Praça Brasil 500 Anos, estruturada no formato de um disco de 15 m de diâmetro, destacando a importância dos antigos descobridores.

Em 1972, foi criado o Parque São Lourenço (Figura 12), com área de 203.918 m<sup>2</sup>. Com a grande inundação de 1970 e conseqüente rompimento da represa do rio São Lourenço, foi desenvolvido um projeto para regularização das vazões das águas do rio Belém e aproveitamento da área ao redor, com reciclagem

<sup>24</sup> Ovo pintado à mão em filigranas, para saudação à Páscoa, que faz parte da tradição folclórica ucraniana.

de uso de uma antiga fábrica de cola.



Figura 12 – Vista do Parque São Lourenço

Fonte: PMC (2006)

A velha fábrica e seu maquinário, hoje transformado em esculturas, formam o “Centro de Criatividade”, uma oficina cujas instalações abrigam um atelier de artes e ofícios, auditório, espaço de exposições e biblioteca, dispendo também de lanchonetes e sanitários públicos.

Em sua área, entre remanescentes de Floresta com Araucária, foram construídas pistas para caminhada e a ciclovia que circunda o lago, que serve como interligação entre o Parque da Barreirinha, ao norte, e o Bosque João Paulo II, no centro da cidade. Também conta com diversas vias de acesso e linhas de transporte coletivo.

O Bosque Alemão (Figura 13), criado em 1996, situa-se em área de fundo de vale com 38.000 m<sup>2</sup>, no bairro Jardim Schaffer. Conta com equipamentos relacionados à cultura germânica, em homenagem à etnia que se estabeleceu em Curitiba no século XIX, a partir de 1833.



Figura 13 – Vista do Bosque Alemão

Fonte: PMC (2006)

Dentre esses equipamentos, destaca-se o “Oratório de Bach” – réplica de igreja presbiteriana de estilo neogótico que existia no bairro do Seminário, abrigando sala de concertos, lanchonete com produtos típicos e espaço para a Guarda Municipal.

Do jardim externo, projeta-se a passarela ligada ao mirante, situado sobre a “Torre dos Filósofos”, de 15 m de altura, que, como outros componentes construídos, possui estrutura em troncos de eucalipto. Descendo a torre, chega-se ao “Caminho dos Contos”, cujo percurso expõe em azulejos a história de “João e Maria”, de autoria dos Irmãos Grimm, onde se situa a biblioteca denominada “Casa da Bruxa” (ou “Casa de Contos”), espaço reservado para desenvolver o interesse pela leitura no público infantil.

Ao final da trilha, tem-se o pórtico que reconstitui o frontão da Casa Milla, representando um exemplar da arquitetura da imigração alemã.

O Bosque Zaninelli (Figura 14) foi criado a partir de área verde regenerada naturalmente após ter sido utilizada, desde 1947, para exploração de granito, o que originou um paredão de rocha e lagos. Foi decretado bosque municipal de

preservação em 1992, com área de 37.000 m<sup>2</sup>.

Inaugurado com a presença do pesquisador francês Jacques Ives Cousteau, tem como atração principal a Universidade Livre do Meio Ambiente (UNILIVRE), edificação de 874 m<sup>2</sup>, em estrutura de madeira, de 15 m de altura. O intuito da obra consiste na adequada integração entre arquitetura e natureza. A universidade compreende um local específico para debates sobre questões ecológicas e qualidade de vida nos centros urbanos. Outras atrações são constituídas pela mata nativa, passarela no túnel vegetal que desemboca frente à pedreira, espelho d'água do lago de aproximadamente 120 m de extensão, pequeno auditório ao ar livre e mirante.



Figura 14 – Vista do Bosque Zaninelli

Fonte: PMC (2006)

A fundação do Bosque João Paulo II (Figura 15), inaugurado em 1980, com área de 48.000 m<sup>2</sup>, marcou a passagem daquele Papa por Curitiba e é uma homenagem à colônia polonesa. Sua área apresenta sete casas típicas em forma de aldeia, réplicas daquelas construídas no início da colonização da etnia na região de Curitiba, por volta de 1878. Na primeira casa foi instalada a capela em homenagem à Virgem Negra de Czystchowa, padroeira da Polônia. Nas demais, móveis e

utensílios da época da primeira imigração são expostas ao público. Conta com trilha para caminhadas em meio ao bosque e loja de artesanato, além de sanitários públicos e lanchonete.



Figura 15 – Vista do Bosque João Paulo II

Fonte: PMC (2006)

Como é possível se observar, a cidade dispõe de parques urbanos e áreas similares diferenciadas, seja na sua composição paisagística, seja na infra-estrutura disponível. Constituem-se em atrativos turísticos de grande significado, sobretudo por traduzir a imagem das preocupações da gestão pública com os aspectos ecológicos da urbanização e com a qualidade de vida dos cidadãos.

### 3.1.3 Planejamento e gestão de Curitiba

Neste item, pretende-se discorrer sobre o planejamento urbano de Curitiba, buscando-se subsídios históricos para a compreensão desse processo ao longo do tempo.

Segundo Oliveira (2001), o planejamento da cidade tem seu início por volta de 1853, a partir da emancipação política do Estado. Com a elevação da cidade à categoria de capital da então província, foi designada uma Inspeção Geral para estruturação e acompanhamento dos trabalhos de medição das terras públicas e de arruamento.

O primeiro Código de Posturas, elaborado em 1895, estabeleceu uma série de regulamentos e normas, dentre as quais se destaca o calçamento das ruas centrais e a substituição dos bondes de tração animal por modelos elétricos.

Em 1919, o segundo Código de Posturas inovou, regulamentando a circulação de veículos nas vias públicas e implementando o seu alargamento. Dez anos depois, foi elaborada a nova planta urbana (OLIVEIRA, 2001).

No início da década de 1940, foi concebido o primeiro plano diretor da cidade, sob a coordenação do urbanista francês Alfred Agache. O Plano Agache, como foi chamado, tem as suas diretrizes fundamentadas em três vertentes principais (OLIVEIRA, 2001):

- a) no saneamento, com a drenagem de terrenos alagadiços; canalização de rios e riachos; construção de redes de abastecimento de água e de coleta de esgotos; arborização de ruas; criação de parques e do horto municipal;
- b) na circulação urbana, com ações voltadas ao descongestionamento das ruas centrais e à criação das vias perimetrais;
- c) na organização urbana funcional, com a criação de zonas específicas para instalação de centros: administrativo (atual Centro Cívico), comercial, militar (atual Base Aérea do Bacacheri) e universitário (atual Centro Politécnico da Universidade Federal do Paraná - UFPR).

Na década de 1950, com a vigência das idéias modernizadoras surgidas inicialmente na Europa, a gestão urbana voltou-se ao embelezamento da cidade e à busca de seu aparelhamento cultural. Nessa época, foram construídos, por exemplo, o Teatro Guaíra e a Biblioteca Pública.

Embora o Plano Agache nunca tenha sido implantado em sua totalidade, norteou boa parte das ações da Prefeitura nas duas décadas seguintes à sua concepção. A própria adoção de um novo Código de Posturas, em 1953, e a criação

de Departamento de Urbanismo foram diretamente influenciadas pelas suas propostas. Essas duas ações seriam importantes para as ações necessárias à implantação da imagem progressista. O novo Código de Posturas é interpretado por muitos como um marco na legislação municipal, especialmente no tocante à questão ambiental (SMMA, 2007).

Foi, porém, a partir da década de 1960 que o processo de planejamento tomou maior vulto. Em 1962, teve início a revisão do Plano Agache, pelo consórcio entre Serete Engenharia, Jorge Wilhelm Arquitetos Associados e Companhia de Urbanização de Curitiba (URBS).

Em 1966, foi aprovado o Plano Preliminar de Urbanismo, no qual cabe destacar as seguintes diretrizes: desenvolvimento da cidade no eixo nordeste-sudoeste, com estabelecimento de sistema binário de vias, e aumento e adequação de áreas verdes. Com as diretrizes propostas e colocadas em prática, houveram mudanças significativas no perfil da cidade no começo na década seguinte. Duas medidas foram importantes para consolidar a paisagem atual: a valorização de um centro histórico e a expansão urbana com base em eixos estruturais, que por sua vez, foi decisiva para a verticalização de diversas áreas da cidade. Esta expansão, juntamente com a integração do transporte e do uso do solo, foram também previstas por Agache (SMMA, 2007).

A Lei Federal N° 10.257, de 10 de julho de 2001 (Brasil, 2001) que instituiu o Estatuto da Cidade obriga todas as cidades brasileiras com mais de 20.000 habitantes a desenvolver seus planos diretores. Em Curitiba o plano diretor já existia desde a década de 1960, por meio da Lei Municipal N° 2.626/1966. Sendo ao longo do tempo, incorporadas atualizações. Mesmo assim, houve a necessidade de adequar o Plano Diretor de Curitiba ao Estatuto da Cidade. Esta revisão se deu por meio da Lei Municipal N° 11.266 de 2004 e trouxe a necessidade de elaboração de planos setoriais para áreas específicas, como os de Mobilidade, de Habitação, Desenvolvimento Econômico, de Desenvolvimento Social e de Controle Ambiental e Desenvolvimento Sustentável (SMMA, 2007).

Com esta trajetória de Curitiba, fica evidente a atenção dispensada do seu planejamento urbano.

O Plano Agache, as mudanças do Código de Posturas de 1953 e as

configurações do Plano Diretor desde 1966 até os dias atuais, foram primordiais para o ordenamento de Curitiba.

### 3.1.4 Planejamento e gestão do turismo em Curitiba

No Quadro 1, tem-se a síntese dos fatos mais relevantes relacionados à evolução do turismo em Curitiba.

ANO	FATO
1829	Chegada dos imigrantes
1885	Inauguração da estrada de Ferro Curitiba-Paranaguá
1903	Inauguração do primeiro hotel da cidade (Grande Hotel)
1932	Primeira iniciativa de promoção turística do estado (Departamento Estadual de Imprensa e Propaganda)
1944	Construção da Base Aérea Afonso Pena
1953	Criação da Divisão de Turismo, pela Câmara de Expansão, com o objetivo de levantar os pontos turísticos (em 1966 é transferido para a Secretaria de Estado de Viação e Obras Públicas, até 1969).
1969	Criação do Conselho Paranaense de Turismo (CEPATUR)
1972	Inauguração da Estação Rodoferroviária de Curitiba
1973	Inauguração da Cidade Industrial de Curitiba
1978	Criado o primeiro Curso de Turismo pela Universidade Federal do Paraná (UFPR)
1979	Criado o primeiro Centro de Informações Turísticas da cidade (no Bondinho da Rua XV de Novembro)
1987	Inauguração do Centro de Convenções de Curitiba
1988	Realização do primeiro estudo de demanda turística pela Paranatur (vinculada ao Governo do Estado)
1989	Extinção da Secretaria Municipal de Turismo, sendo criado o Departamento de Turismo da Secretaria Municipal de Cultura.
1993	Relocação do Departamento Municipal de Turismo para a Secretaria de Indústria e Comércio
1994	Criação da Linha Turismo
1995	Criação da Secretaria do Estado do Esporte e Turismo
2000	Inauguração do Curitiba <i>Convention &amp; Visitors Bureau</i>
2000	Extinção da Secretaria Municipal de Indústria, Comércio e Turismo, sendo o turismo incorporado à Diretoria de Turismo de Curitiba.
2001	Estabelecimento do Plano de Desenvolvimento Turístico para a cidade pela Diretoria de Turismo de Curitiba
2004	Finalização da atuação da Diretoria de Turismo
2004	Inauguração do Estação Embratel <i>Convention Center</i>
2005	Criação da Secretaria Municipal de Turismo, passando a ser denominada Instituto Municipal de Turismo (IMT)

Quadro 1 – Síntese de fatos relevantes da evolução do turismo em Curitiba – 1829 a 2005

Fonte: Elaborado com base em Custódio (2006).

Da análise de tais dados, destacam-se os caminhos que a gestão do turismo percorreu ao longo do tempo, uma vez que o setor foi encampado por uma multiplicidade de órgãos públicos, sem definição permanente da secretaria municipal à qual seria atribuída sua gestão.

Historicamente, a administração pública da cidade não contou com ampla estrutura em um órgão específico responsável pelo planejamento sistemático das políticas de turismo, o que só aconteceu mais recentemente. Ao longo do tempo, como a gestão do turismo foi atribuição de diversas secretarias municipais, foi dificultado o seu processo de gestão (CUSTÓDIO, 2006).

Na cidade de Curitiba, o turismo é um segmento que traz impactos significativos aos mais diversos setores econômicos do município. Na década de 1990, a cidade passou por uma série de intervenções urbanísticas que influenciaram favoravelmente o turismo. Nos anos seguintes, a iniciativa privada passou também a investir, com a criação de novos espaços para a realização de eventos, meios de hospedagem e construção de *shoppings*, por exemplo, (CUSTÓDIO, 2006).

A esse respeito, o IMT (2005, p.1) assinala que:

O turismo em Curitiba foi uma consequência das construções feitas por iniciativa do poder público para o bem-estar da população. Através da imagem que se criou da cidade, o turista vem em busca de conhecimento referente aos programas desenvolvidos na área ambiental, planejamento urbano, qualidade de vida e transporte coletivo.

Embora a própria administração municipal atribua o desenvolvimento do turismo em Curitiba ao planejamento da cidade, até hoje foram poucas as ações que se fundamentaram especificamente na atenção a este segmento, o que pode ser constatado ao se observar que poucas campanhas de marketing voltadas para a sedimentação da cidade como destino turístico foram postas em prática.

Para Gândara<sup>25</sup> (1999 apud REJOWSKI; COSTA, 2003), no entanto, o fato da cidade ter se beneficiado da imagem divulgada principalmente em função de seu planejamento urbano, resulta em aspectos positivos para o turismo, tendo em vista sua associação às perspectivas de qualidade de vida e ambiental.

Contudo, mesmo que se considere tal situação de forma positiva, é

---

<sup>25</sup> GÂNDARA, J. M. G. Ações comunicativas do destino turístico Curitiba. In: REJOWSKI, M.; COSTA; B.K. (Org.). **Turismo contemporâneo: desenvolvimento, estratégia e gestão**. São Paulo: Atlas, 2003.

necessário refletir sobre até quando tais aspectos sustentarão o turismo na cidade sem políticas públicas específicas e efetivas para o setor.

Há, sem dúvida, necessidade de se implementar políticas voltadas ao turismo, fundamentadas em diversos aspectos do planejamento estratégico, conforme considerações de Goeldner, Ritchie e MacIntosh (2002<sup>26</sup> apud CUSTÓDIO, 2006, p.114):

- a) a filosofia de turismo: que princípio turístico Curitiba quer ter, qual tipo de turismo, qual perfil de turista e como a administração da cidade deve entender seu turismo;
- b) a visão da destinação: definir como a cidade se imagina turisticamente num futuro distante, pensando nos próximos 5, 10, 20 anos;
- c) os objetivos e metas: quais os resultados qualitativos e quantitativos que se espera alcançar com a atividade turística na cidade;
- d) os limites: quais os parâmetros aceitáveis de desenvolvimento e seus efeitos na sociedade, cultura e meio ambiente;
- e) estratégias de desenvolvimento: quais os padrões de ações que permitem atingir os objetivos definidos para o turismo em Curitiba em relação a sua oferta, demanda e organização estrutural.

A definição destes aspectos pode fundamentar o processo de planejamento e gestão do turismo municipal,

Segundo Petrocchi (2001, p.72), o planejamento e a gestão do turismo “deve converter recursos naturais em recursos turísticos, ordenando o território e melhorando as infra-estruturas, equipamentos, serviços, promoções e preservação do ambiente físico, natural e urbano”.

---

<sup>26</sup>

Ver GOELDNER, C .R.; RITCHIE, J. R. B.; McINTOSCH, R.W. **Turismo**: princípios, práticas e filosofias. Porto Alegre: Bookman, 2002.

### **3.1.5 Planejamento e gestão dos parques e áreas similares em Curitiba**

Os parques e áreas verdes urbanas compõem o rol de espaços públicos que requerem ações de planejamento e gestão consistentes, em concordância com as necessidades da população que usufrui destes espaços.

Sendo um bem público, os parques urbanos e áreas similares estão sujeitos à intervenções do poder municipal, que é responsável pela sua conservação, disciplinamento e uso (ANDO, 2003).

Esses locais, componentes do patrimônio público municipal, estão, portanto, submetidos à administração local, que regulamenta seu uso e estabelece sua adequada destinação, conforme constam os seguintes artigos do Decreto Municipal N° 471/1988, que regulamenta a Lei Municipal N° 699/1953:

Art 1° Os parques são Setores Especiais constituídos por reservas de áreas de interesse público, criados visando à proteção e conservação dos recursos naturais existentes, à formação e manutenção de bens de uso comum, aliados à promoção de atividades científicas, educacionais, lazer, contemplativos, recreativas e culturais.

I - São recursos naturais, renováveis ou não, as áreas verdes de maneira geral, os cursos d'água, os lagos, o solo, o ar e a fauna existente.

II - São bens de uso comum todos os equipamentos implantados na área, constituídos de edificações, acessos, meios de locomoção e demais elementos necessários ao funcionamento do parque.

Art 2° Os parques serão sempre áreas insuprimíveis e indivisíveis e não poderão sofrer qualquer forma de exploração de seus recursos naturais, renováveis ou não.

Art 3° Os parques estarão sujeitos à Legislação Municipal, sem prejuízo dos demais dispositivos legais emanados dos poderes Estadual e Federal.

[...]

Art 5° A cada parque, será conferido um tratamento específico, conforme as características peculiares, cuja administração ficará a cargo da Secretaria Municipal do Meio Ambiente.

Art 6° As dependências, instalações e demais serviços existentes nos parques destinam-se ao uso da população.

[...]

Art 11° Com base no projeto de cada parque, a Secretaria Municipal do Meio Ambiente indicará os locais apropriados às atividades recreativas e de prestação de serviços, estabelecendo os horários e demais normas de uso e funcionamento.

Com o Estatuto da Cidade (Lei Federal N° 10257, de 10 de julho de 2001 – BRASIL, 2001), novas diretrizes e instrumentos de política urbana se juntam à necessidade da elaboração de planos setoriais para áreas específicas, dentre as quais se destacam as áreas verdes. A Lei Municipal N° 11.266/04 apontou a necessidade de ampliar o conjunto de planos setoriais. Em Curitiba, os estudos relativos ao plano setorial de Controle Ambiental e Desenvolvimento Sustentável em elaboração pela Secretaria Municipal de Meio Ambiente (SMMA), incluem diagnósticos do meio físico e da biota, além de propostas sobre formas de gestão ambiental urbana.

A Gerência de Conservação e Manutenção do Departamento de Parques e Praças é responsável pela manutenção das áreas verdes do Município, com recursos humanos, materiais e equipamentos próprios.

O crescente número de áreas verdes criadas nos últimos anos trouxe a necessidade de terceirização dos seus serviços de manutenção, com empresas contratadas prestando este tipo de serviço à Prefeitura (SMMA, 2007).

O serviço de roçada dos parques e áreas similares está sob os cuidados da SMMA, encontrando-se em estudo alternativas deste serviço para o gerenciamento diretamente pelas Administrações Regionais.

Na tentativa de consolidar uma política de co-participação da sociedade organizada na gestão e manutenção destas áreas públicas, a Administração Municipal criou o Programa de Adoção de Logradouros, apoiada na Lei Municipal N°11.642/05 e no Decreto Municipal N° 793/06, por meio do qual empresas e associações de bairro podem candidatar-se à adoção integral de uma praça ou outra área de lazer, conservando sua cobertura vegetal, equipamentos e demais elementos urbanísticos, em troca de publicidade (SMMA, 2007).

A Secretaria Municipal do Meio Ambiente continuamente busca identificar

possíveis áreas para expansão e incremento de unidades de conservação, encontrando-se em projeto os parques Vista Alegre, Lago Azul, Campo de Santana e do rio Barigüi A Reserva Particular do Patrimônio Natural Municipal (RPPNM), unidade de conservação de domínio privado com o objetivo de conservar a diversidade biológica, gravada com perpetuidade, por intermédio de termo de compromisso averbado à margem da inscrição no registro público de imóveis, consiste em uma alternativa para expansão de áreas para conservação Ambiental (SMMA, 2007).

Outros parques e áreas similares estão previstos junto à Rede Integrada de Transporte (RIT), por meio da implantação do Eixo Metropolitano – viabilizado pela relocação do fluxo de passagem da rodovia BR 116 para o Contorno Leste, onde áreas verdes estarão interligadas por meio do transporte coletivo, sistema viário e ciclovias, com a revitalização da paisagem urbana e com a melhoria da qualidade ambiental (SMMA, 2007).

### 3.2 MÉTODOS E TÉCNICAS

A pesquisa foi realizada a partir de duas etapas. Contemplou, inicialmente, a leitura crítica de abordagens teóricas essenciais para compreensão dos temas relacionados ao objeto do estudo. Assim, buscou-se na literatura subsídios teórico-conceituais sobre o turismo, sua evolução histórica e sua tipologia, bem como embasamento para adequada conceituação e compreensão do significado de áreas verdes urbanas e sua tipologia, com especial ênfase à caracterização de parques urbanos; a seguir, a abordagem foi direcionada à definição e análise dos diferentes aspectos relacionados ao planejamento e gestão urbana, de cidades, de parques urbanos e, por fim, de imagem e da paisagem urbana e do turismo em áreas urbanas.

Na segunda etapa do estudo optou-se pela pesquisa de campo exploratória, que proporcionar maior familiaridade com o problema com vistas a torná-lo explícito

ou a construir hipóteses, e descritiva<sup>27</sup>, cuja abordagem do problema determina seu caráter de pesquisa qualitativa<sup>28</sup>, onde o próprio pesquisador busca interpretar a situação-problema (SILVA; MENEZES, 2005).

Com os objetivos de oferecer maior fidedignidade aos resultados da pesquisa e de acrescentar maior clareza à interpretação pela diversidade conceitual das perspectivas de diferentes pesquisados, optou-se pela realização da pesquisa com dois grupos distintos de sujeitos:

- a) grupo 1 – constituído por 475 visitantes dos parques e áreas similares;
- b) grupo 2, composto pelo mesmo número (475) de turistas hospedados em hotéis da cidade.

Ao se realizar a pesquisa com dois grupos heterogêneos, portanto, buscou-se obter resultados mais condizentes com a realidade percebida por diferentes pessoas, com visões distintas acerca da cidade e de seus parques urbanos e áreas verdes.

Para determinação do número necessário de sujeitos para compor uma amostra representativa, considerou-se uma margem de erro de 5%, utilizando a seguinte fórmula (populações infinitas, ou seja, superiores a 100.000):

$$n = \frac{(y^2 \times p \times q \times N)}{\{e^2 \times (N - 1) + (y^2 \times p \times q)\}}$$

Onde:

- y = nível de confiança escolhido (1 = 68%, 2 = 95,5% e 3 = 99%);
- p = porcentagem com a qual o fenômeno deve se verificar;
- q = porcentagem complementar (100 – p);
- e = erro máximo permitido (de 3% a 5% para pesquisas sociais);
- N = universo da pesquisa;
- n = amostra para aplicação.

Os valores adotados são expostos na Tabela 2.

<sup>27</sup> Pesquisa descritiva: “objetiva descrever as características de determinada população ou fenômeno e também possibilita o estabelecimento de relações entre variáveis pelo o uso de técnicas padronizadas de coleta de dados, a exemplo de questionários e observações sistemáticas, assumindo, geralmente, a forma de levantamento” (SILVA; MENEZES, 2001, p.21).

<sup>28</sup> Pesquisa qualitativa: parte do pressuposto de que tudo pode ser quantificado, o que significa traduzir opiniões e informações com a finalidade de classificá-las e analisá-las (SILVA ; MENEZES, 2001).

Tabela 2 – Valores para cálculo da amostra

SÍMBOLO	DESCRIÇÃO	VALOR UTILIZADO
O	Nível de confiança escolhido (1 = 68%, <b>2 = 95,5%</b> e 3 = 99%)	2
P	Porcentagem com a qual o fenômeno deve se verificar	50
Q	Porcentagem complementar (100 – p)	50
E	Erro máximo permitido (de 3% a 5% para pesquisas sociais)	5
N	Universo da pesquisa	1.986.200*
n	Amostra para aplicação	475 questionários

Fonte: Elaborado com base em Gil (2002).

Nota: \* = fluxo de turistas estimado, de acordo com dados da Secretaria de Estado do Turismo (SETU, 2007).

Como instrumento de pesquisa, foi adotado o questionário<sup>29</sup> semi-estruturado, elaborado a partir de questões objetivas, os quais foram aplicados pela própria pesquisadora. A escolha dos entrevistados foi aleatória, não tendo sido estabelecidos quaisquer critérios específicos para sua seleção. Os entrevistados foram abordados pela própria pesquisadora, no interior das “jardineiras” – ônibus que fazem o trajeto dos parques na cidade –, não sendo considerados, para a pesquisa, os moradores da cidade.

Justifica-se a opção pela utilização do questionário por considerar-se, conforme afirma Chagas (2000), ser este um importante instrumento na pesquisa científica e, em especial, na área de Ciências Sociais.

Para testar a consistência dos questionários a serem utilizados, foi realizada uma etapa preliminar (pré-teste) de aplicação dos mesmos com uma amostra heterogênea constituída por 31 pessoas em visita aos parques, representando os graus de liberdade (conceito relacionado ao número de dados disponíveis – livres – para o cálculo estatístico) necessários para relativa heterogeneidade com a máxima confiança de resultados (CARZOLA; SILVA, 2006). Para os mesmos autores, amostras suficientemente grande (maiores que 30 graus de liberdade) garantem a convergência da média amostral para a distribuição normal.

Não se compreendeu como necessária a aplicação de pré-teste para os

<sup>29</sup> O questionário pode ser definido como “a técnica de investigação composta por um número de questões apresentadas por escrito às pessoas, tendo por objetivo o conhecimento de opiniões, crenças, sentimentos, interesses, expectativas, situações vivenciadas” (GIL, 1989, p.128).

questionários aplicados aos demais sujeitos (turistas hospedados em hotéis), frente à similaridade das questões e de seus objetivos para os dois grupos.

As informações registradas foram armazenadas para consulta, sendo, depois, tratadas estatisticamente com a utilização do programa Excel (sistema Windows) e, após tabuladas, representadas por meio de gráficos estatísticos para adequada e apresentação e interpretação dos resultados obtidos.

Na etapa final, foram confrontados os dados teóricos e os obtidos com os respondentes na pesquisa de campo, obtendo-se, assim, subsídios para compor as conclusões finais do estudo.

O Quadro 2 sintetiza a estrutura de referência dos métodos e técnicas adotados na presente pesquisa.

<b>ETAPAS</b>	<b>MÉTODOS</b>	<b>TÉCNICAS</b>	<b>DADOS</b>	<b>RESULTADOS</b>
Formulação de subsídios teóricos sobre os temas relacionados	Exploratório	Pesquisa bibliográfica	Literatura e fontes documentais	Fundamentação teórica para compreensão dos temas
Avaliação da percepção de usuários dos parques e áreas similares e turistas hospedados em hotéis, em Curitiba, identificando seus níveis de satisfação ou insatisfação com a infra-estrutura daqueles locais	Exploratório e analítico	Pesquisa em campo	Coleta direta por meio de questionários semi-estruturados	Identificação dos visitantes e hóspedes quanto ao seu local de origem. Delimitação dos seus meios de conhecimento da cidade. Estabelecimento de deficiências e potencialidades dos locais visitados.
Relacionamento dos aspectos qualitativos dos parques e áreas similares com os resultados da pesquisa junto aos usuários	Exploratório e analítico	Pesquisa bibliográfica e em campo	Informações das fases anteriores	Análise relacional entre a percepção dos entrevistados e as características dos parques e áreas similares selecionados

Quadro 2 – Estrutura de referência dos métodos e técnicas da pesquisa

Fonte: Elaborado com base nos procedimentos adotados.

### **3.2.1 Pesquisa com visitantes de parques e áreas similares**

Para efeitos da pesquisa, não se considerou a necessidade de entrevistar moradores da própria cidade.

Inicialmente, foi realizada pesquisa preliminar com a realização do levantamento dos parques e áreas similares selecionadas, com o intuito de descrever a infra-estrutura disponível, bem como verificar as condições de conservação daqueles locais se encontravam, além de avaliar a aplicabilidade dos questionários.

Para o Grupo 1 (visitantes dos parques e áreas similares) optou-se pela adoção de questionário semi-estruturado, constante do Apêndice 1, aplicados a 475 visitantes de 10 parques e áreas similares da cidade de Curitiba, conforme anteriormente citado, e cujas questões procuraram identificar, por meio das respostas obtidas, a efetividade dos espaços considerados como instrumento de desenvolvimento e fomento ao turismo local.

As treze questões foram elaboradas em função de dois aspectos principais: clareza no conteúdo e fácil compreensão pelos respondentes.

O local escolhido para abordagem dos sujeitos e aplicação dos questionários foi o interior dos ônibus especiais (“Jardineiras”) que fazem o trajeto Linha Turismo em Curitiba, e que percorrem os principais pontos turísticos, especialmente os seguintes parques e outras áreas verdes da cidade: Parque Barigüi, Parque Tanguá, Bosque Zaninelli (Universidade Livre do Meio Ambiente), Jardim Botânico, Bosque Alemão, Passeio Público, Parque das Pedreiras (Pedreira Paulo Leminski / Ópera de Arame), Parque Tingui, Parque São Lourenço e Bosque João Paulo II (Bosque do Papa). Os visitantes foram entrevistados nos mês de agosto de 2006.

A opção por tal meio para a abordagem dos respondentes foi pautada em dois aspectos: a oportunidade de acesso da pesquisadora a visitantes de maior número de parques e áreas similares (tendo em vista que a maior parte dos usuários da Linha Turismo não se limita a visitar apenas um dos espaços que fazem parte do trajeto, o que os habilita, normalmente, a opinar sobre vários deles) e a possibilidade de obtenção de amostra diversificada, seja em termos de faixa etária, seja de origem dos entrevistados, visto que tanto turistas quanto moradores da cidade utilizam a

Linha Turismo para seus passeios.

As questões estruturantes do questionário foram divididas em:

- a) identificação dos pesquisados – para determinação do perfil da amostra pesquisada, constando de nome (opcional), sexo, idade e grau de escolaridade;
- b) origem dos entrevistados – para identificação de moradores locais ou visitantes vindos de outras cidades, estados ou países;
- c) meio de conhecimento da cidade – para delimitação do alcance da divulgação por meio da mídia;
- d) atrativos da cidade – para verificação do atendimento das expectativas do visitante quanto à visita feita à cidade;
- e) locais visitados e potencialidades e deficiências constatadas durante as visitas – para conhecimento dos pontos fortes e fracos dos locais de visita apontados pelos turistas e visitantes;
- f) estado da infra-estrutura turística disponível – para identificação de suas possíveis inadequações e qualidades.

### **3.2.2 Pesquisa com turistas hospedados em hotéis da cidade**

Nessa etapa, escolheu-se aleatoriamente seis hotéis da cidade, a partir do critério de disponibilidade dos estabelecimentos na cessão do espaço para a realização da pesquisa; o mesmo critério de acessibilidade, aliás, foi utilizado para abordagem dos hóspedes (em Apêndice 2), devendo-se ressaltar que todos os contatados mostraram-se receptivos à participação. A pesquisa ocorreu no mês de outubro de 2006.

A decisão em buscar informações junto a estes sujeitos fundamentou-se igualmente na necessidade de se avaliar, na visão específica do turista, perspectivas distintas sobre as características do planejamento turístico em prática pela gestão municipal e, em particular, sua opinião acerca dos parques e áreas verdes, além da sua infra-estrutura.

Para este grupo de pesquisados não se constatou necessidade de pré-teste,

uma vez que as questões obedeciam aos mesmos princípios do questionário utilizado para os visitantes. A abordagem dos hóspedes foi precedida apenas de breve explicação sobre os objetivos da pesquisa.

Constituídos de nove questões objetivas, os questionários aplicados a esses sujeitos visaram permitir a caracterização do tipo de turista que estava sendo abordado (de negócios, de lazer etc.), do meio de locomoção utilizado para seus deslocamentos na cidade, sua fonte de informações sobre os atrativos turísticos existentes e suas expectativas e interesse em visitar os parques e áreas similares da cidade.

Nesse contexto, as questões foram estruturadas em:

- a) identificação dos pesquisados – para determinação do perfil dos sujeitos da amostra a partir de informações como nome (opcional), sexo, idade e grau de escolaridade;
- b) local de origem – para identificação de turistas vindos de outras localidades;
- c) motivação da vinda a cidade – para verificação dos atrativos locais;
- d) tempo de permanência – para delimitação do período médio de visitação;
- e) meio de conhecimento da cidade – para determinação da efetividade dos instrumentos de mídia utilizados para divulgação da cidade;
- f) interesse no conhecimento dos parques e áreas similares da cidade;
- g) estado da infra-estrutura turística disponível nos parques e áreas similares visitadas – para identificação, na percepção do turista, de inadequações e qualidades constatadas.



## 4 RESULTADOS E DISCUSSÃO

Ao se realizar a pesquisa com dois grupos heterogêneos – 475 visitantes de parques urbanos e áreas similares de Curitiba e 475 turistas hospedados em hotéis da cidade –, buscou-se obter resultados mais condizentes com a realidade percebida por diferentes pessoas com visões e perspectivas distintas acerca da cidade e de seus parques urbanos e áreas similares.

A apresentação e análise dos resultados são realizadas em duas partes, sendo, ao final, compondo-se sua visão geral sobre a estrutura dos parques urbanos e áreas similares de Curitiba e a efetividade dos processos de planejamento e gerenciamento desses espaços no fomento ao turismo.

#### 4.1 PERCEPÇÃO DOS VISITANTES DOS PARQUES URBANOS E ÁREAS SIMILARES

Os entrevistados foram abordados pela pesquisadora no interior das “jardineiras” durante o trajeto de ida aos parques, momento em que foram informados sobre os objetivos da entrevista e esclarecidos quanto à sua finalidade, sendo-lhes informado que a mesma iria compor o trabalho desenvolvido pela pesquisadora como subsídio para a dissertação de mestrado em gestão urbana.

Os questionários foram aplicados em dias alternados da semana (às quartas e sextas-feiras, e aos sábados e domingos) do mês de julho de 2006.

Inicialmente, procura-se categorizar os participantes da pesquisa de campo realizada junto aos visitantes de parques urbanos e áreas similares a partir de variáveis como gênero, faixa etária e nível de escolaridade, tendo em vista que, conforme mencionam Anderson e Manfredo (1986<sup>30</sup> apud TOMIAZZI, 2005), os visitantes de áreas naturais usualmente apresentam preferências e padrões de comportamento distintos, características que são, geralmente, influenciadas por

---

<sup>30</sup> Ver ANDERSON, D. H.; MANFREDO, M. J. Visitor preferences for management actions. In: National Wilderness Research Conference, United States Department of Agriculture, Forest Service, 1986. **Proceedings...** Washington, DC: General Technical Report, 1986. p.314-319.

fatores como idade, sexo e aptidões física e mental, entre outros.

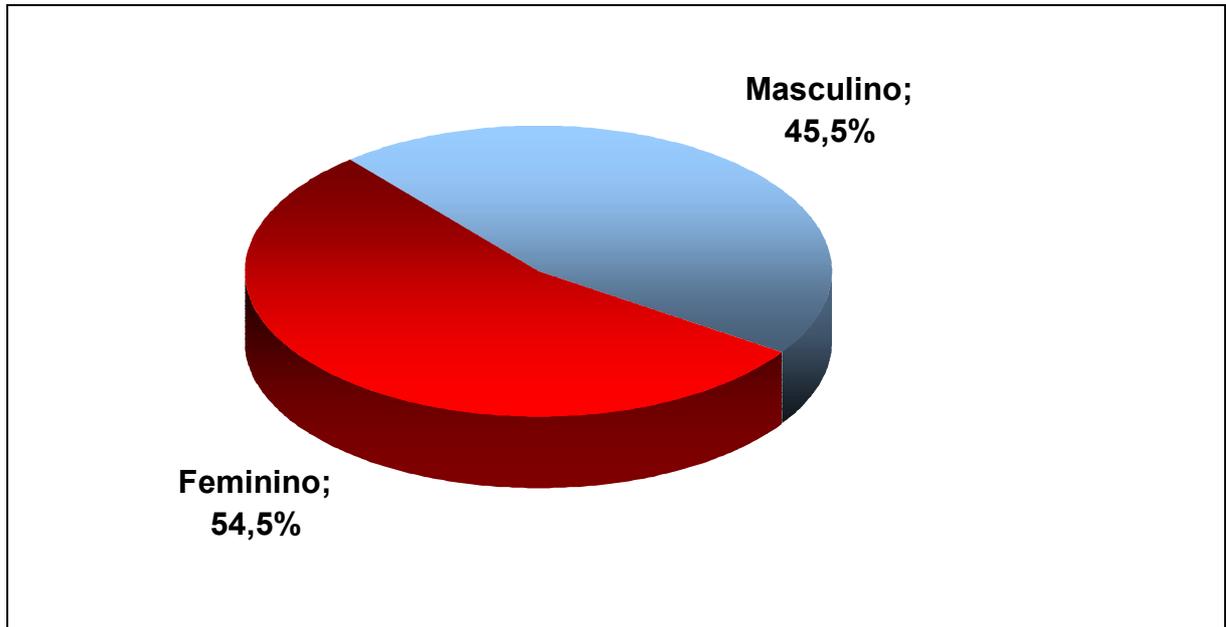


Figura 16 – Gráfico de proporcionalidade dos visitantes de parques urbanos e áreas similares por gênero

Fonte: Elaborada com base na pesquisa de campo.

A maioria dos participantes da pesquisa é do sexo feminino (54,5%) (Figura 16), o que pode ser atribuído ao fato de que as mulheres, tradicionalmente, buscam com maior frequência o contato com tais espaços, seja para a prática de atividades físicas ao ar livre por preocupações estéticas ou em busca de maior nível de qualidade de vida.

De fato, as exigências sociais e culturais relacionadas aos padrões estéticos considerados como ideais afetam decisivamente os hábitos de comportamento feminino (FIATES; SALLES, 2001); além disso, a conscientização sobre a prática de atividade física como requisito essencial para melhor qualidade de vida tem sido assumida pela população feminina de modo geral, embora os homens também reconheçam cada vez mais sua importância para a estética e, principalmente, para a saúde.

Um maior grau de participação da mulher em atividades de lazer e recreação fora do ambiente domiciliar é também descrita no estudo realizado por Tomiazzi (2005), no qual foram entrevistados 407 visitantes do Parque Natural Municipal do Mendanha, no estado do Rio de Janeiro, sendo que, deste total, 55% dos visitantes

era do sexo feminino.

A questão seguinte, pela qual se busca caracterizar o visitante a partir da faixa etária, é considerada importante por se compreender que, conforme Santos e Teixeira (1992<sup>31</sup> apud TOMIAZZI, 2005), a idade é um dos fatores que mais influenciam a opção por determinadas atividades recreativas, constituindo-se no fator determinante para a escolha da forma de recreação a ser praticada pelo indivíduo.

Assim, no que diz respeito à faixa etária dos entrevistados, verifica-se que os maiores percentuais encontram-se nas faixas etárias de 18 a 25 anos (36,4%) e de 26 a 40 anos (32,3%) (Figura 17).

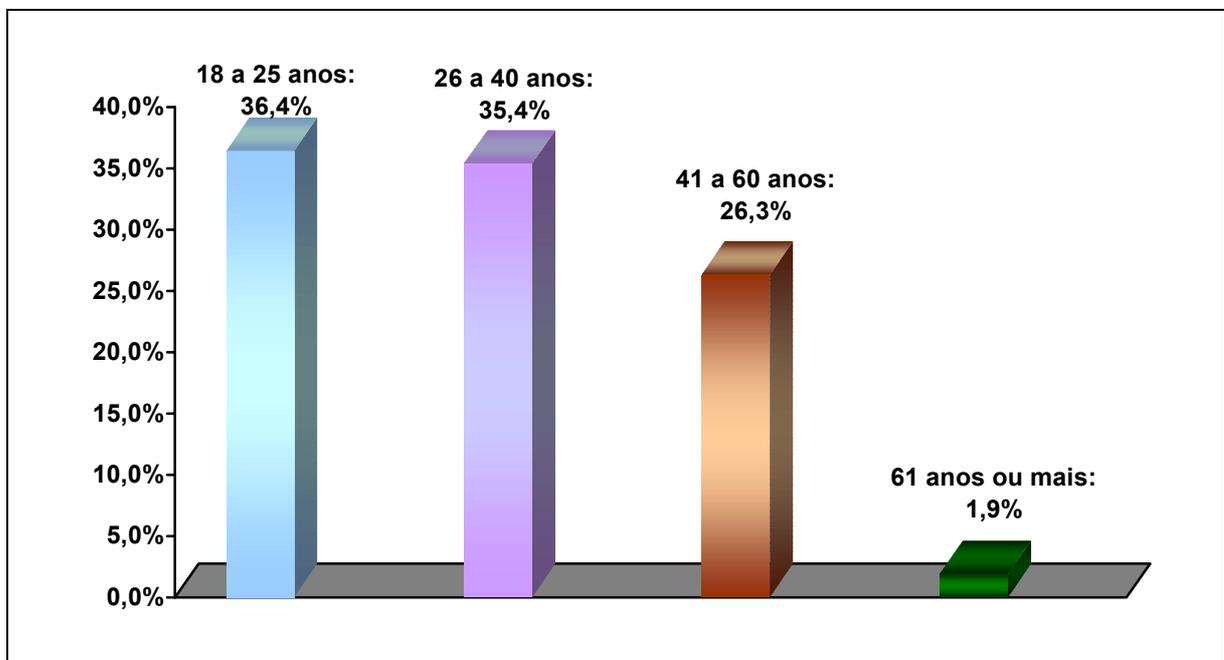


Figura 17 – Gráfico de proporcionalidade dos visitantes dos parques urbanos e áreas similares segundo faixa etária

Fonte: Elaborada com base na pesquisa de campo.

A maior concentração de entrevistados naquelas faixas etárias pode estar relacionada ao hábito de freqüentar parques e áreas similares mais disseminado

<sup>31</sup> Ver SANTOS, N. R. Z.; TEIXEIRA, I. F. Caracterização do perfil dos visitantes do Parque Oásis, Santa Maria, RS. In: Congresso Brasileiro de Arborização Urbana. 1., 1992, Curitiba. **Anais...** Curitiba: Universidade Federal do Paraná, 1992. p.409-422.

entre pessoas consideradas jovens e jovens adultos<sup>32</sup> economicamente ativos e que se preocupam com elevação da qualidade de vida, buscando, por isso, o contato com o ambiente natural.

Além disso, nestas faixas etárias os indivíduos habitualmente já têm filhos e netos e a busca de oportunidades de maior convívio familiar e social com seus descendentes parece ser mais pronunciada, o que faz estas pessoas procurarem com maior frequência locais de lazer e de socialização e espaços livres onde seus filhos e netos possam desfrutar de ambiente apropriado para brincar e praticar atividades recreativas.

Já o expressivo percentual de visitantes na faixa etária de 41 a 60 anos de idade também confirma a tendência contemporânea de crescente busca pela prática de atividades físicas e de lazer e maior contato com a natureza, hábitos associados aos novos conceitos de qualidade de vida.

Deve-se mencionar também que a expressividade e equilíbrio do número de visitantes das faixas etárias de 18 a 25 anos (36,4%) e de 26 a 40 anos (32,3%) mostram que as opções de recreação e lazer em áreas verdes públicas urbanas atendem às expectativas destes indivíduos.

No estudo realizado por Tomiazzi (2005), os autores consideram que o maior número de indivíduos em visita aos parques e áreas verdes similares nestas faixas etárias permite supor, também, que tal fato ocorre em função da sua disponibilidade financeira, podendo utilizar seus próprios recursos monetários para realizar passeios e programas de lazer e recreação. Cabe destacar que, embora o acesso aos parques e áreas similares da cidade não implique em gastos com ingresso para entrada nestes locais, o deslocamento do visitante envolve despesas com os meios de transporte utilizados.

Outro aspecto considerado nesta pesquisa para fins de caracterização dos visitantes é seu nível de instrução, considerando-se as diferentes necessidades e perspectivas que cada indivíduo tem a partir de suas experiências culturais heterogêneas.

Neste quesito, os dados revelam que a maior parte dos entrevistados concluiu o ensino médio (47,2%); uma significativa parcela (20%) possui o grau superior

---

<sup>32</sup> Segundo denominação oficialmente adotada pelo Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística (IBGE, 2007).

incompleto e 17% concluiu o ensino superior (Figura 18).

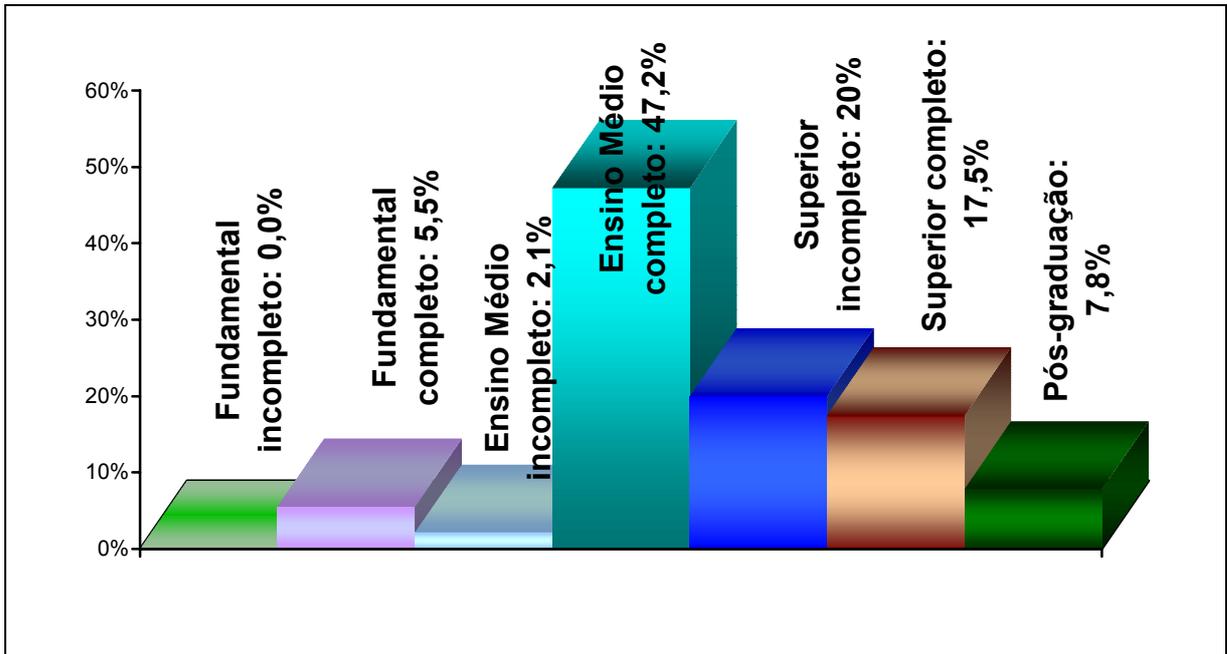


Figura 18 – Gráfico de proporcionalidade dos visitantes dos parques urbanos e áreas similares segundo nível de escolaridade

Fonte: Elaborada com base na pesquisa de campo.

Tais indicadores sugerem a freqüência aos parques e áreas similares de um público que possivelmente tem conhecimento teórico para percepção e avaliação adequadas destes espaços em termos qualitativos, o que contribui para uma análise mais efetiva deste cenário nesta pesquisa.

Por outro lado, baixos níveis de escolaridade comumente estão associados a baixas rendas, ou vice-versa, o que pode traduzir menor disponibilidade financeira destes indivíduos para gastos com atividades de lazer. Embora o acesso aos parques e áreas similares seja gratuita, mesmo as despesas de locomoção, como, por exemplo, a passagem dos ônibus da Linha Turismo, podem ser fatores que dificultam ou até mesmo impedem a visita a esses espaços pelos indivíduos de classes econômicas menos favorecidas.

Após a caracterização dos sujeitos, a pesquisa busca identificar a origem geográfica desses visitantes (Figura 19), bem como suas percepções quanto ao interesse em visitar a cidade e suas áreas verdes, buscando, com isso, avaliar a qualidade de tais atrativos para esses indivíduos e identificar as restrições e

ressalvas que os mesmos percebem no que diz respeito à estrutura desses espaços públicos.

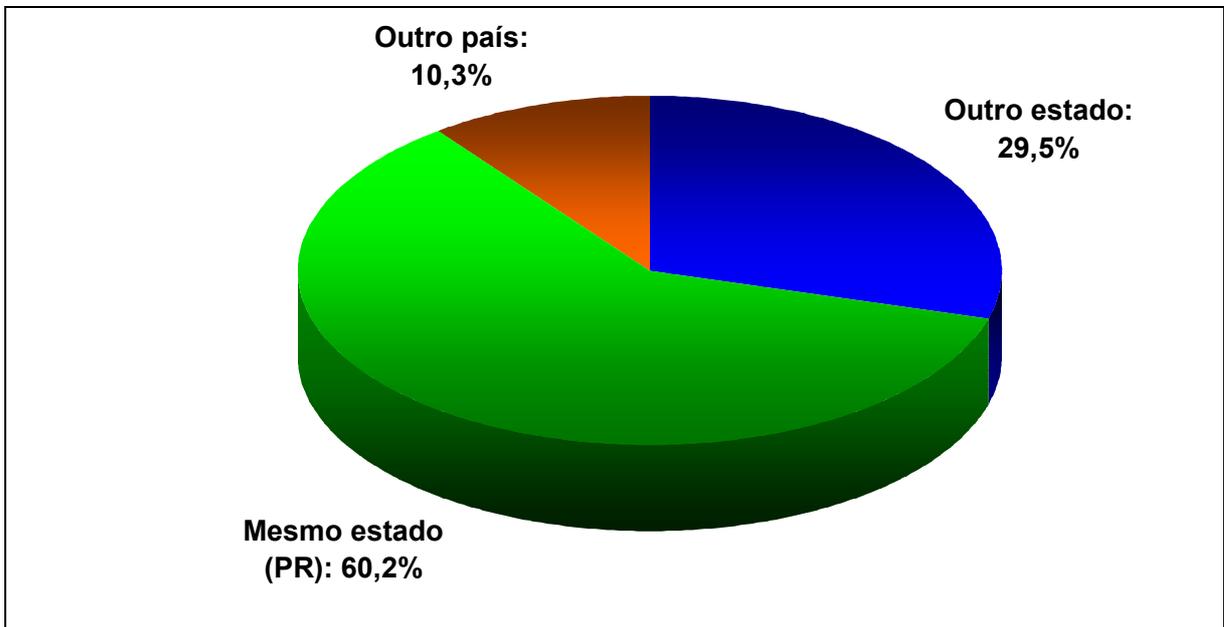


Figura 19 – Gráfico de proporcionalidade de visitantes de parques urbanos e áreas similares segundo origem geográfica

Fonte: Elaborada com base na pesquisa de campo.

Dos sujeitos pesquisados, a maior parte é oriunda do próprio Paraná (60,2%) , embora um percentual significativo seja constituído por visitantes de outros estados (29,5%); 10,3% dos participantes da pesquisa declararam vir de outros países; não sendo solicitado a esses últimos, porém, que esclarecessem sua nacionalidade.

A presença marcante de visitantes oriundos do próprio estado evidencia a importância dos parques e áreas similares como opção de lazer para a cultura regional; isso faz com que a população que mora na região valorize esses espaços e, por isso, divulgue e recomende a amigos e familiares a sua visita.

Por outro lado, o percentual de visitantes de outros estados (29,5%) demonstra que, embora a divulgação dos parques e áreas similares da cidade seja relativamente adequada, ações de fomento nessa área devem ser reforçadas para que a busca desses atrativos pelo turista se amplie ainda mais.

O próximo passo identifica a forma pela qual os visitantes pesquisados ficaram conhecendo a cidade, a fim de se avaliar o fator determinante para sua

vinda a Curitiba. Os resultados mostram o cenário expresso na Figura 20.

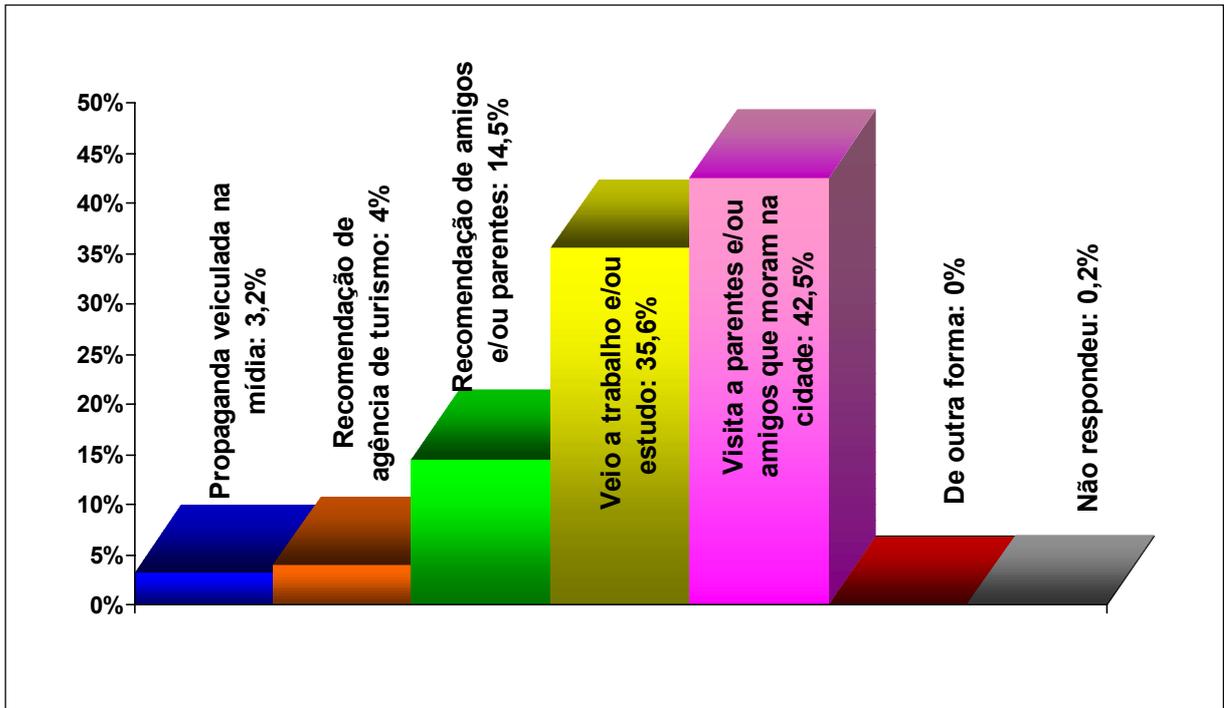


Figura 20 – Gráfico de proporcionalidade de fator determinante para conhecimento da cidade identificado pelos visitantes de parques e áreas similares

Fonte: Elaborada com base na pesquisa de campo.

A motivação para conhecer a cidade mais freqüentemente assinalada pelos pesquisados é a visita a amigos e familiares que já são moradores da mesma, opção apontada por 42,5% dos participantes.

No entanto, um percentual importante (35,6%) afirma que a motivação de sua vinda à cidade se dá por exigências e necessidades vinculadas ao trabalho ou ao estudo, o que confirma as informações da Secretaria de Estado de Turismo (PARANÁ/SETU, 2007), ao considerar que grande parte dos turistas que visitam a capital paranaense desembarca a negócios, o que sugere ser a cidade um espaço atraente para investimentos.

O turismo de negócios<sup>33</sup> vem sendo, aliás, priorizado já há algum tempo em Curitiba, que, segundo aquela secretaria, começou a consolidar-se como pólo de

<sup>33</sup> Segundo SETU (2007, p.1), o turismo de negócios e eventos “compreende o conjunto de atividades turísticas decorrentes dos encontros de interesse profissional, associativo, institucional, de caráter comercial, promocional, técnico, científico e social”.

turismo de negócios a partir da década de 90.

Para 14,5% dos pesquisados, a recomendação de amigos e parentes que já haviam visitado a cidade anteriormente representa o fator determinante para que eles viessem a Curitiba conhecer suas atrações, dentre as quais se destacam as áreas verdes urbanas.

Tais percentuais estão em consonância com aqueles encontrados em levantamento sobre motivação da viagem realizado pela Secretaria do Estado de Turismo do Paraná relativo ao ano de 2005, que mostra os resultados obtidos conforme apresentados na Tabela 2.

Tabela 3 – Proporcionalidade de motivos de viagem a Curitiba – 1995 e 2000-2005

MOTIVOS	ANOS (%)					
	1995	2000	2001	2002e	2003	2005
Compras	1,1	0,9	-	0,2	0,5	0,5
Eventos	-	6,7	12,3	9,3	9,9	6,6
Negócios	38,8	32,7	44,5	38,2	38,5	33,9
Parentes/Amigos	30,0	36,8	22,2	25,1	23,0	30,3
Tratamento de Saúde	8,3	6,2	9,8	5,3	7,2	6,3
Lazer	16,1	16,7	9,2	21,3	16,6	19,3
Outros	5,7	-	2,0	0,6	4,3	3,1
Total	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0

Fonte: PARANÁ/SETU (2007)

Notas: - = o dado é desconhecido;  
e = estimativa.

A próxima questão teve por objetivo avaliar, na percepção dos visitantes, o atrativo turístico que mais se destaca na cidade. Os resultados constam da Figura 21.

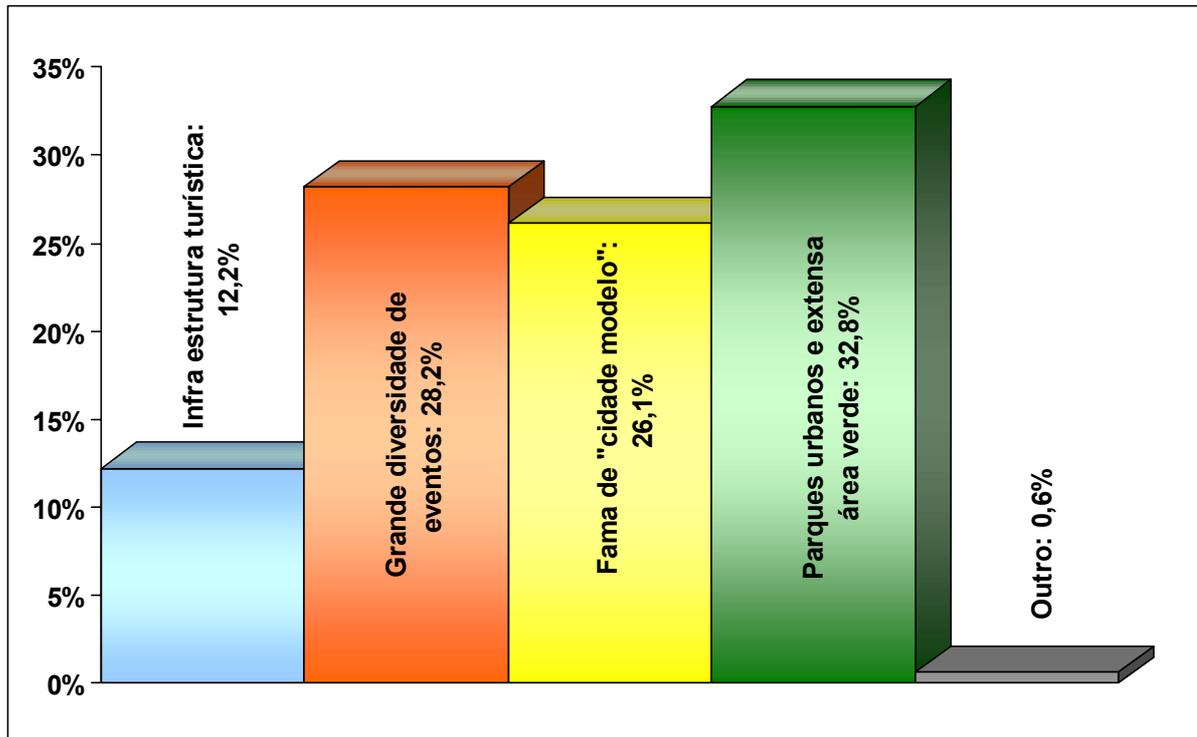


Figura 21 – Gráfico de proporcionalidade do maior atrativo de Curitiba segundo a percepção dos visitantes dos parques urbanos e áreas similares

Fonte: Elaborada com base na pesquisa de campo.

O expressivo percentual (32,8%) de participantes da pesquisa que afirma considerar como o maior atrativo da cidade a existência de extensa área verde e dos parques urbanos confirma o significativo potencial de atratividade turística que tais espaços conferem à cidade, um apelo que, ao longo do tempo, vem se tornando seu “cartão de visitas” (CMC, 2007).

Reforça-se, portanto, a necessidade de preservar esta característica marcante de Curitiba por meio de políticas públicas efetivas que priorizem a adoção de medidas e processos de planejamento dos parques urbanos que, de fato, contribuam significativamente para o fomento do turismo na cidade.

Todavia, 28,2% dos participantes da pesquisa mencionam a grande diversidade de eventos na cidade como maior atrativo. Tal resultado pode ser analisado e discutido a partir da visão da cidade como pólo de turismo de eventos e negócios, conforme já mencionado anteriormente. Essa característica da cidade para o turismo de negócios, segundo o Secretário do Instituto Municipal de Turismo,

Sr. Luiz de Carvalho<sup>34</sup>, vem sendo amplamente reconhecida e as diretrizes do governo municipal, hoje, visam “reafirmar a condição de Curitiba para o turismo de negócios, destacando-se também nos últimos anos como sede para grandes eventos internacionais” (PMC, 2007, p.1).

Na avaliação de 26,1% dos participantes da pesquisa, o maior atrativo de Curitiba é sua fama de “cidade-modelo”, rótulo que a cidade vem mantendo a partir de intervenções urbanísticas peculiares, como, por exemplo, o Plano Agache, criado em 1943, no qual, segundo Kirchner (2006, p.18), “já era proposta a criação de parques e a arborização de ruas e avenidas”.

A seguir, em 1965, tem-se o Plano Serete<sup>35</sup>, quando são desenvolvidos os principais projetos de transporte urbano, de restauração e conservação do patrimônio histórico e de implementação de áreas naturais voltadas ao lazer e à recreação – os parques e bosques.

Pretende-se, ainda, com a pesquisa, avaliar a forma mais comum pela qual o visitante tomou conhecimento das áreas verdes, parques e bosques da cidade. Os resultados obtidos mostram a situação identificada na Figura 22.

---

<sup>34</sup> Em palestra apresentada no 13º Salão Profissional de Turismo na Associação Brasileira de Agências de Viagens do Paraná (Abav-PR), realizado em Curitiba no dia 14 de abril de 2007.

<sup>35</sup> Plano desenvolvido em 1964 e implantado em Curitiba a partir da década de 1970, que tinha como base uma estrutura de desenvolvimento linear (Leste-Oeste e Norte-Sul), com eixos definidos pelas Vias Estruturais, onde se estabelece o transporte de massa apoiado em ônibus expressos circulando em canaletas exclusivas (OBA, 2004).

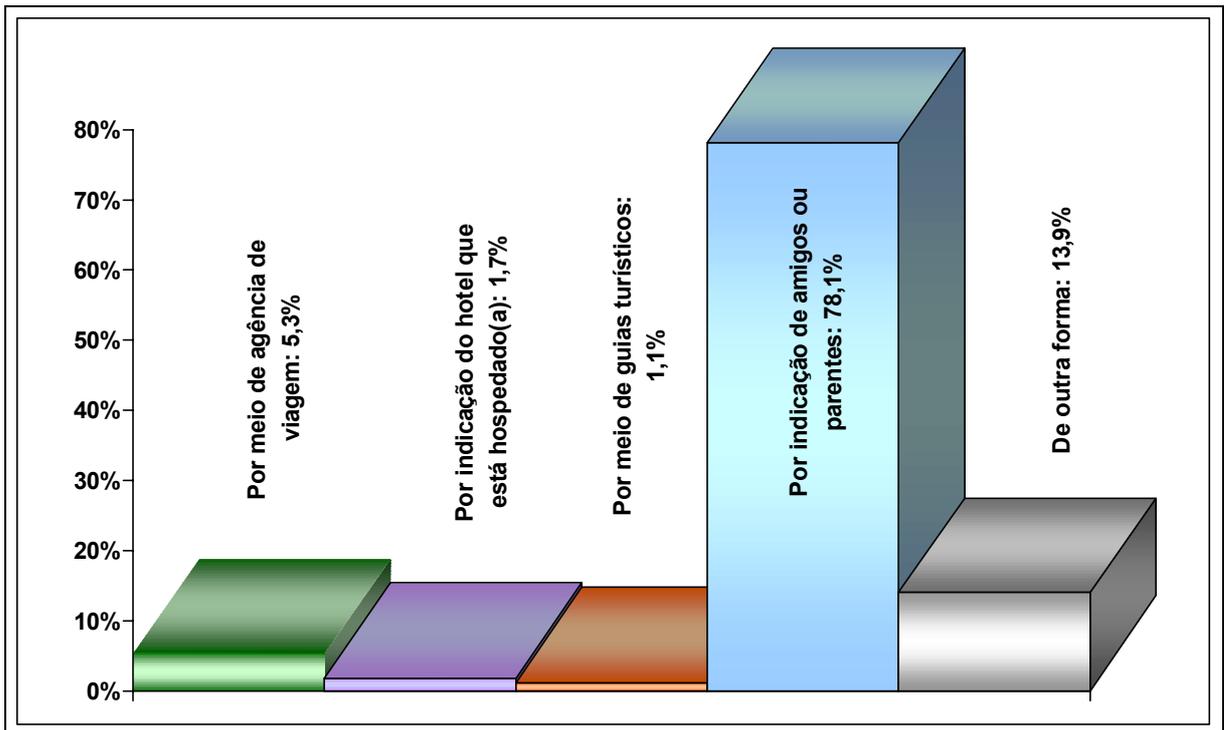


Figura 22 – Gráfico de proporcionalidade das formas de conhecimento dos parques e áreas similares pelos visitantes

Fonte: Elaborada com base na pesquisa de campo.

É interessante observar, também, que um alto percentual de pesquisados afirma ter tomado conhecimento da existência dos parques e áreas verdes por indicação de amigos ou familiares (78,1%), o que parece demonstrar a efetividade do que popularmente se conhece por “propaganda boca-a-boca” ou, mais modernamente, como “marketing direto” (CRESCITELLI; IKEDA, 2003).

De fato, a credibilidade incontestável de conhecidos faz com que o visitante não apenas venha à cidade, mas também busque os atrativos turísticos recomendados.

Das demais opções fornecidas no questionário quanto à forma de conhecimento dos locais mencionados, nenhuma delas apresenta percentuais mais significativos, salientando-se, porém, que 13,9% dos visitantes pesquisados assinalou a opção “de outra forma”, não tendo sido mais explícitos quanto ao significado desta afirmativa, o que sugere que tenham conhecido tais atrações por meio da mídia, dentre outras alternativas.

Na próxima questão, pretende-se avaliar, dentre os parques e áreas similares da cidade, aqueles mais visitados, sendo relacionados apenas os mais

conhecidos. A pesquisa apresenta os dados constantes da Figura 23.

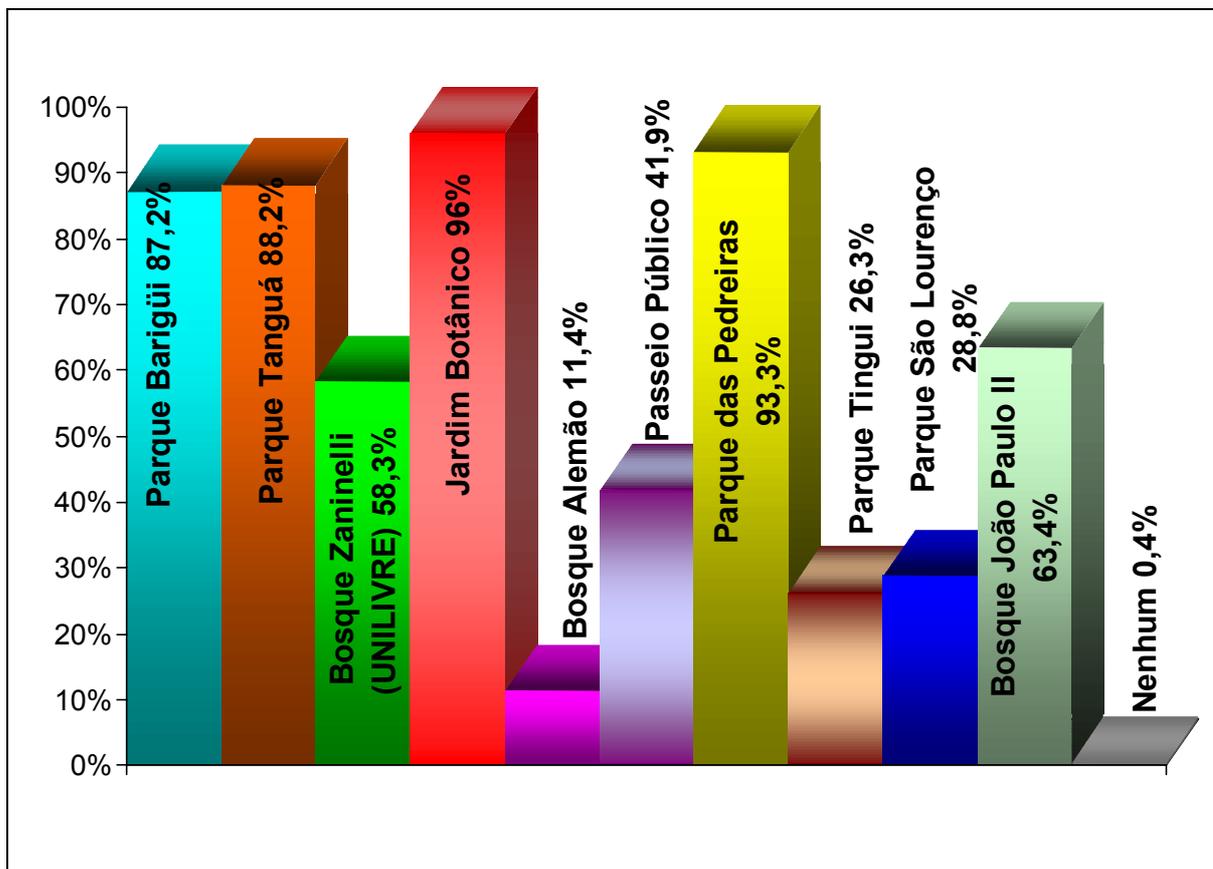


Figura 23 – Gráfico de proporcionalidade de visitas dos parques urbanos e áreas similares

Fonte: Elaborada com base na pesquisa de campo.

O Jardim Botânico, considerado um dos “cartões postais” mais característicos da cidade, é citado pela maior parte dos entrevistados (96,0%) como o local mais visitado, constituído pelo Jardim Botânico propriamente dito, por uma estufa com exemplares da flora brasileira e pelo Museu Botânico, com espaços para exposições, pesquisas sobre flora, biblioteca e auditório, dentre outros.

Todavia, também uma significativa parcela dos participantes da pesquisa cita o Parque das Pedreiras – local que reúne, em um só espaço, a Pedreira Paulo Leminski e o Teatro Ópera de Arame – como um dos espaços turísticos mais visitado. Acerca destes resultados, duas considerações podem ser colocadas. A primeira refere-se ao bom resultado obtido pela mídia na divulgação desses locais, reconhecidos até internacionalmente como cenários típicos da cidade; a segunda, relaciona-se com a sua própria arquitetura que, pela criatividade das soluções

empregadas, faz com que turistas de variadas origens procurem conhecê-los.

Os índices estatísticos de visitação dos parques e áreas similares da cidade estabelecidos pela Embratur e Ministério do Turismo (2007, p.1) mostram resultados bastante semelhantes aos encontrados neste estudo, assinalando que o Parque Barigüi, por exemplo, “com 1,4 milhão de metros quadrados de área, é um dos maiores parques da cidade e, seguramente, o mais freqüentado”.

No que diz respeito à facilidade com que os visitantes podem chegar às áreas verdes da cidade, é necessário que se avalie também como se dá seu acesso, tendo-se, assim, que se considerar como são mantidos e conservados elementos como vias e sinalização existente. Os dados obtidos junto aos participantes da pesquisa relacionados a este aspecto são apresentados na Figura 24.

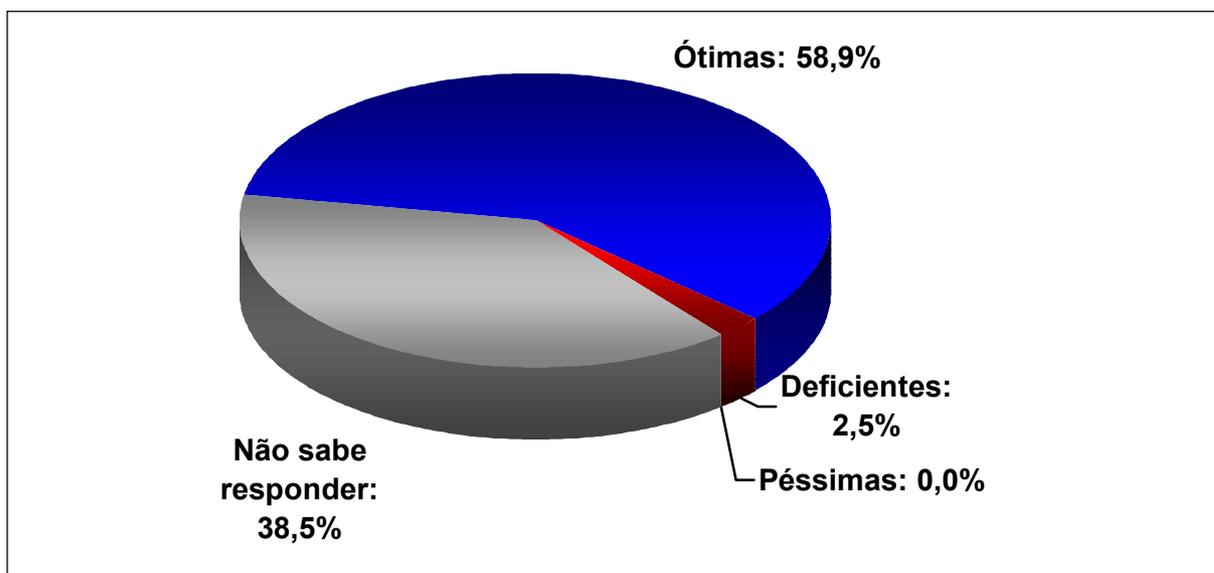


Figura 24 – Gráfico de proporcionalidade das condições das vias e sinalização de acesso aos parques urbanos e áreas similares conforme a opinião dos visitantes

Fonte: Elaborada com base na pesquisa de campo.

As condições das vias de acesso e a existência de sinalização adequada para que os visitantes cheguem aos parques são elementos essenciais para que os mesmos sintam-se adequadamente recebidos pela estrutura turística disponível. Os resultados obtidos nesta questão mostram que a maior parte dos pesquisados (58,9%) avalia positivamente estes elementos, o que sugere que a sua gestão é satisfatória.

No que diz respeito à sinalização turística, em 2006 a Prefeitura Municipal de Curitiba implantou um sistema que, além de atender aos moradores da cidade, prioriza também as orientações aos turistas. Segundo o Sr. Luiz de Carvalho, secretário do Instituto Municipal de Turismo<sup>36</sup>, a sinalização existente até então orientava o visitante de acordo com o bairro; o turista, porém, se orienta por atrativo. Assim, a sinalização turística da cidade passou a obedecer a este preceito. Constitui-se, principalmente, de placas indicativas em dois idiomas (português e inglês) com a presença de pictogramas (desenhos que representam cada ponto turístico) reconhecidos internacionalmente, em conformidade com o estabelecido no Guia Brasileiro de Sinalização Turística<sup>37</sup> (PMC, 2007a).

O alto percentual (38,5%) para a opção “não sabe responder”, por sua vez, sugere que, por serem de outros locais de origem, os visitantes não se sentem aptos a responder a questão por não conhecerem, na prática, o trajeto de acesso aos parques e, assim, não se sentem habilitados a avaliar as condições das vias de acesso aos mesmos.

Não basta, porém, dispor de condições adequadas das vias de acesso e de sinalização. Para que o visitante possa, de fato, desfrutar dos atrativos turísticos de uma cidade é necessário, também, que a sua infra-estrutura obedeça aos critérios de qualidade necessários para que a visita represente uma experiência agradável. Os dados obtidos nesta questão são ilustrados na Figura 25.

---

<sup>36</sup> Em entrevista divulgada pela Secretaria Municipal de Comunicação Social da Prefeitura Municipal de Curitiba em 07 de março de 2006 (PMC, 2007a).

<sup>37</sup> Elaborado pelo Departamento Nacional de Trânsito (Denatran), Instituto Brasileiro de Turismo (Embratur) e Instituto do Patrimônio Histórico e Artístico Nacional (Iphan). (BRASIL/MINISTÉRIO DO ESPORTE E TURISMO, 2007).

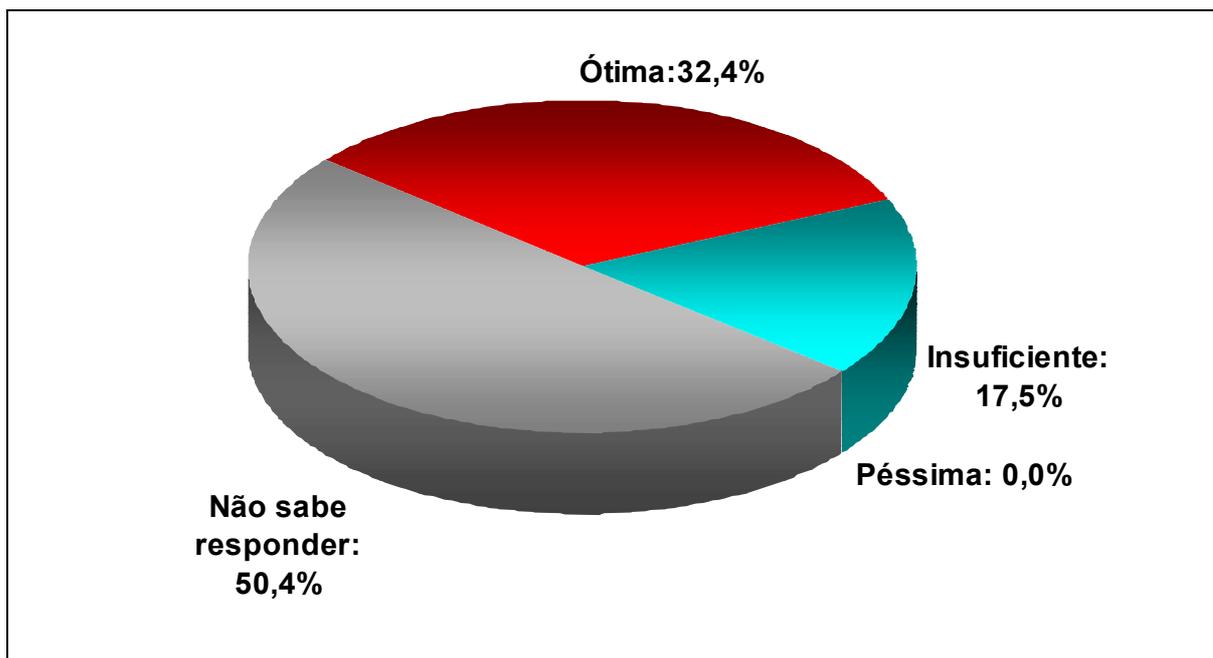


Figura 25 – Gráfico de proporcionalidade das condições da infra-estrutura existente nos parques urbanos e áreas similares segundo a opinião dos visitantes

Fonte: Elaborada com base na pesquisa de campo.

A infra-estrutura disponível nos parques e demais áreas em análise, considerando-se, inclusive, as condições e manutenção das instalações, bem como o nível de segurança ofertado aos visitantes, é considerada ótima por apenas 32,4% dos visitantes pesquisados, embora uma importante parcela (50,4%) não tenha sabido responder a esta questão. Este elevado percentual pode ser devido ao fato de que estes visitantes tenham preferido não manifestar sua opinião quanto à infra-estrutura das áreas visitadas por não terem tido, ainda, a oportunidade de conhecer suficientemente aqueles espaços e, assim, não sentirem-se aptos a formar juízos de valor.

Para 17,5%, porém, as condições gerais da infra-estrutura são consideradas insuficientes, o que deve servir como alerta para a necessidade de avaliação mais rigorosa da administração dessas áreas dos aspectos que demandam maior atenção.

Cabem, aqui, as seguintes considerações feitas por Kirchner (2006, p.2) em seu estudo sobre a revitalização dos parques urbanos em Curitiba:

A cidade é palco de relações intensas e está em constante processo de mudança, acarretando às áreas públicas, como elementos de sua paisagem, conseqüências negativas que podem causar interferências significativas no planejamento urbano. O processo de expansão das cidades determinou alterações significativas a muitos destes espaços, tanto em termos físicos quanto estruturais, fazendo com que perdessem suas funções originais no decorrer dos anos e tivessem seus equipamentos degradados e alterados.

No entanto, tais áreas públicas, como os parques urbanos, representam não apenas atrativos turísticos, mas também espaços que guardam a identidade cultural da população local e elementos constitutivos do ambiente natural da região que influenciam positivamente na qualidade de vida das pessoas. Dada tal importância, é necessário, portanto, que sua conservação, manutenção e, sempre que necessária, sua revitalização, sejam alvos de atenção constante da gestão municipal que, a partir de um processo de planejamento urbano amplo e participativo, busque resgatar estes espaços para usufruto da comunidade.

Sendo Curitiba reconhecida internacionalmente pela qualidade de seu transporte urbano, na questão seguinte procura-se identificar a percepção dos visitantes acerca dos meios de locomoção utilizados para acesso às áreas visitadas (Figura 26), avaliando se a sua expectativa com relação a este item é comumente atendida.

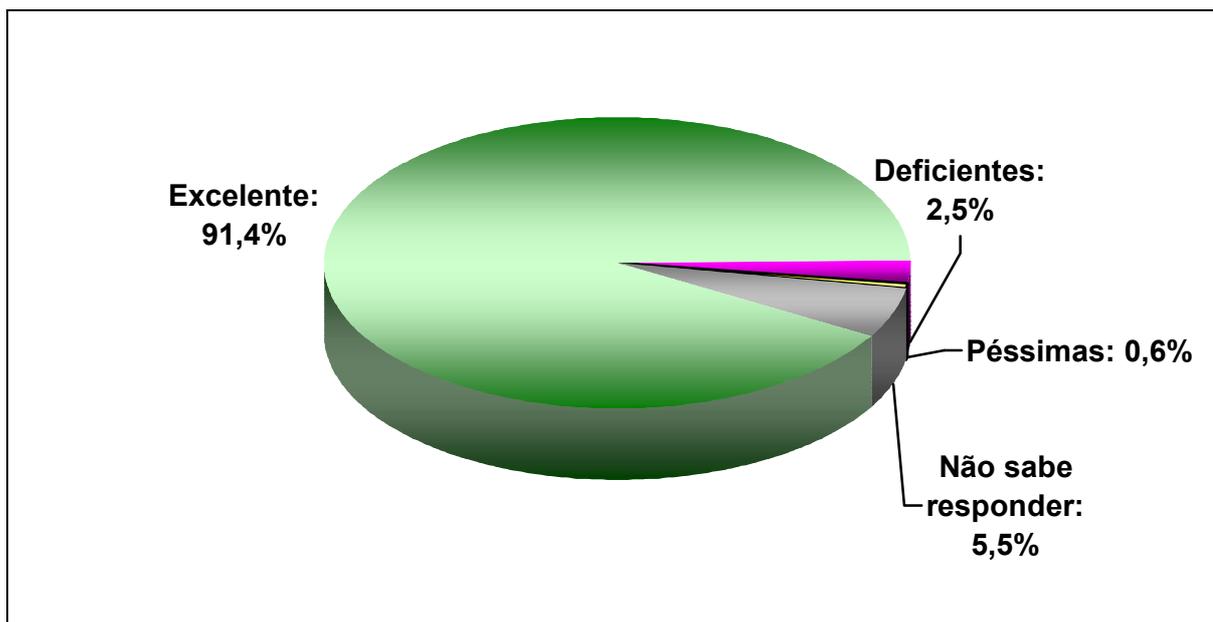


Figura 26 – Gráfico de proporcionalidade das condições dos meios de locomoção para acesso aos parques urbanos e áreas similares segundo a opinião dos visitantes

Fonte: Elaborada com base na pesquisa de campo.

Os resultados demonstram que os meios de transporte urbano suprem de forma adequada às necessidades e expectativas dos visitantes, tendo em vista o alto percentual (91,4%) de pesquisados que os avalia como “excelente”. Os demais percentuais assinalam que 5,5% dos pesquisados não soube responder à questão e 2,5% avalia as condições dos meios de locomoção de acesso aos parques como “deficientes”, proporção que, embora possa ser considerada baixa, demonstra que este componente da infra-estrutura da cidade necessita ser constantemente reavaliado pelo órgão gestor.

As formas de divulgação pela mídia dos parques e áreas verdes da cidade são avaliadas pelos visitantes da maneira expressa na Figura 27.

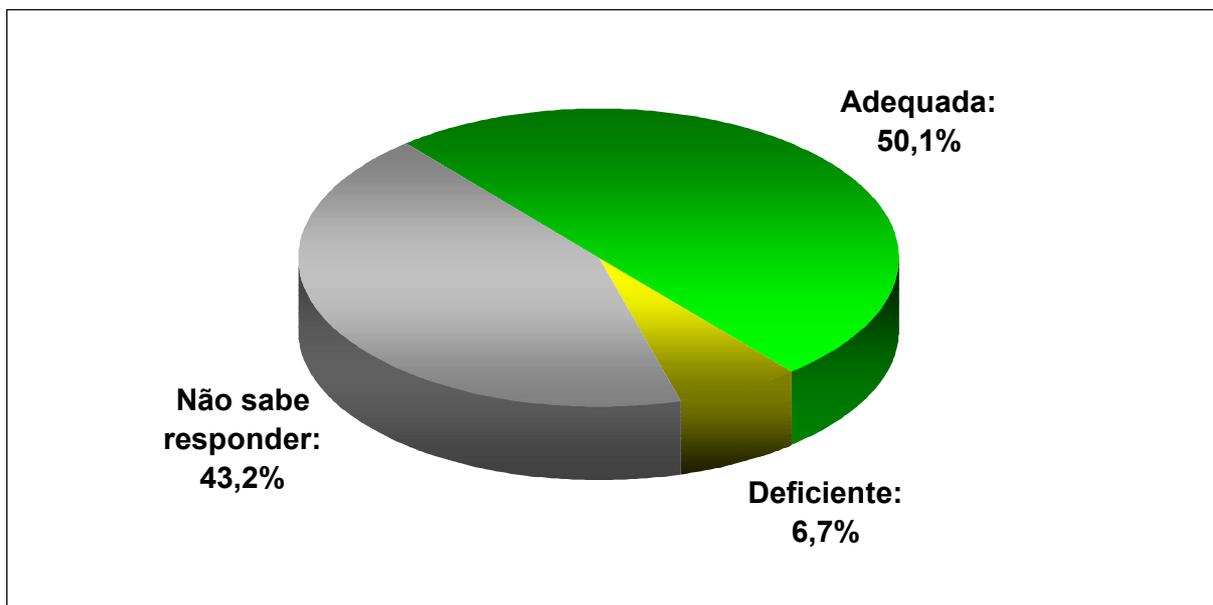


Figura 27 – Gráfico de proporcionalidade das formas de divulgação dos parques e áreas similares segundo a opinião dos visitantes

Fonte: Elaborada com base na pesquisa de campo.

O expressivo percentual (50,1%) de visitantes que avaliam as ações de marketing e de divulgação dos parques e áreas similares de Curitiba como “adequadas” reflete o resultado de programas de governo que investiram na construção da imagem da cidade e na divulgação de seus atrativos turísticos em nível nacional e internacional. Esta imagem foi sendo construída ao longo do tempo, conforme o gradual crescimento demográfico e a consolidação da industrialização; já por volta das décadas de 1920 a 1940, surgiu a necessidade de implementação do processo de planejamento urbano, que, por esta época, ainda se resumia a ações para a melhoria e embelezamento da cidade e, conforme assinala Pereira (1993, p.8), associado o conceito de “cidade bela”. Como já comentado, em 1943, com a elaboração do Plano Agache, se previa a criação de parques e arborização de ruas e avenidas. Alguns elementos do plano são visíveis ainda hoje na paisagem urbana da cidade, como, por exemplo, o Parque Barigüi, que já era pensado como um dos pontos principais de lazer e recreação para a população curitibana (MULLER, 2004).

Em 1965, com o desenvolvimento do Plano Diretor de Curitiba, conhecido como Plano Serete, implementado somente a partir de 1971, tem-se a “criação de uma imagem fortemente positiva para a cidade” (MULLER, 2004, p.52).

Com a sua progressiva implementação, foram introduzidas importantes mudanças na estrutura da cidade, tendo sido criada a Cidade Industrial de Curitiba (CIC) e instalados alguns parques e bosques com o objetivo de proteger a várzea de ocupações irregulares, conter a inundação freqüente de determinadas áreas e ainda oferecer áreas de lazer para a população. Nos anos 1980, o planejamento da cidade fundamentou-se em maior consciência ambiental dos urbanistas, que manifestou-se de várias formas, a exemplo da criação de vários outros parques e bosques. Desde essa época, a cidade passa a ser conhecida como a “Capital Ecológica”, já que seu planejamento urbano esteve pautado na gestão de uma cidade ambientalmente correta (OLIVEIRA, 2000), embora ainda permaneçam interferências a serem mitigadas e espaços a serem conservados.

Ao final dos anos 1980 e início da década de 1990, foi enfatizado um modelo de planejamento urbano voltado à estética, com valorização do meio ambiente e promoção do turismo, tendo como eixo principal a política e a educação ambiental e a criação de mais parques e bosques. Isso consolidou a idéia de uma cidade “verde”, que atuou positivamente na sua imagem (MULLER, 2004). A partir do ano 2000, a cidade passa por uma nova fase do seu processo de planejamento, com ênfase no discurso socialista, passando a ser denominada de “Capital Social”. Conforme Muller (2004, p.57), “Desta forma o funcionalismo, o ecologismo e o culturalismo transformaram a paisagem de Curitiba, fazendo dela uma cidade nacional e internacionalmente conhecida”. A divulgação da cidade e de seus atrativos foi, portanto, seguindo os passos de cada um dos planos de urbanização adotados nas diferentes gestões que se seguiram, consolidando a imagem da cidade a partir do enfoque que cada administração pretendia reforçar em função das necessidades sociais e políticas que se apresentavam naquele momento.

A seguir, tem-se a interpretação dos visitantes pesquisados quanto aos aspectos positivos da área ou parque visitado que mais lhes despertou a atenção, sendo os resultados ilustrados pela Figura 28.

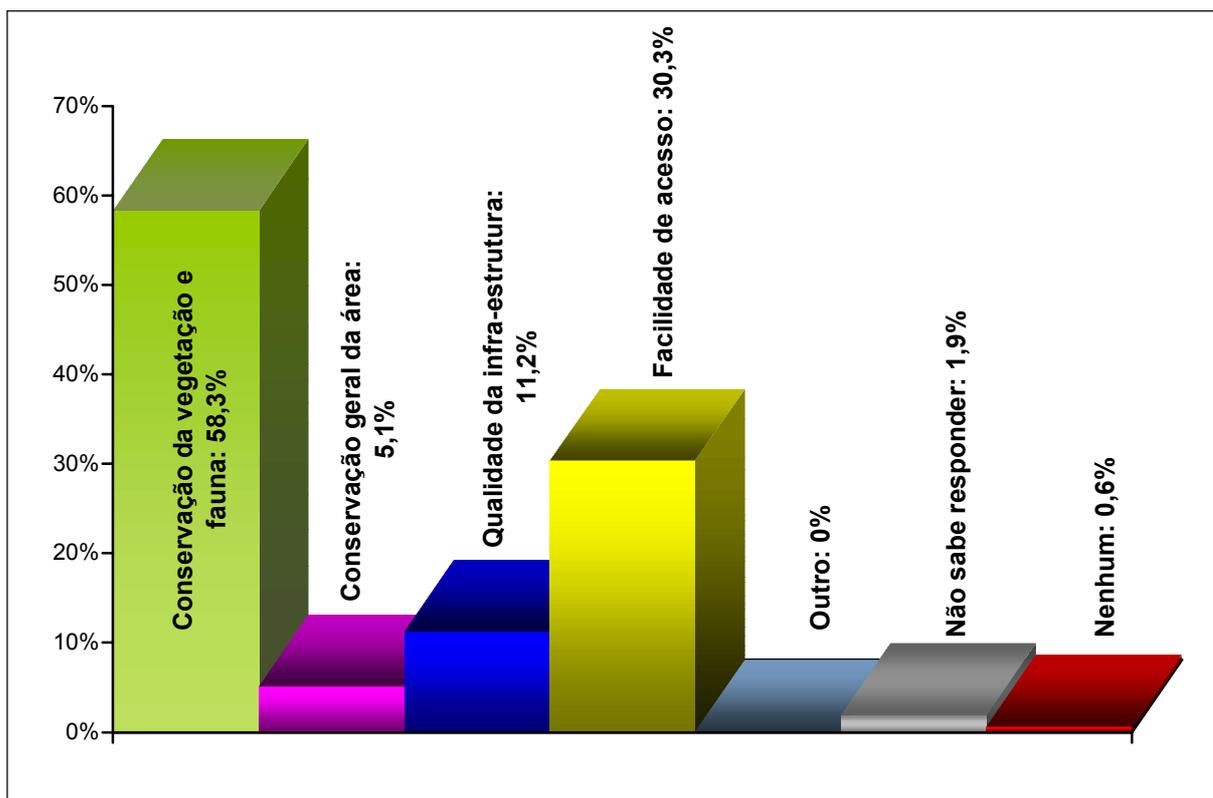


Figura 28 – Gráfico de proporcionalidade do aspecto positivo do parque ou área similar visitada que mais despertou a atenção dos visitantes

Fonte: Elaborada com base na pesquisa de campo.

Os resultados obtidos nesta questão sugerem que o enfoque à conservação do meio ambiente dado pelo planejamento urbano de Curitiba ao longo dos anos parece ter surtido o efeito desejado, já que 58,3% dos visitantes assinalam como aspecto positivo que mais lhes chamou a atenção, justamente a conservação da vegetação e da fauna nos locais visitados.

Também um percentual expressivo dos pesquisados (30,3%) aponta que o fator positivo mais destacado é a facilidade de acesso, supondo-se, assim, que as ações voltadas para a qualidade do sistema de transporte e sinalização urbana vêm cumprindo com seus objetivos. Para 11,2% dos visitantes, a qualidade da infra-estrutura do local merece maior destaque.

Destes dados, pode-se inferir que a atuação da gestão municipal parece cumprir, pelo menos em parte, os objetivos de manutenção e conservação ambiental que devem nortear a administração destes espaços. Adaptações e mudanças no

trajeto de aplicação de um plano de gestão urbana, porém, devem ser periodicamente reavaliadas, a fim de garantir que as expectativas de manter a qualidade de tais atrativos turísticos sejam atendidas.

O mesmo também ocorre com relação à facilidade de acesso assinalada pelos visitantes, o que sugere que as ações administrativas voltadas para este aspecto vêm apresentando resultados satisfatórios, sendo, porém, indispensável que os órgãos gestores estejam atentos para a necessidade de inovações e de eventuais readaptações na estrutura já existente.

Conforme salienta Kirchner (2006, p.10), “os parques fazem parte do processo de criação da paisagem. [...] tendo, assim, a sua função estética interagindo com seu entorno, isto é, com a arquitetura dos aglomerados urbanos”. Assim, estes espaços devem acompanhar as alterações das cidades, suas mudanças e novas funções.

Spirn (1995) ressalta que, a seu ver, os parques deveriam ter mais de uma função; no entanto, é comum que, com o passar do tempo, algumas atividades iniciais deixem de ser praticadas em sua área, seja devido a mudanças em seu entorno e que fazem com que estas não sejam mais adequadas ao público que frequenta aquele espaço, seja por falta de investimentos ou atenção dos órgãos municipais responsáveis pela sua gestão. Cabe, nesses casos, implementar planos de revitalização, a fim de recuperar e manter a identidade cultural da cidade.

Em contrapartida, tem-se os aspectos negativos que mais chamaram a atenção dos participantes da pesquisa durante a visita às áreas visitadas (Figura 29).

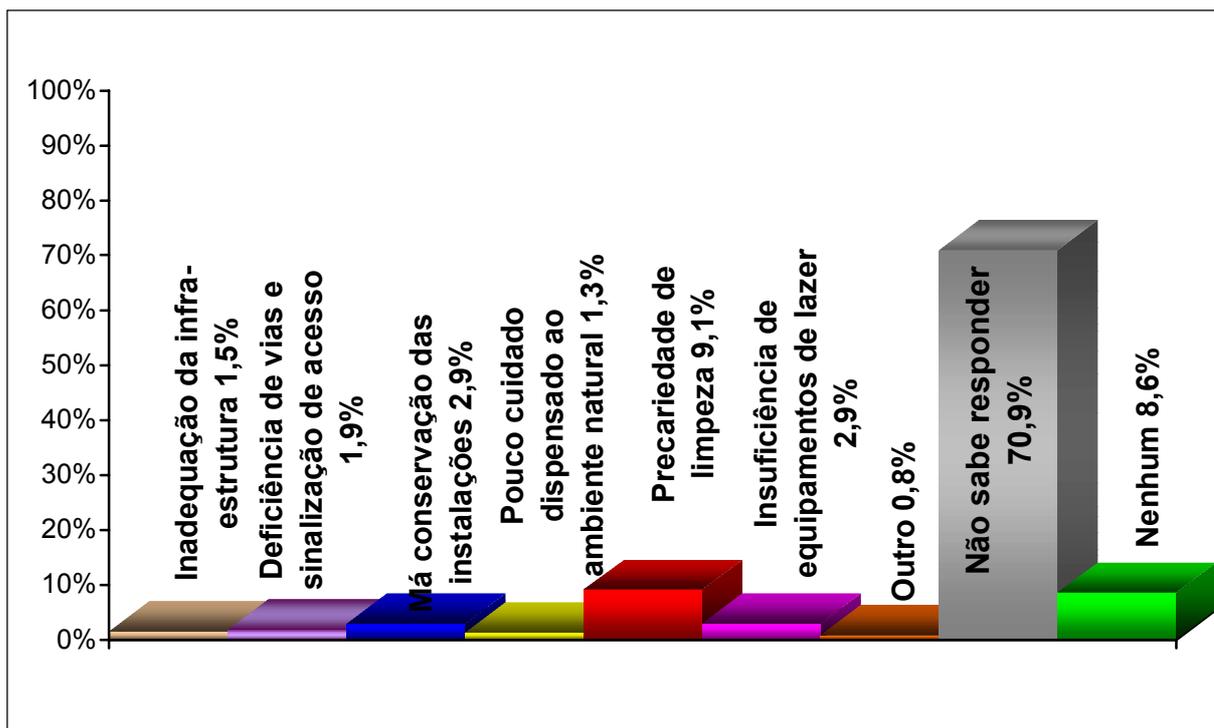


Figura 29 – Gráfico de proporcionalidade de não atendimento às expectativas dos visitantes dos parques e áreas similares

Fonte: Elaborada com base na pesquisa de campo.

O alto percentual de visitantes que afirmou “não saber responder” (70,9%) parece demonstrar que, embora alguns aspectos da estrutura ou da condição geral dos parques possam apresentar deficiências, na percepção desses visitantes isso assume pouca significância, já que não interfere na sua avaliação de satisfação sobre aqueles espaços.

Vale mencionar que a variável “limpeza” (9,1% das respostas) refere-se às condições de higiene tanto dos espaços abertos quanto das instalações de uso público, como sanitários. Mesmo que o percentual de visitantes que assinalou esta opção seja baixo, isso pode servir como um alerta para que sua manutenção e conservação recebam atenção suplementar.

A manutenção e conservação dos parques e áreas similares em Curitiba são de responsabilidade do Departamento de Parques e Praças e do Departamento de Limpeza Pública, da Secretaria Municipal de Meio Ambiente. Segundo informa o Sr. Maurício Dobjanski<sup>38</sup>, em entrevista concedida ao site do Curso de Engenharia

<sup>38</sup> Engenheiro agrônomo e chefe do Departamento de Produção Vegetal da Secretaria Municipal do Meio Ambiente de Curitiba.

Florestal da Universidade Federal do Paraná, o Departamento de Parques e Praças é diretamente responsável pelos parques, praças, jardins e outros logradouros. É dividido em Gerência de Parques e Bosques e Gerência de Praças (UFPR, 2007).

Os parques fazem parte da relação de logradouros considerados como unidades de conservação (UC's), conforme menciona a Secretaria Municipal do Meio Ambiente (SMMA), em seu Plano Municipal de Controle Ambiental e Desenvolvimento Sustentável, de agosto de 2006 (SMMA, 2006).

As UC's, por sua vez, constam da relação oficial dos logradouros do Departamento de Parques e Praças, cadastradas no "Sistema Parques" sendo, portanto, integrantes do Sistema Municipal de Unidades de Conservação do Município. A manutenção de tais Unidades vem sendo realizada ao longo dos anos através da Gerência de Conservação e Manutenção do Departamento de Parques e Praças, que conta com equipes próprias constituídas por funcionários municipais, máquinas, caminhões e equipamentos (IPPUC, 2007).

Como já comentado, a preservação e a conservação do meio ambiente e, em particular, das áreas verdes, estão previstas em legislação municipal (a exemplo da Lei Municipal Nº 7.447, de 18 de abril de 1990)<sup>39</sup> e é, conforme a Prefeitura Municipal de Curitiba (PMC, 2007), um dos mais importantes instrumentos da política municipal de meio ambiente e saneamento.

A conservação e manutenção das áreas abertas dos parques e áreas similares são feitas mediante varrições manuais e mecânicas, limpeza e remoção de galhos e folhas secas nas vias públicas, limpeza, plantio e corte periódico de grama e poda de árvores e arbustos de grande porte. O gerenciamento desses serviços é de responsabilidade da Gerência de Conservação e Manutenção do Departamento de Parques e Praças da Secretaria Municipal de Meio Ambiente, que conta com equipes constituídas por funcionários municipais, máquinas, caminhões e equipamentos (SMMA, 2006).

Considerando-se que uma cidade só é adequada para o turista se for boa para o seu cidadão e que o turista só recomenda e volta à cidade se houver receptividade e bom atendimento, procura-se identificar se as expectativas dos visitantes pesquisados foram, de fato, atendidas quando de sua visita aos parques

---

<sup>39</sup> Dispõe sobre a política de proteção, controle, conservação e recuperação do meio ambiente e dá outras providências (CMC, 2007).

(Figura 30).

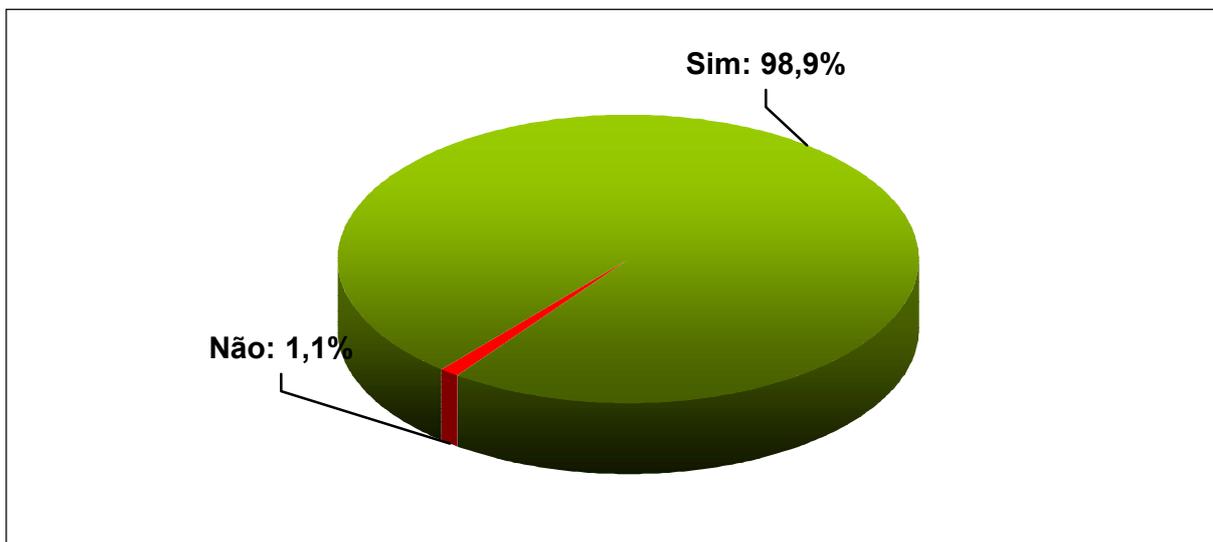


Figura 30 – Gráfico de proporcionalidade de atendimento às expectativas dos visitantes dos parques e áreas similares

Fonte: Elaborada com base na pesquisa de campo.

Um significativo percentual (98,9%) de pesquisados afirma que suas expectativas quanto à visita feita aos parques foram atendidas. Isso se deve ao fato de que a visita feita ao local constitui-se em um passeio para o qual as pessoas costumam ir apenas com a intenção de desfrutar do local escolhido e de se divertir, desvinculadas de comportamentos críticos.

Por fim, tem-se a avaliação da satisfação com a visita ao local como indutora da recomendação pelo participante da pesquisa da visita a amigos e familiares (Figura 31).

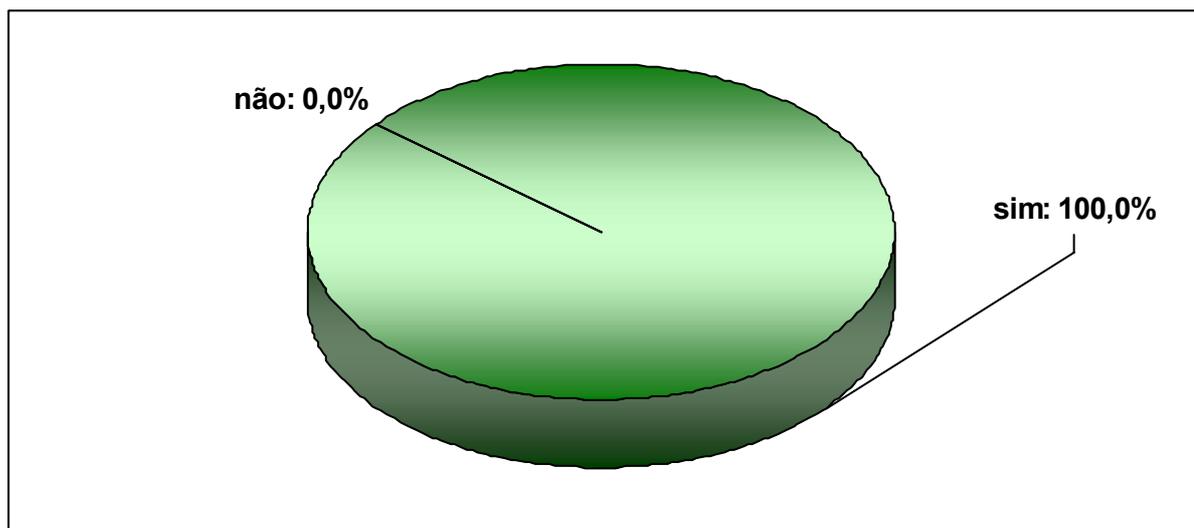


Figura 31 – Gráfico de proporcionalidade de recomendação da visita aos parques e áreas similares pelos visitantes

Fonte: Elaborada com base na pesquisa de campo.

Os dados confirmam o atendimento das expectativas dos visitantes assinalado na questão anterior, uma vez que a totalidade destes afirma que recomendaria a visita a amigos e parentes, o que demonstra sua satisfação com a visita.

Os resultados obtidos com a realização da pesquisa de campo sugerem que a infra-estrutura atualmente disponível nos parques urbanos e áreas similares está, de modo geral, em conformidade com as expectativas dos visitantes, embora tenha sido citado um aspecto negativo de grande relevância – e que, por consequência, deveria ser alvo de ações institucionais para sua solução – a inexistência ou deficiência de equipamentos de lazer e para a prática de exercícios físicos.

Outro aspecto que merece ser citado consiste na divulgação ineficiente dos parques e das áreas verdes urbanas, conforme mencionado por parcela significativa dos entrevistados. Tal condição sinaliza para a necessidade de ações mais específicas nesse sentido, preferencialmente adotadas em conjunto pelo poder público e pela iniciativa privada.

Portanto, se, por um lado, as ações de gerenciamento e de planejamento das áreas visitadas parecem estar sendo conduzidas adequadamente, deve-se ter em mente que o visitante, seja ele morador local ou turista, é exigente em função de

disponibilizar seus recursos financeiros para se deslocar a determinados locais com o intuito de desfrutar de suas horas de lazer. Assim, qualquer planejamento consistente, que vise fomentar o turismo e manter o interesse dos visitantes nos atrativos turísticos que a localidade oferece, deve, obrigatoriamente, cumprir as diretrizes estabelecidas pelo órgão gestor, que, por sua vez, deve pautar suas ações nas necessidades e expectativas dos visitantes, muitas vezes até mesmo antecipando-se a elas.

## 4.2 PERCEPÇÃO DE HÓSPEDES DE HOTÉIS DA CIDADE

Conforme já citado, como forma de ampliar o alcance dos resultados da pesquisa de campo realizada junto aos visitantes dos parques e áreas similares e com o intuito de obter informações ainda mais amplas acerca dos objetivos do estudo, também optou-se pela avaliação da percepção de hóspedes em visita à cidade.

Com a coleta de dados sob diferentes perspectivas, acredita-se ampliar as possibilidades de se obter informações ainda mais condizentes com a realidade atual sobre a efetividade do planejamento e do gerenciamento dos parques urbanos e áreas similares como fator de fomento ao turismo na cidade de Curitiba.

A pesquisa realizada junto à amostra constituída pelos hóspedes participantes da pesquisa inicia-se a partir da sua identificação por meio das variáveis: gênero, idade, renda e nível de escolaridade, com vistas à melhor caracterização daqueles indivíduos (Figura 32).

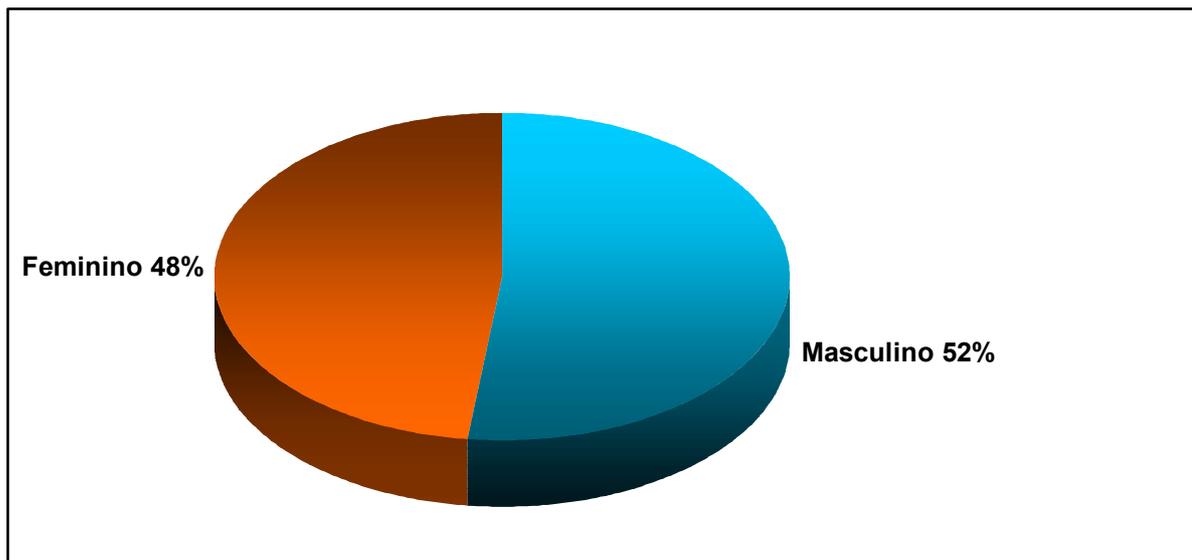


Figura 32 – Gráfico de proporcionalidade dos hóspedes segundo gênero

Fonte: Elaborada com base na pesquisa de campo.

Embora haja certo equilíbrio nos percentuais relativos ao gênero dos hóspedes entrevistados, a maioria é do sexo masculino (52%), muito próximo, portanto, do número de mulheres. Tal situação vem de encontro a dois fatores principais:

- a) a autonomia feminina e sua maior participação no mercado de trabalho, o que faz com que a mulher tenha de se deslocar para diferentes destinos para compromissos profissionais ou educacionais, além de poder contar com seus próprios recursos para visitar os locais que deseja ou necessita;
- b) a maior disponibilidade que uma nova organização familiar lhe confere, permitindo que possa viajar com maior frequência, seja sozinha ou acompanhando seus maridos, amigos ou familiares.

Na próxima questão, procura-se identificar os níveis de escolaridades dos participantes (Figura 33).

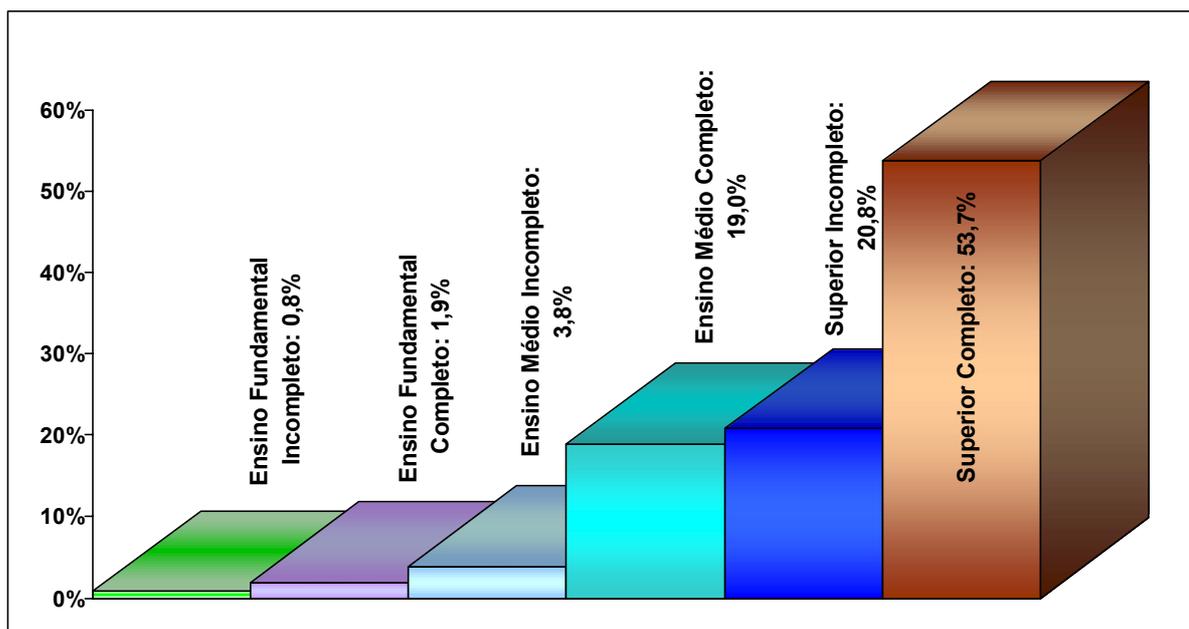


Figura 33 – Gráfico de proporcionalidade dos hóspedes segundo nível de escolaridade

Fonte: Elaborada com base na pesquisa de campo.

Os resultados obtidos nesta questão demonstram que a maior parte dos hóspedes pesquisados possui o nível superior de formação (53,7%), ou em curso (20,8%), seguidos daqueles que concluíram o ensino médio.

Tal situação reflete um resultado similar ao encontrado em outras pesquisas, como, por exemplo, a realizada pelo Núcleo de Turismo e Hospitalidade (NTH) do Centro Federal de Educação Tecnológica de São Paulo em abril de 2007, na cidade de São Paulo. Realizada com 1790 paulistanos, teve o objetivo levantar de informações sobre as preferências do maior mercado consumidor de turismo do Brasil. Os resultados demonstram que indivíduos com maior nível de escolaridade valorizam mais as viagens do que aqueles com menos formação (CEFET-SP, 2007).

Finalizando a caracterização do perfil dos hóspedes entrevistados, no presente estudo procura-se identificar ainda o seu nível socioeconômico (Figura 34).

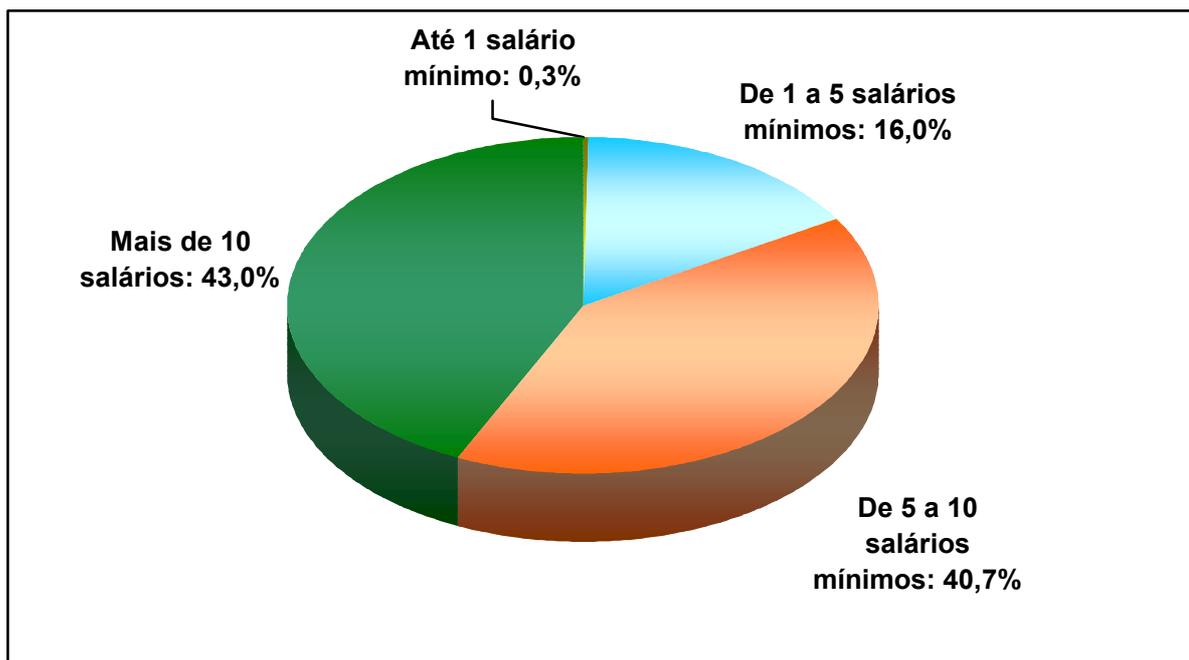


Figura 34 – Gráfico de proporcionalidade dos hóspedes segundo renda familiar

Fonte: Elaborada com base na pesquisa de campo.

De modo geral, a renda familiar informada pelos hóspedes mostra-se compatível com os resultados esperados. O alto percentual de hóspedes que declarou renda superior a 10 salários mínimos (43%) e de 5 a 10 salários mínimos (40,7%) pressupõe indivíduos que podem dispor, com alguma tranquilidade, de recursos monetários para deslocar-se, seja por motivo de lazer ou negócios, por exemplo, sem onerar demais seus orçamentos familiares.

A mensuração de despesas com turismo (inclusive as despesas com viagens e hospedagens), lazer e recreação realizada por meio de um novo software<sup>40</sup> desenvolvido pelo Ibope (Instituto Brasileiro de Opinião Pública e Estatística), assinala que, no Brasil, as classes A e B respondem por mais de 60% dos gastos totais nestes três setores (IBOPE, 2007).

Ainda, ao analisar-se essa situação e tendo em vista que Curitiba é reconhecidamente uma cidade onde o segmento de turismo de negócios é mais prevalente, tais rendimentos remetem também à idéia de que esses indivíduos se

<sup>40</sup> *Pyxis* ("bússola" em grego), um software que analisa as despesas dos brasileiros com centenas de categorias de produtos e serviços nos 5.564 municípios do país e compatibiliza estes dados com o investimento publicitário realizado em diversas áreas monitoradas (IBOPE, 2007).

constituem, pelo menos em parte, de executivos do médio e alto escalão de empresas e encontram-se em Curitiba por motivos profissionais.

O próximo passo da pesquisa revela a motivação da estadia na cidade dos hóspedes pesquisados (Figura 35).

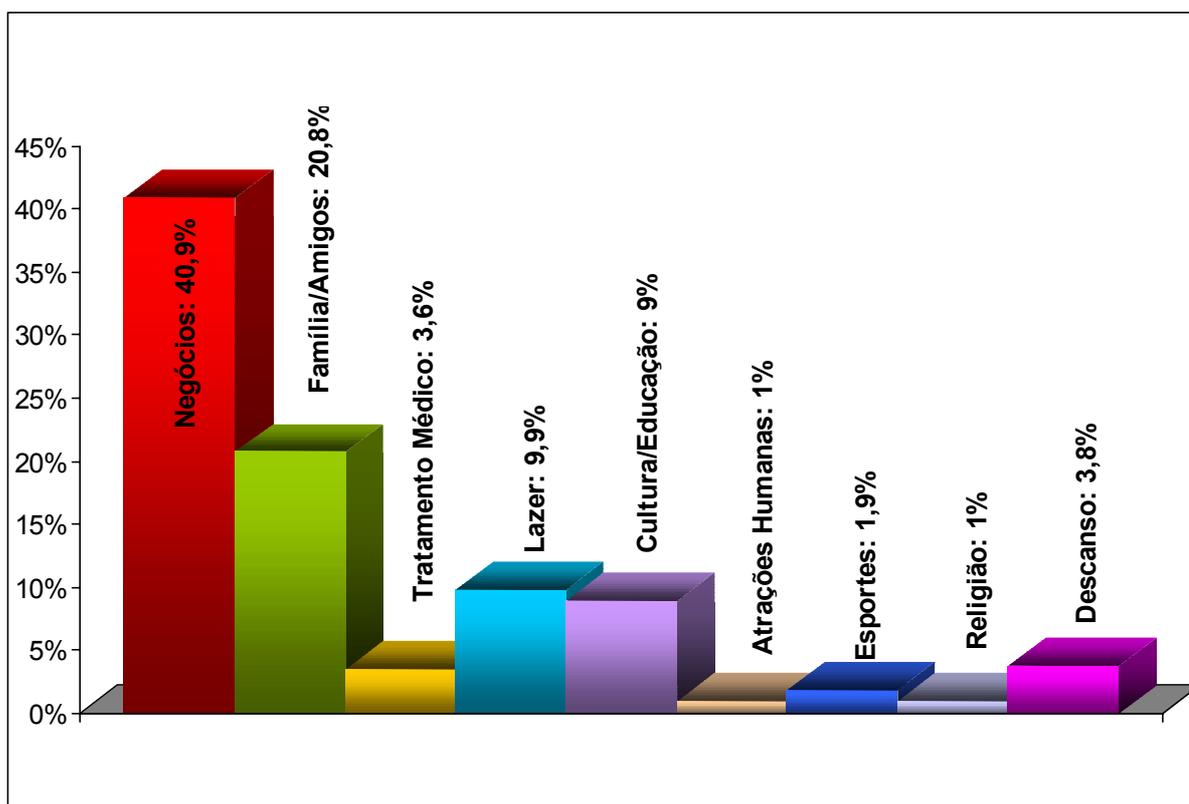


Figura 35 – Gráfico de proporcionalidade dos hóspedes segundo motivação da estadia

Fonte: Elaborada com base na pesquisa de campo.

Com esses dados, confirma-se a hipótese levantada nas considerações sobre os resultados apresentados no gráfico anterior. Ou seja, a maior parte dos pesquisados declara que sua estadia na cidade é motivada por negócios (40,9%), reafirmando a vocação de Curitiba para este segmento do turismo.

Em turismo de negócios e eventos, Curitiba é, hoje, citada como uma das capitais brasileiras que mais explora seu potencial no setor. Somente em 2006, a cidade abrigou cerca de 140 eventos nacionais e internacionais, segundo Revista Fator Brasil (2007).

Tais números, quando comparados aos percentuais de renda familiar e motivação da estadia, corroboram as afirmações anteriormente mencionadas nesse

estudo, permitindo caracterizar a maior parte dos hóspedes participantes dessa pesquisa como turistas de negócios.

Após a caracterização dos participantes, as questões seguintes têm por objetivo contextualizar a percepção dos hóspedes pesquisados sobre a cidade e seus atrativos representados, nesse estudo, pelos parques urbanos e áreas similares.

Os resultados apresentados na Figura 36 demonstram equilíbrio nos percentuais entre os participantes que declaram visitar a cidade pela primeira vez (51,6%) e daqueles que afirmam já terem visitado a cidade em outras ocasiões (48,4%). É possível se supor que a cidade e seus atrativos mantiveram o interesse daqueles que já a conheciam, a tal ponto que repetiram a visita.

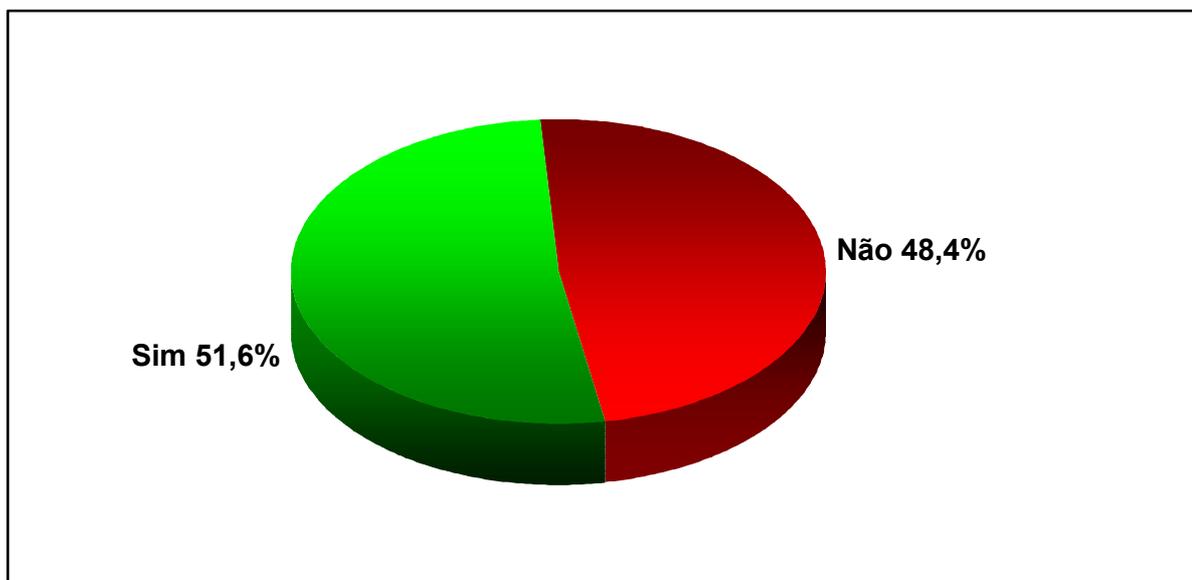


Figura 36 – Proporcionalidade de hóspedes que visitam a cidade pela primeira vez

Fonte: Elaborada com base na pesquisa de campo.

Com relação ao tempo médio de permanência dos participantes na cidade, os dados demonstram o cenário apresentado na Figura 37.

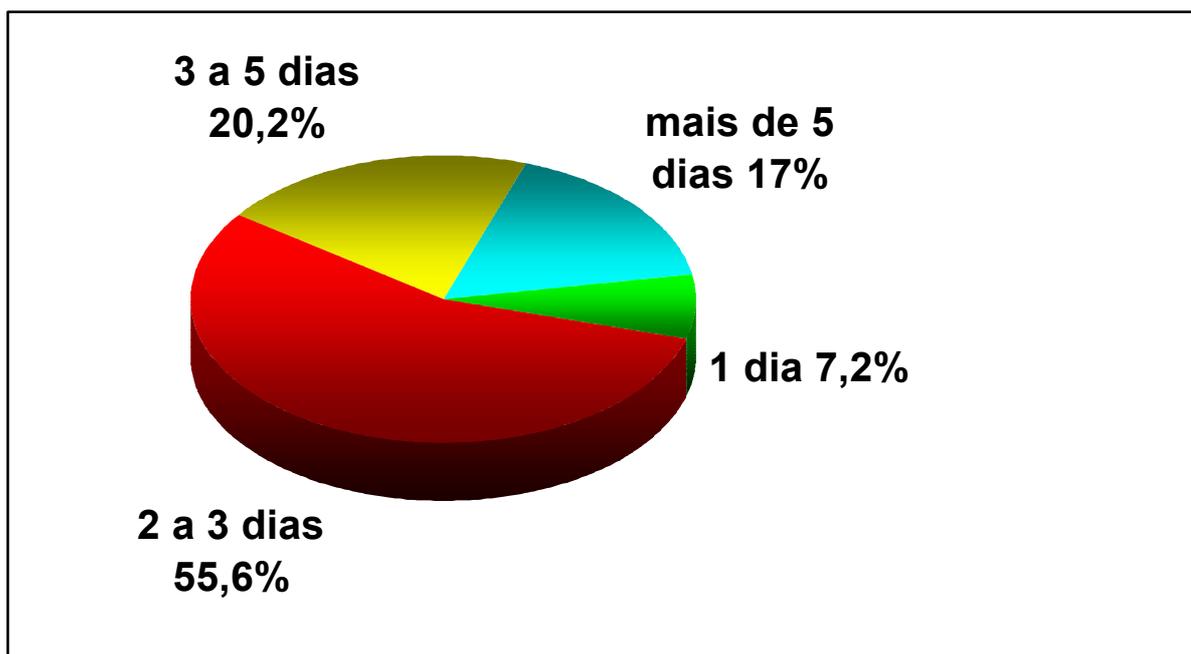


Figura 37 – Gráfico de proporcionalidade do tempo médio de permanência dos hóspedes pesquisados na cidade

Fonte: Elaborada com base na pesquisa de campo.

O tempo médio de permanência da maior parte (55,6%) dos hóspedes pesquisados foi 2 a 3 dias, seguidos daqueles cuja permanência foi um pouco maior, em média, de 3 a 5 dias (20,2%); apenas 17% dos hóspedes permanecem hospedado na cidade por mais de cinco dias.

Resultados semelhantes foram registrados por outras pesquisas, como, por exemplo, o Estudo de Turismo Receptivo, realizado pela Empresa Sergipana de Turismo, do estado de Sergipe, no período de 1980 a 2000, voltado ao tempo médio de permanência dos visitantes que se hospedaram em hotéis, pousadas e outros meios de hospedagem pagas naquele período. Os resultados apresentaram uma significativa variação, entre 2,5 a 4,7 dias, com média de tempo de permanência de 2,9 dias. Dados mais atuais, relativos ao ano de 2006 e divulgados pela mesma fonte, demonstraram que o visitante que se utiliza desses meios de hospedagem tenha um tempo de permanência médio de 3 dias (EMSETUR, 2006).

A esse respeito, vale salientar que, na equação da receita turística, o tempo de permanência média do visitante é reflexo da diversidade de opções de lazer, entretenimento e atividades oferecidas pelo destino.

Assim, para aumentar o tempo de permanência do visitante é necessário que os atrativos turísticos de um destino sejam adequadamente divulgados para que o visitante tenha a opção de prolongar sua estada.

A seguir, busca-se identificar o meio de locomoção utilizado pelos hóspedes participantes da pesquisa em seus deslocamentos pela cidade, cujos resultados podem ser visualizados na Figura 38.

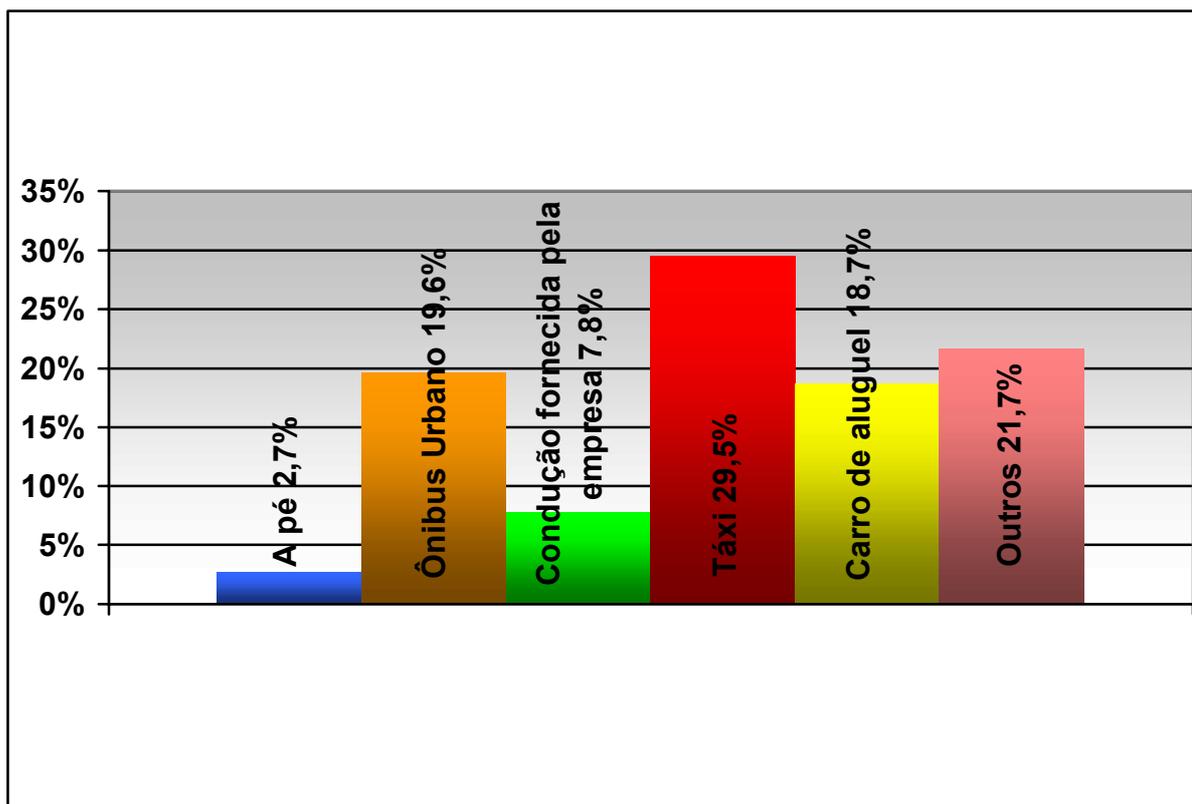


Figura 38 – Gráfico de proporcionalidade do meio de locomoção utilizado para deslocamentos na cidade

Fonte: Elaborada com base na pesquisa de campo.

Os dados demonstram que a maior parte dos hóspedes pesquisados (29,5%) usa táxis como meio de locomoção durante sua estada na cidade; o sistema de transporte coletivo, porém, é também utilizado por expressiva parcela dos pesquisados (19,6%).

Vale mencionar que os ônibus urbanos, em Curitiba, sempre foram alvo de especial atenção pelos órgãos de planejamento e gestão da cidade. Reconhecido, atualmente, como modelo para diversas outras localidades, o sistema de transporte

integrado da cidade, segundo Ricardo Blindo, assessor da presidência do IPPUC (Instituto de Pesquisa e Planejamento Urbano de Curitiba), além das políticas urbanas de modo geral, foram planejados sob a ótica de priorização das escalas humana, ambiental e de mobilidade coletiva<sup>41</sup>.

Além disso, a política da “tarifa social” – com linhas integradas que permitem diferentes trajetos ao preço de uma única passagem – favorecem o trabalhador, que depende de várias passagens para chegar ao local de trabalho, e facilita, ainda, os deslocamentos de turistas que, por não conhecerem muito bem a cidade, muitas vezes poderiam deixar de visitar alguns de seus atrativos por não saber como chegar até eles.

A Urbanização de Curitiba S.A. (URBS) é o órgão responsável pelo planejamento e gerenciamento do transporte coletivo de Curitiba e região metropolitana, sendo empresas privadas responsáveis pela operação do sistema.

As outras opções, como carro de aluguel (18,7%) e condução fornecida pela empresa (7,8%), reforçam a idéia de que grande parte dos pesquisados encontrava-se na cidade a negócios. A opção “outros” meios (21,7%) pode estar associada a hóspedes que encontravam-se na cidade por motivos diversos, como visita a parentes e amigos, os quais ficariam encarregados de transportar o visitante para conhecer a cidade.

O conhecimento sobre os atrativos turísticos da cidade e as formas pelas quais o pesquisado ficou sabendo de sua existência foi a questão seguinte abordada junto aos hóspedes entrevistados (Figura 39).

---

<sup>41</sup>

Em entrevista concedida à Revista Eletrônica de Jornalismo Científico, no site ComCiência (Disponível em: <<http://www.comciencia.br/200404/reportagens/02.shtml>>. Acesso em: 13 maio 2007).

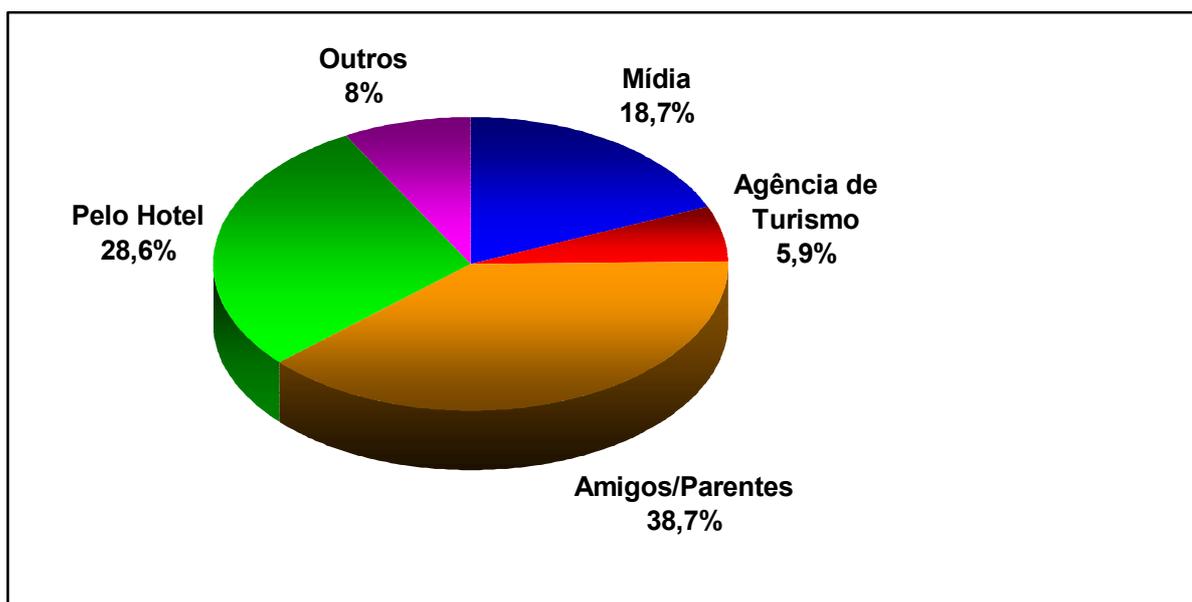


Figura 39 – Gráfico de proporcionalidade das formas de obtenção de informações sobre os atrativos turísticos pelos hóspedes

Fonte: Elaborada com base na pesquisa de campo.

É interessante observar que, mesmo se considerando as intensas campanhas que há algum tempo foram feitas pela mídia para divulgação dos principais atrativos da cidade, de acordo com os dados obtidos nessa pesquisa, o principal meio de informação assinalado pelos hóspedes entrevistados é junto aos amigos e parentes (38,7%). Ao mesmo tempo, é possível constatar que as informações turísticas fornecidas pelos próprios hotéis é fator importante para grande parcela dos pesquisados (28,6%), o que sugere a necessidade de se estimular ainda mais ações de mídia na divulgação dos atrativos da cidade.

Todavia, atualmente algumas iniciativas nesse sentido têm sido adotadas; dentre elas, destaca-se o lançamento, durante a realização do 13º Salão Profissional de Turismo da Associação Brasileira de Agências de Viagem (ABAV) na cidade, em abril de 2007, de um encarte especial sobre o Destino Curitiba no Jornal *BrasilTuris*, um dos principais jornais técnicos em turismo, no Brasil. Com apoio do *Curitiba Convention & Visitors Bureau*<sup>42</sup> (CVB), o encarte, em versão bilíngüe, mostra o

<sup>42</sup> O *Curitiba Convention & Visitors Bureau* (em português, Birô de Convenções e Visitantes) atua como cooperativa de negócios, integrando os componentes da indústria turística. Instituto de direito privado e de natureza cultural, é voltado para o foco de organização de marketing sem fins lucrativos centrada na promoção mercadológica do destino Curitiba, sua região metropolitana e litoral (CVB, 2007).

desenvolvimento da cidade em sua estrutura de negócios, salientando a excelência do parque hoteleiro, o elevado número de atrativos e pontos turísticos e as facilidades de mobilidade urbana para a visitação dos mesmos (CVB, 2007).

Ações semelhantes deveriam compor permanentemente a pauta dos processos de planejamento e gestão, havendo ainda a possibilidade de fazê-lo em parceria com a iniciativa privada, considerada como condição ideal para desenvolvimento de projetos de amplo alcance.

A próxima questão da pesquisa tem o objetivo de avaliar o interesse dos hóspedes pesquisados em conhecer os diversos parques urbanos e áreas similares de Curitiba (Figura 40).

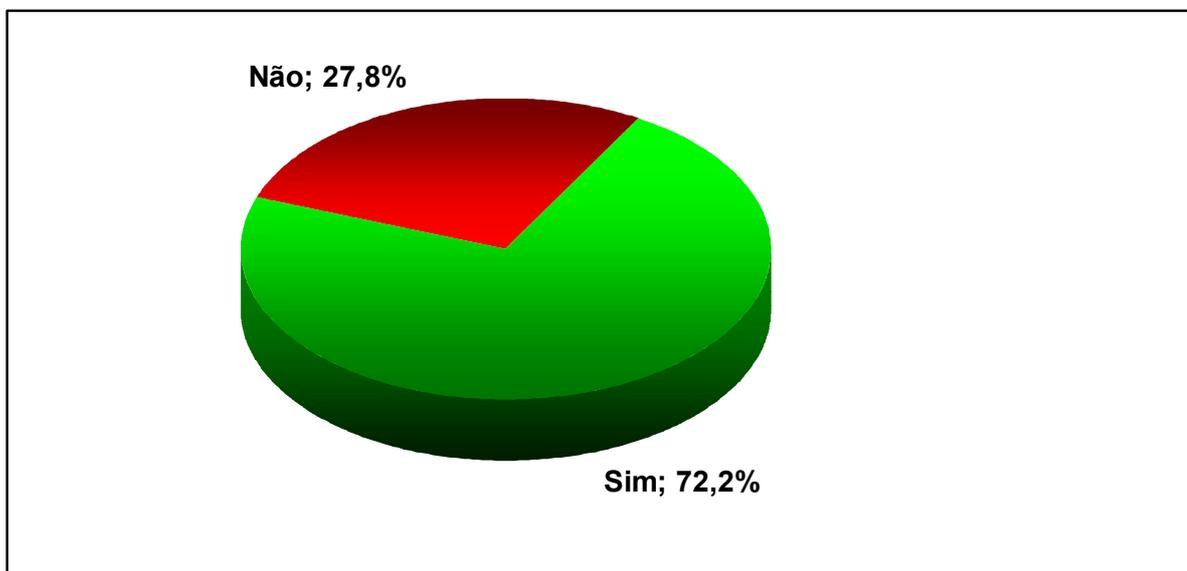


Figura 40 – Gráfico de conhecimento da proporcionalidade dos parques urbanos e áreas similares pelos hóspedes

Fonte: Elaborada com base na pesquisa de campo.

Perguntados sobre se já haviam tomado conhecimento dos parques urbanos da cidade, a maior parte dos hóspedes pesquisados responde afirmativamente (72,2%), e apenas 27,8% assinala que não tinha conhecimento prévio sobre a sua existência.

Presume-se que aqueles que afirmam saber previamente da existência dos parques urbanos e áreas similares da cidade são os mesmos que receberam informações por meio de mídia, por informação dos próprios hotéis ou por indicação de amigos e parentes que já visitaram ou moram na cidade.

Porém, o percentual de hóspedes que afirma não ter tido conhecimento prévio sobre a existência desses espaços como atrativos turísticos mostra que as ações de divulgação ainda carecem de maior efetividade. Conforme já mencionado, tal fato sugere que as ações de marketing turístico não estão focadas de forma abrangente na exploração dos parques e áreas similares e essa situação demanda maior atenção por parte dos órgãos gestores, bem como das diversas empresas que atuam na área.

É interessante ressaltar que estes resultados apresentam-se diametralmente opostos aos encontrados na pesquisa realizada junto aos visitantes dos parques, cujo percentual de 50,1% avalia positivamente as ações de marketing e de divulgação daqueles espaços.

A seguir, busca-se identificar o nível de interesse dos hóspedes pesquisados em conhecer tais espaços (Figura 41).

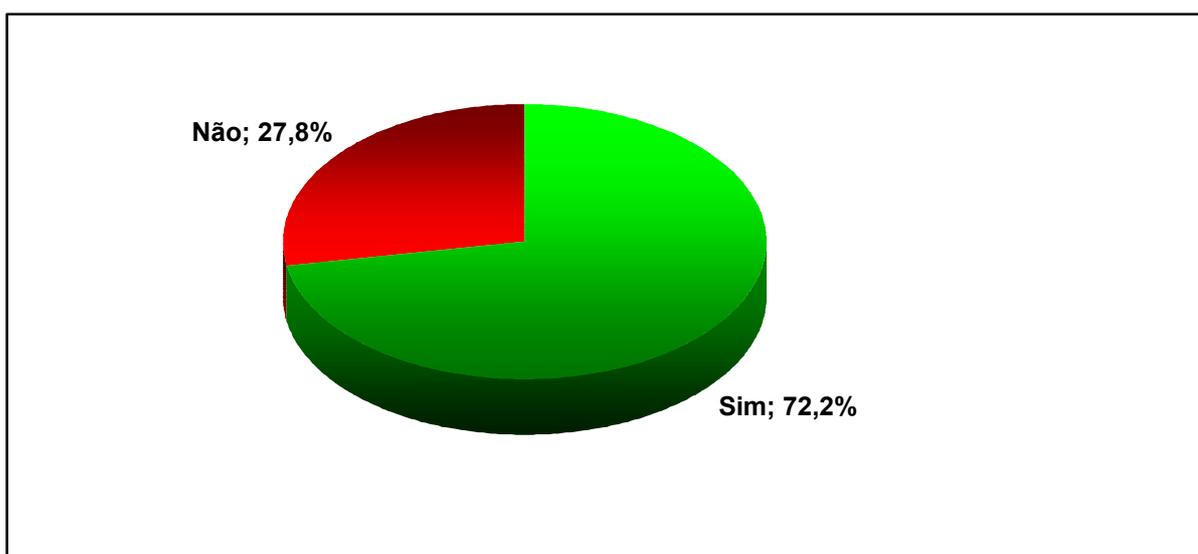


Figura 41 – Gráfico de proporcionalidade de interesse dos hóspedes na visitação aos parques e áreas similares

Fonte: Elaborada com base na pesquisa de campo.

O interesse em conhecer esses espaços é relatado pela grande maioria dos hóspedes pesquisados (72,2%), o que reforça ainda mais a proposta de se detalhar as ações de divulgação turística. Mais uma vez, o percentual de que não há interesse em conhecer os parques urbanos e áreas similares (27,8%) deve ser interpretado com a necessária atenção, porque considera-se que, mesmo após ser

informado da existência desses espaços, seja por indicação do hotel, da mídia ou mesmo de parentes e amigos, ainda assim este hóspede não demonstra interesse em visitar aqueles atrativos.

Naturalmente que isso pode ocorrer até por características individuais, uma vez que muitos turistas em trânsito usualmente se limitam apenas a resolver as questões que o trouxeram ao destino sem maiores expectativas de conhecer, do ponto de vista turístico, a cidade. Porém, tal fato pode, também, demonstrar que o interesse desses hóspedes não tenha sido despertado por deficiência de divulgação, o que, mais uma vez, concorre para a proposta de reforço das ações de marketing turístico, ampliando e diversificando as formas de trazer ao visitante as informações necessárias para atrair sua atenção para o lugar visitado.

A penúltima questão aplicada aos hóspedes participantes da pesquisa permite a identificação dos parques e áreas similares da cidade que já haviam sido visitados pelos mesmos (Figura 42).

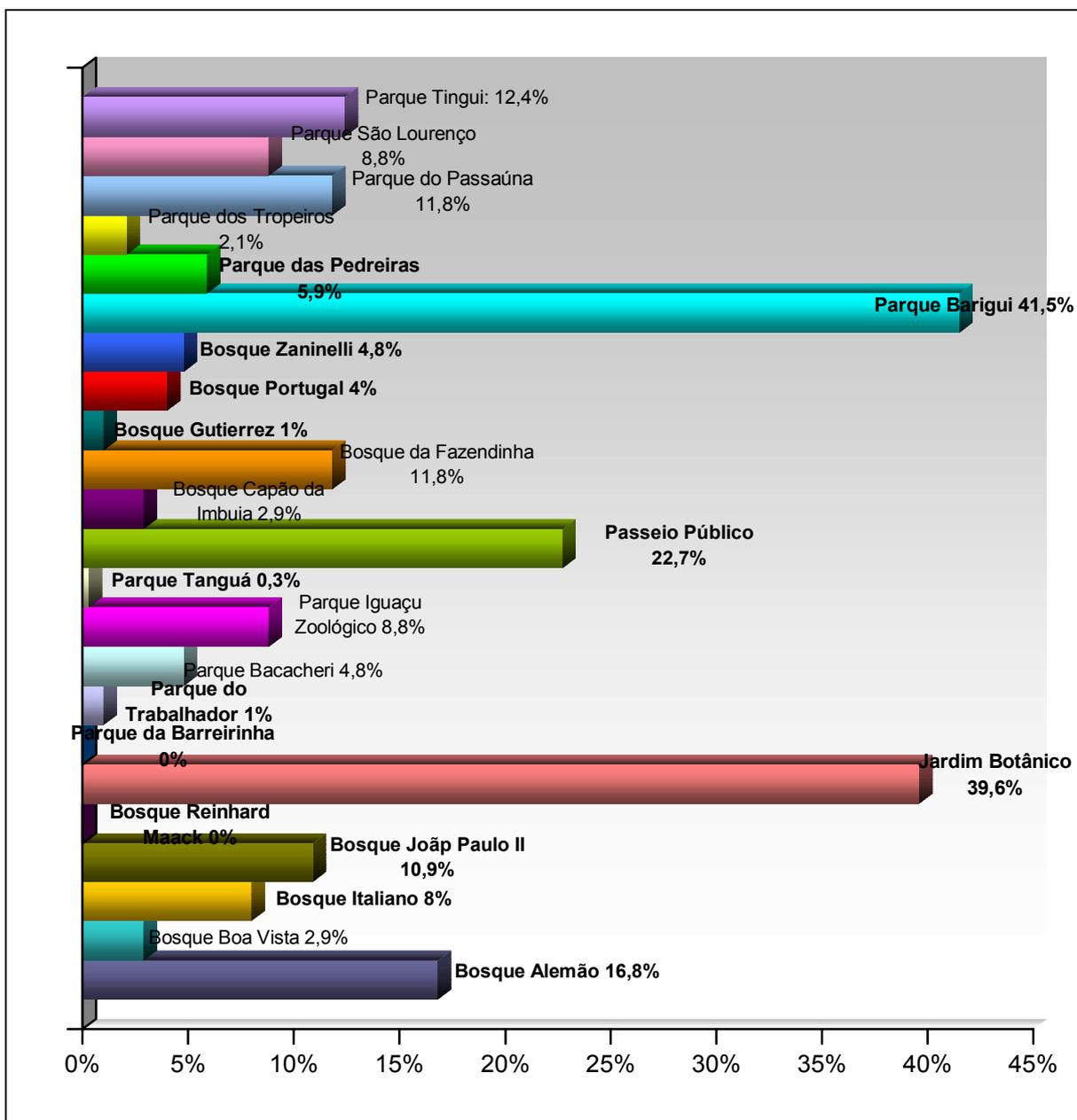


Figura 42 – Gráfico de proporcionalidade dos locais mais visitados pelos hóspedes

Fonte: Elaborada com base na pesquisa de campo.

É possível se observar que o maior percentual dos hóspedes pesquisados (41,5%) menciona o Parque Barigüi como o mais visitado, sendo o Jardim Botânico citado por 39,6%.

Nesse contexto, cabe mencionar a pesquisa realizada por Hildebrand (2001), no ano de 1999, cujos resultados também mostram alto índice de visitação do Parque Barigüi, com frequências médias diárias de 6.668 pessoas e anual da

ordem de 2,43 milhões de visitantes.

Esses resultados confirmam, ainda, dados oficiais publicados pelo Ministério do Turismo, os quais referem que, dispendo de área com cerca de 1,4 milhão de metros quadrados, o Parque Barigüi é um dos maiores parques da cidade e, seguramente, o mais visitado (BRASIL/MT, 2007).

Com percentuais próximos, o número de visitantes do Jardim Botânico é igualmente alto. De acordo com Ambiente Brasil (2006), em notícia publicada em 10 de janeiro de 2006, durante os meses de férias, o Jardim Botânico recebe o maior número de visitantes – de 20 a 30 ônibus de turismo por dia. Nos fins-de-semana, cerca de 3 mil pessoas passam pelo local.

Comparativamente aos resultados encontrados junto à amostra constituída pelos visitantes dos parques urbanos e áreas similares, observa-se que o maior percentual deste grupo assinala o Jardim Botânico como a área mais visitada.

Também o Passeio Público, área verde mais central e primeiro zoológico criado em Curitiba, é mencionado por percentual expressivo dos visitantes pesquisados (22,7%). A esse respeito, vale mencionar que o Passeio Público, que conta com uma área de 70 mil metros quadrados e cujas instalações abrigam cerca de 75 espécies de animais, árvores centenárias com uma estrutura que o torna uma opção de passeio e lazer para os visitantes, foi sendo gradualmente desativado nos últimos 15 anos, com a transferência da maior parte dos animais para o zoológico, localizado no Parque Iguazu, nos arredores da cidade, que oferece melhores condições para abrigá-los por reproduzir seu habitat natural. Isso fez com que a própria estrutura do local, com a deficiência de manutenção e conservação e conseqüente redução do número de visitantes, passasse por uma fase de degradação. Mesmo com seus problemas de infra-estrutura, o número de visitantes permaneceu constante.

A partir de 2006, porém, a Prefeitura Municipal estabeleceu diretrizes para a revitalização e restauro daquele espaço, ainda hoje em andamento. O projeto de obras fundamentou-se em pesquisa realizada ao final do ano de 2005 com usuários do Passeio Público, que apontaram as prioridades para revitalização. Os pontos mais importantes salientados pela pesquisa consistem tanto restauração das pistas de caminhada, dos sanitários públicos, do playground e do terrário, quanto na

melhoria do policiamento. Segundo PMC (2007), todas as solicitações dos usuários estão sendo atendidas.

A partir de tais resultados, algumas considerações podem ser feitas.

Em tratando-se de uma cidade que dispõe, atualmente, de cerca de 900 praças e jardins, 13 bosques e 17 parques (PMC, 2007), as ações de divulgação e de marketing turístico dispõem de amplo leque de opções entre parques e áreas similares a serem trabalhadas com o objetivo de fomentar o turismo por meio do estímulo à visitação desses locais.

Tendo em vista, ainda, o fato de Curitiba ser reconhecida como uma cidade cujo planejamento é associado à valorização de áreas verdes e conservação ambiental, a exploração turística de seus parques urbanos e áreas similares, apoiada em processos adequadamente planejados, deve ser intensificada e utilizada como fator de desenvolvimento para a comunidade local.

Por fim, como último item questionado junto aos hóspedes pesquisados, tem-se sua avaliação da organização dos parques visitados a partir de conceitos como “ótimo”, “bom”, “regular” e “ruim” (Figura 43).

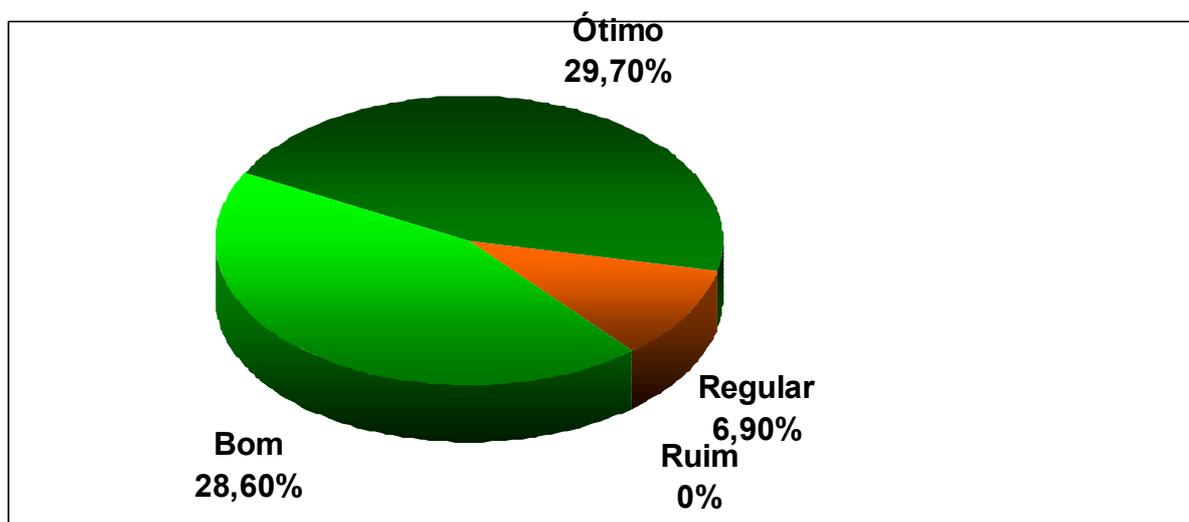


Figura 43 – Gráfico de proporcionalidade da opinião dos hóspedes sobre a organização dos parques e áreas similares visitadas

Fonte: Elaborada com base na pesquisa de campo.

Os dados demonstram que, para a maioria dos hóspedes pesquisados, a organização dos locais visitados é considerada “ótima” (29,7%) e “boa” (28,6%), sendo, ainda, avaliada como “regular” por apenas 6,9%.

Resultados semelhantes foram encontrados na pesquisa realizada com os visitantes dos parques e áreas similares, quando a maior parte deles afirma que a visita àqueles locais satisfaz às suas expectativas.

Contudo, embora os resultados obtidos junto aos dois grupos de pesquisados apresente resultados favoráveis no que diz respeito à sua percepção em relação às questões de organização e infra-estrutura, avaliadas como satisfatórias, deve-se considerar que o planejamento urbano e turístico de uma cidade deve estar em processo de permanente reavaliação, a fim de detectar eventuais dificuldades e promover ações específicas, que atendam à dinâmica da atividade turística e solucionem eventuais distorções na implementação das ações inicialmente estabelecidas.

A atenção aos elementos que compõem a estrutura de um espaço voltado ao turismo deve ser priorizada, sobretudo quando, associada a ela, tem-se a preocupação com os aspectos de conservação e preservação ambiental, conforme ocorre no caso dos parques e áreas similares de Curitiba.

Deve-se novamente ressaltar que o trabalho conjunto do poder público, da iniciativa privada e da própria comunidade local constitui-se no fundamento basilar sobre o qual devem ser desenvolvidas ações nesse sentido. Para tanto, devem ser criados mecanismos que propiciem e estimulem a participação ativa desses três segmentos em torno das metas comuns de desenvolvimento social e de geração de oportunidades para alcance de melhores condições de vida, possíveis de serem atingidos com as possibilidades inerentes ao fomento ao turismo.

Enquanto na pesquisa realizada com visitantes dos parques e áreas similares as mulheres são a maioria, na pesquisa junto aos hóspedes, a maior parte dos entrevistados é constituída por homens. Todavia, a porcentagem do sexo feminino (48%) é muito próxima a do masculino (52%). Esta informação demonstra que as mulheres cada vez mais ganham espaço no universo profissional, uma vez que a maioria dos hóspedes entrevistados visitou a cidade por motivo de negócio. Por sua vez, os visitantes dos parques têm na visita a parentes ou amigos sua principal motivação.

As principais diferenças entre os resultados das pesquisas com visitantes de parques se devem ao local utilizado para as entrevistas, pois os primeiros

provavelmente vêm à cidade para visitar parentes e amigos (42,5%). Esta informação vai de encontro dos dados obtidos pelo Instituto Municipal de Turismo que destacam o crescimento deste motivo (1,82%) no período de 2003 a 2005 (IMT 2007).

A pesquisa realizada com os hóspedes não apresentou os mesmos resultados, possivelmente devido ao fato de se encontrarem num hotel, o que geralmente denota o fato de estarem em Curitiba por motivo de negócios; é o que comprovam os resultados alcançados, pois 40,9% dos entrevistados afirma ter vindo a Curitiba por este motivo, uma vez que a cidade é conhecida como uma das que mais exploram esse tipo de turismo (negócios e eventos).

Nas duas pesquisas realizadas, a maioria dos respondentes tomou conhecimento dos parques e áreas similares por meio das informações e indicações passadas por amigos ou parentes. Os hóspedes têm conhecimento dessas áreas, mas não necessariamente as visitaram ou têm interesse em conhecer estes espaços (72,2% dos entrevistados).

O Jardim Botânico é o mais citado pelos visitantes dos parques e áreas similares, assumindo o segundo lugar entre os hóspedes. Para estes, em primeiro lugar tem-se o Parque Barigüi, considerado também por EMBRATUR (2007) o parque mais freqüentado da cidade.

A grande maioria dos entrevistados das duas pesquisas avalia como ótimas a infra-estrutura, a conservação e a organização desses espaços, com todos recomendando a sua visita.



## **5 CONCLUSÕES E RECOMENDAÇÕES**

Historicamente, a criação dos parques e áreas verdes de Curitiba inicia ao final da década de 1960, com a implementação do primeiro plano diretor da cidade. Teve continuidade com a promulgação da lei municipal de zoneamento de uso e ocupação do solo de 1975, quando os parques e bosques municipais passaram a representar um dos pilares de sustentação da política ambiental do município.

A criação dessas áreas pela administração municipal foi planejada inicialmente para sua atuação como barreiras para controle e contenção de enchentes, um problema que, via de regra, resultava em sérias inundações em algumas regiões da cidade. Com a transformação dessas áreas em parques, não foi viabilizada somente a redução dessas ocorrências, mas também a disponibilidade à população de novos locais de lazer e recreação, além da contribuição para a humanização do espaço urbano, preservando parte de seus recursos naturais e da qualidade ambiental.

Os parques passaram a representar lugares de maior proximidade com os elementos naturais, mesmo que sejam percebidos de maneira artificializada ou apenas enquanto cenário de uma situação idealizada. Assim, a implantação e a gestão destes espaços constituem fatores que têm consolidado a identidade de Curitiba como “Capital Ecológica” e como referência em qualidade de vida.

Os resultados das ações realizadas em Curitiba ao longo do tempo têm sido comumente explorados de várias maneiras pela administração pública, a exemplo da criação da linha de ônibus especiais (“Jardineiras”), que tem transformado os mais importantes parques da cidade em pontos turísticos, além de ser uma solução relativamente incomum nos municípios brasileiros.

No que tange às atividades turísticas, a cidade, já há alguns anos, vem apresentando importante crescimento em termos de turismo receptivo. O turismo de negócios, por exemplo, vem sendo o principal motivo de viagens a Curitiba.

Além disso, a ampla divulgação da imagem positiva da cidade, fundamentada nas idéias de qualidade de vida e ambiental, contribui para o desenvolvimento turístico no município. Contudo, ao se considerar as possibilidades

que estes espaços podem oferecer em termos de fomento ao turismo em Curitiba, tem-se reforçada a necessidade de direcionamento das políticas públicas específicas para o setor.

Os resultados obtidos com a realização da pesquisa demonstram que, do ponto de vista estrutural, tais áreas apresentam-se relativamente adequadas para a recepção de visitantes, tendo em vista que vários entrevistados (32,4% do total) não fizeram ressalvas quanto a estes aspectos.

O Jardim Botânico é citado pela maior parte dos usuários da “Jardineira” (96,0%) como local mais visitado, ficando em segundo lugar (39,6%) na interpretação dos entrevistados nos hotéis; para estes, a principal citação se relaciona com o Parque Barigüi (41,5%).

A maioria dos hóspedes declara ter conhecimento da existência dos parques e áreas similares (72,2%) como também afirma ter interesse em visitar esses locais (72,2%), o que pode estar relacionado com o tempo de permanência na cidade (2 a 3 dias), considerado reduzido, uma vez que grande parte dos entrevistados encontra-se na cidade por motivo de negócios, restando pouco tempo para o lazer. Assim, ações para aumento da permanência dos turistas devem estar inseridas em planos para desenvolvimento do turismo.

Também é possível aferir, por meio dos dados e resultados obtidos, que esses espaços constituem-se em atrativos para os turistas, visto que todos os participantes da pesquisa recomendariam sua visita, sendo essas áreas também interpretadas como maior atrativo da cidade por 32,8% dos respondentes.

A presença de vegetação é considerada como um dos principais fatores positivos desses espaços (58,3%). Apesar da maioria (70,9%) não saber apontar aspectos negativos, a precariedade da limpeza (9,1%) e a falta de equipamentos de lazer (2,9%) são as condições mais indicadas neste sentido. Assim, para que os parques e áreas similares possam satisfazer as expectativas de seus usuários, medidas de correções destes aspectos devem ser tomadas.

Uma vez que o conhecimento desses locais acontece especialmente por meio de indicação de amigos ou parentes (78,1%) dos entrevistados, reforça-se a necessidade de tornar tais espaços ainda mais atrativos para os moradores da cidade.

Tendo em vista o conteúdo proposto, a realização do estudo reafirma a necessidade de reforço das ações de gestão urbana e seus processos, com o planejamento desses espaços incluindo medidas voltadas ao turismo, a fim de garantir a efetividade dos mesmos e o incremento do turismo na cidade de Curitiba, a exemplo da divulgação dessas áreas em locais onde há grande circulação de turistas dentro da própria malha urbana. Remete, ainda, a reflexões sobre a necessidade de adoção de políticas públicas de infra-estrutura dos parques urbanos como alternativa para estímulo à visitação turística e, por conseguinte, para ampliação da captação de investimentos para o município.

Para o adequado desenvolvimento local, torna-se imperativo contar com políticas públicas eficientes, que ordenem, regulem, promovam e possibilitem a consolidação e manutenção dos parques urbanos como atrativo turístico em Curitiba. Tal foi o propósito deste estudo, particularmente por se tornar cada vez mais evidente o importante papel do turismo como ferramenta para o desenvolvimento local.

Portanto, tem-se, pelo menos na amostra da população estudada, a confirmação da hipótese da pesquisa, com os parques e áreas similares podendo contribuir para maior atratividade do turismo em Curitiba.

Como limitações para realização do estudo deve-se mencionar a relativa escassez de produção científica voltada ao turismo urbano, bem como de material bibliográfico e documental com dados e informações relevantes sobre o planejamento e gestão de parques e áreas similares na cidade de Curitiba. Apesar das diversas fontes consultadas, a falta de disponibilidade de material de apoio para análise desse tema representou significativo obstáculo a ser transposto.

Considera-se que o desenvolvimento de estudos com essa abordagem pode contribuir de forma significativa para análises reflexivas sobre a necessidade de otimização dos processos e diretrizes de planejamento urbano na busca do desenvolvimento associado à qualidade de vida.

Compreende-se, também, que o turismo, por representar uma atividade capaz de influenciar o desenvolvimento econômico, social e ambiental de uma localidade, deve contar com o apoio e envolvimento das instituições públicas e privadas para que suas atividades sejam realizadas de forma a gerar reais

benefícios para a cidade e para a sociedade.

Cabe, portanto, ressaltar o papel fundamental que os processos de gestão e planejamento urbano desempenham na apropriação da atividade turística como instrumento para o progresso e desenvolvimento urbano.

Por fim, vale mencionar que o tema é amplo e não se esgota na realização desse estudo, devendo-se, por isso, assinalar algumas recomendações para a continuidade das análises e discussões pertinentes e necessárias.

Nesse sentido, apesar de outros estudos realizados com enfoques semelhantes, recomenda-se que mais investigações sejam realizadas tomando-se outros parques e áreas similares de Curitiba como local de coleta de dados, a fim de se aferir os níveis de satisfação dos visitantes e turistas em relação àqueles espaços. Sugere-se, ainda, a realização de pesquisas que contemplem também a avaliação da população local quanto à infra-estrutura dos parques da cidade, tendo em vista que, além de atrair turistas, o planejamento de áreas verdes e espaços públicos urbanos deve, sobretudo, considerar as necessidades dos moradores, principais agentes na divulgação dos atrativos turísticos de sua própria cidade.

Recomenda-se, ainda, que a avaliação dos processos de gestão e planejamento da cidade, de suas áreas verdes e do turismo sejam respaldados por pesquisa documental, buscando-se junto às instituições responsáveis a sistematização de informações específicas e atualizadas sobre a condução das atividades administrativas e gerenciais adotadas pelo município.

Frente à sua complexidade, a atual conformação econômica e social das cidades irá requerer, cada vez mais, a ampliação de estudos direcionados ao tema, como forma de contribuir para a melhoria dos processos que conduzem a vida em sociedade.



## REFERÊNCIAS

AMBIENTE BRASIL. **Grades protegem bosque do Jardim Botânico em Curitiba/PR**. 2006. Disponível em: <<http://www.ambientebrasil.com.br/noticias/index.php3?action=ler&id=22595>>. Acesso em: 22 maio 2006.

ANDO, A. K. **Gestão em parques urbanos**: estudo de caso – Curitiba. 2003. 137f. Monografia (Pós-Graduação em Gestão Técnica do Meio Urbano). Centro de Ciências Exatas e de Tecnologia da Pontifícia Universidade Católica do Paraná.

ANDRADE, J. V. **Turismo**: fundamentos e dimensões. 8.ed. São Paulo. Ática, 2002.

ANDRADE, R. V. **O processo de produção dos parques e bosques públicos de Curitiba**. 2001. 126f. Dissertação (Mestrado em Geografia – Produção do Espaço Urbano Regional) – Setor de Ciências da Terra, Universidade Federal do Paraná, Curitiba, 2001.

ANJOS, S. J. G. dos. **Serviços Integrados no turismo**: um modelo de gestão para o setor de hotelaria. 2004. 211f. Tese (Doutorado em Engenharia de Produção) – Universidade Federal de Santa Catarina, Florianópolis, 2004.

BARRETO, M. **Turismo e legado cultural**: as possibilidades do planejamento. 2.ed. São Paulo: Papirus, 2000.

BARROS, P. Desenhando cidades na era dos vãos econômicos. **Vitruvius**. Texto Especial 224. São Paulo, 2004. Disponível em: <<http://www.vitruvius.com.br/arquitextos/arq000/esp224.asp>>. Acesso em: 12 set. 2006.

BESSA, A. S. M.; ÁLVARES, L. C.; TEIXEIRA, L. A. A.; SOUZA, L. N. de. Planejamento e gestão para a internacionalização de cidades: um modelo de análise aplicado ao caso de Belo Horizonte (MG). In: Encontro da Associação Nacional de Pós-Graduação e Pesquisa em Planejamento Urbano e Regional – ANPUR, XII, Belém, 2007. **Anais...** Belém, 2007. p 06 - 09.

BISSOLI, M. A. M. A. **Planejamento turístico municipal com suporte em sistemas de informação**. 2 ed. São Paulo: Futura, 2001.

BLOOGER. **Carta de Atenas**. Disponível em: <<http://estudosdarquitectura.blogspot.com/2005/09/carta-de-atenasdenovembro-de-1933.html>>. Acesso em: 25 mar. 2006.

BOULLÓN, R. C. **Planejamento do espaço turístico**. Tradução de Josely Vianna Baptista. Bauru, SP: Editora da Universidade do Sagrado Coração, 2002.

BRASIL. **Lei Federal Nº 9.985**, de 18 de julho de 2000. Regulamenta o art. 225, § 1º, incisos I, II, III e VII da Constituição Federal, institui o Sistema Nacional de Unidades de Conservação da Natureza e dá outras providências. Presidência da República/Casa Civil: Brasília, 2000.

BRASIL. **Lei Federal Nº 10.257**, de 10 de julho de 2001. Regulamenta os arts. 182 e 183 da Constituição Federal, estabelece diretrizes gerais da política urbana e dá outras providências.. Presidência da República/Casa Civil: Brasília, 2001.

BRASIL. **Guia brasileiro de sinalização turística**. Brasília: Ministério do Esporte e Turismo, Disponível em: <<http://institucional.turismo.gov.br/sinalizacao/conteudo/principal.html>>. Acesso em: 13 mar. 2007.

BRAZ, F. C. **Discutindo o planejamento e a gestão do território: um enfoque no turismo**. Disponível em: <<http://www.igeo.uerj.br/VICBG-2004/Eixo5/e5%20187.htm>>. Acesso em: 18 nov. 2006.

BRITO, M. de M.; ARAUJO, M. A. D. de. Aparato institucional para a gestão do turismo: o caso do estado de Sergipe. **Revista de Administração Pública**. v.40, n.2, p.253-270, 2006.

CAMARGO, L. H. Fundamentos multidisciplinares do turismo: história. In: TRIGO, L. G. G. (Org.) **Turismo: como aprender, como ensinar**. São Paulo: Serviço Nacional de Aprendizagem Comercial, p. 23 – 32, 2000.

CARVALHO, P. F. de. Instrumentos legais de gestão urbana: referências ao Estatuto da Cidade e ao zoneamento. In: BRAGA, R.; CARVALHO, P. F. (Orgs.). **Estatuto da Cidade: política urbana e cidadania**. Rio Claro: Instituto de Geografia e Ciências – Universidade Estadual Paulista, 2000. p.41-59.

CARZOLA, I. M.; SILVA, C. B. **Educação estatística**: glossário. Disponível em: <<http://socio-estatistica.com.br/Edestatistica/glossario.htm>>. Acesso em: 03 ago.2006.

CASTROGIOVANNI, A. C. (Org.). **Turismo urbano**. São Paulo: Contexto, 2000.

CAVALCANTI, E.; NEVES, M. F. **O turismo urbano**. Disponível em: <<http://www.fotoserumos.com/curitibaviavel4.htm>>. Acesso em: 23 nov. 2006.

CEFET-SP – Centro Federal de Educação Tecnológica de São Paulo. Núcleo de Turismo e Hospitalidade. **Avaliação das preferências da demanda potencial paulistana por categorias de destinações turísticas**: relatório de pesquisa. Disponível em: <<http://www.cefetsp.br/edu/turismo/>>. Acesso em: 08 abr. 2007.

CHAGAS, A. T. R. O questionário na pesquisa científica. **Revista Administração**, São Paulo , v.1, n.1, Fundação Escola de Comércio Álvares Penteado (FECAP), p.51 - 63, jan/fev/mar/2000.

CMC – Câmara Municipal de Curitiba. Assessoria de Imprensa. **Cuidado com árvores também é segurança**. Disponível em: <[http://www.cmc.pr.gov.br/ass\\_det.php?not=6144](http://www.cmc.pr.gov.br/ass_det.php?not=6144)>. Acesso em: 12 maio 2007.

CRESCITELLI, E.; IKEDA, A. A. Panorama do mercado de turismo receptivo internacional no Brasil na ótica do marketing. In: Seminário em Administração (SEMEAD) da Faculdade de Economia, Administração e Contabilidade da Universidade de São Paulo (FEA/USP), 6., 2003, São Paulo. **Anais...** São Paulo: Universidade de São Paulo, 2003. p.1-1.

CURITIBA. **Lei Municipal N° 9.804**, de 03 de janeiro de 2000. Cria o sistema de Unidades de Conservação do Município de Curitiba e estabelece vários critérios e procedimentos para implantação de novas Unidades de Conservação. Disponível em: [http://www.curitiba.pr.gov.br/servicos/MeioAmbiente/legislacoes/lei\\_9804.pdf](http://www.curitiba.pr.gov.br/servicos/MeioAmbiente/legislacoes/lei_9804.pdf). Acesso em: 30 set. 2005.

CURITIBA. Secretaria Municipal de Educação. **BBC destaca Curitiba como modelo no gerenciamento de áreas verdes**. Disponível em; <<http://www.curitiba.org.br/digitando/tecnologia/?canal=5&noti=2119>>. Acesso em: 01 jul. 2007.

CUSTÓDIO, R. B. **A influência das intervenções urbanísticas na atividade turística da cidade de Curitiba**. 2006. 144f. Dissertação (Mestrado em Gestão Urbana) – Pontifícia Universidade Católica do Paraná, Curitiba, 2006.

CVB – Curitiba Convention & Visitors Bureau. **Curitiba é valorizada por mídia técnica do turismo nacional**. Disponível em: <[http://www.curitibacvb.com.br/noticia\\_completa.php?cod=320](http://www.curitibacvb.com.br/noticia_completa.php?cod=320)>. Acesso em: 12 mai. 2007.

DANTAS, A. L. de F. L. **Atividade turística e os caminhos sustentáveis: um estudo de caso no município de Rancho Queimado/ SC**. 1999. 95f. Dissertação (Mestrado em Engenharia da Produção – Gestão da Qualidade Ambiental) - Universidade Federal de Santa Catarina, Florianópolis, 1999.

DEL RIO, V. **Introdução ao desenho urbano no processo de planejamento**. São Paulo: Pini, 1990.

DIAS, R. **Introdução ao turismo**. São Paulo: Atlas, 2005.

EMBRATUR – Instituto Brasileiro do Turismo. **Destinos e cidades: Curitiba**. Disponível em: <[http://200.189.169.141/site/br/cidades/materia.php?id\\_cidade=1024&regioes=3&estados=18](http://200.189.169.141/site/br/cidades/materia.php?id_cidade=1024&regioes=3&estados=18)>. Acesso em: 20 jul. 2007.

EMSETUR – Empresa Sergipana de Turismo. **Estudo do turismo receptivo em Sergipe 1980-2000**. Disponível em: <<http://www.emsetur.se.gov.br/>>. Acesso em: 23 ago. 2006.

ESCADA, M. I. S. **Utilização de técnicas de sensoriamento remoto para o planejamento de espaços livres urbanos de uso coletivo**. 1992. 122f. Dissertação (Mestrado em Sensoriamento Remoto) – Instituto Nacional de Pesquisas Espaciais (INPE), São José dos Campos, 1992.

FEIBER, S. D. **Áreas verdes urbanas, imagem e uso – o caso do Passeio Público de Curitiba/ PR. RA'E GA O espaço geográfico em análise**, Curitiba, n.8, p.93-105, 2004.

FERRARI, C. **Curso de planejamento municipal integrado**. 5.ed. São Paulo: Pioneira; Mackenzie, 1986.

FIATES, G M. R.; SALLES, R. K. de. Fatores de risco para o desenvolvimento de distúrbios alimentares: um estudo em universitárias. **Revista Nutrição**, Campinas/SP, v.14, p.3-6, 2001.

FUNATURA – Fundação Pró-Natureza. Sistema Nacional de Unidades de Conservação. **Boletim Funatura**, Brasília, n.3, jun. 1989.

FUPEF - Fundação de Pesquisas Florestais do Paraná. **Mapeamento das áreas verdes do município de Curitiba / PR**. Curitiba, 1987.

GARCÍA, F. E. S. **Cidade espetáculo**: política, planejamento e city marketing. Curitiba: Palavra, 1997.

GIL, A. C. **Como elaborar projetos de pesquisa**. São Paulo: Atlas, 2002.

GOELDNER, C. R. **Turismo**: princípios, práticas e filosofias. 8.ed. Porto Alegre: Bookman, 2002.

GOUVÊA, I. Cobertura vegetal urbana. **Assentamentos Humanos**. Marília-SP, v.3, n.1, p.17-24, 2001.

GUZZO, P. **Áreas verdes urbanas**. Disponível em: <<http://educar.sc.usp.br/biologia/prociencias/areasverdes.html>>. Acesso em: 12 nov. 2006.

HARDT, L. P. A. **Subsídios ao planejamento de sistemas de áreas verdes baseado em princípios de ecologia urbana**: aplicação à Curitiba – Paraná. 1994. 171f. Dissertação (Mestrado em Engenharia Florestal) – Setor de Ciências Agrárias, Universidade Federal do Paraná, Curitiba, 1994.

HARDT, L. P. A. **Subsídios à gestão da qualidade da paisagem urbana**: aplicação a Curitiba – Paraná. 2000. 323f. Tese (Doutorado em Engenharia Florestal) – Setor de Ciências Agrárias, Universidade Federal do Paraná, Curitiba, 2000.

HARDT, L. P. A.; HARDT, C. Cidade, paisagem e turismo: subsídios para a gestão do desenvolvimento urbano sustentável. In: Encontro da Associação Nacional de Pós-Graduação e Pesquisa em Ambiente e Sociedade (ANPPAS). III. 2006. **Anais...** Brasília: ANPPAS, 2006. p.1-15.

HARDT, L.P.A. Ecologia da paisagem: fundamentos à gestão do espaço urbano. **Olam Ciência e Tecnologia**. Rio Claro, v.4, n.1, p.597-612, 2004.

HARDT, L.P.A. Gestão do desenvolvimento metropolitano sustentável. In: SILVA, C.A. da; FREIRE, D.G.; OLIVEIRA, F. G. de. (Org.). **Metrópole: governo, sociedade e território**. Rio de Janeiro: D & P, 2006. p.137-149.

HILDEBRAND, E. **Avaliação econômica dos benefícios gerados pelos parques urbanos: estudo de caso em Curitiba / PR**. 2001. 145f. Tese (Doutorado em Engenharia Florestal) – Universidade Federal do Paraná, Curitiba, 2001.

HUERTAS, F. **O método PES: entrevista com Matus**. São Paulo: Pioneira, 1996.

IBGE – Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística. **Cidades**. Disponível em: <<http://www.ibge.gov.br/cidadesat/default.php>>. Acesso em: 14 abr. 2007.

IBOPE – Instituto Brasileiro de Opinião e Estatística. **Ibope lança serviço para análise de mercado**. Disponível em: <[http://www.clientesa.com.br/default.asp?sp=materia\\_integra.asp&secao=28&codigo=12730](http://www.clientesa.com.br/default.asp?sp=materia_integra.asp&secao=28&codigo=12730)>. Acesso em: 20 maio 2007.

ICEP – Instituto das Empresas para os Mercados Externos de Portugal. **Glossário – Turismo**. Disponível em: <[http://www.icep.pt/glossario\\_glo\\_turismo.asp](http://www.icep.pt/glossario_glo_turismo.asp)>. Acesso em: 20 nov. 2006.

ICOMOS – Conselho Internacional de Monumentos e Sítios. **Carta de Veneza**. Disponível em: <<http://www.icomos.org.br/veneza.htm>>. Acesso em: 25 mar. 2006.

IMPUR – Instituto Municipal de Paisagem Urbana / Prefeitura Municipal de São Luís / MA. **Paisagem urbana**. Disponível em: <<http://www.portal.saoluis.ma.gov.br/ilhadeencantos/paisagismo/impur.htm>>. Acesso em: 26 ago. 2005.

IMT – Instituto Municipal de Turismo. **Demanda turística de Curitiba**. 2005. Disponível em: <<http://www.viaje.curitiba.pr.gov.br/>>. Acesso em: 23 jul. 2007.

INFRAERO – Empresa Brasileira de Infra-estrutura Aeroportuária. **Estatísticas do Aeroporto Internacional Afonso Pena**. Departamento Estatístico. Brasília, 2007. (não publicado)

IPARDES – Instituto Paranaense de Desenvolvimento Econômico e Social. **Perfil Municipal de Curitiba**. Disponível em: <<http://www.ipardes.gov.br/>>. Acesso em: 12 jan. 2007.

IPHAN – Instituto do Patrimônio Histórico e Artístico Nacional. **Carta de Atenas**. Disponível em: <<http://portal.iphan.gov.br/portal/montarDetalheConteudo.doid=12398&sigla=Legislacao&retorno=detalheLegislacao>>. Acesso em: 03 ago. 2006.

IPPUC – Instituto de Pesquisa e Planejamento Urbano de Curitiba. **Plano Municipal de Controle Ambiental e Desenvolvimento Sustentável**. Disponível em: <[http://www.ippuc.org.br/informando/consecon/Termo\\_Referencia\\_Meio\\_Ambiente.pdf](http://www.ippuc.org.br/informando/consecon/Termo_Referencia_Meio_Ambiente.pdf)>. Acesso em: 23 maio 2007.

IPPUC – Instituto de Pesquisa e Planejamento Urbano de Curitiba. **Mapas temáticos: parques e praças**. Disponível em: <[http://www.ippuc.org.br/informando/tematicos/parques\\_pracas.pdf](http://www.ippuc.org.br/informando/tematicos/parques_pracas.pdf)>. Acesso em: 12 jul. 2007.

KIRCHNER, K. L. **Revitalização de parques urbanos: estudo de caso em Curitiba – Paraná**. 2006. 102f. Monografia (Especialização em Gestão Técnica do Meio Urbano) – Pontifícia Universidade Católica do Paraná; Université de Technologie de Compiègne – França, Curitiba, 2006.

KLIASS, R. G. **Parques urbanos de São Paulo**. São Paulo: Pini, 1993.

LANZA, P. **Urbanismo**. Disponível em: <<http://www.patricialanza.arq.br/urbanismo.htm>>. Acesso em: 26 jul. 2006.

LARAMÃO, S. Capital privado, poder público e espaço urbano: a disputa pela implantação dos serviços de energia elétrica na cidade do Rio de Janeiro (1905-1915). **Revista Estudos Históricos**. Centro de Pesquisa e Documentação de História Contemporânea do Brasil (CPDOC), Fundação Getúlio Vargas, Rio de Janeiro. n.2. p.1-21, 2002.

LE CORBUSIER. **Planejamento urbano**. São Paulo: Perspectiva, 1984.

LEITÃO, L. (Org.). **As praças que a gente tem, as praças que a gente quer:** manual de procedimentos para intervenção em praças. Recife: Prefeitura da Cidade do Recife, 2002.

LICKORISH, L. J.; JENKINS, C. L. **Introdução ao turismo.** Tradução de Fabíola Vasconcelos. Rio de Janeiro: Campus, 2000.

LIMA, A. M. L. P.; CAVALHEIRO, F.; NUCCI, J. C.; SOUZA, M. A. L. B.; FIALHO, N. O.; DEL PICCHIA, P. C. D. Problemas de utilização na conceituação de termos como espaços livres, áreas verdes e correlatos. In: Congresso Brasileiro sobre Arborização Urbana, 2., 1994. São Luiz. **Anais...** São Luiz: Sociedade Brasileira de Arborização Urbana, 1994. p.539-550.

LLARDENT, L. R. A. **Zonas verdes y espacios libres en la ciudad.** Madrid: Closas-Orcoyen, 1982.

LOBO, Y. **Planos diretores para municípios inseridos em “Área de Especial Interesse Turístico”.** Disponível em: <<http://www.revistaturismo.com.br/artigos/planodiretor.html>>. Acesso em: 12 jul. 2007.

LOBODA, C.R.; DE ANGELIS, B. L. D. Áreas verdes públicas urbanas: conceitos, usos e funções. **Revista Ambiência**, Guarapuava-PR, v.1. n.1, p.125-139, jan.-jun. 2005.

LOPES, E. E. F.; PIZZOLITTO, N. Turismo e educação junto à comunidade: o ensino superior atuando em Araraquara. **Revista UNIARA**, Araraquara-SP, n.15, p. 69-68, 2004.

LORUSSO, D. C. S. Gestão de áreas verdes urbanas. In: Encontro Brasileiro sobre Arborização Urbana, 1., 1992. Vitória. **Anais....** Vitória: Prefeitura Municipal de Vitória, 1992. p.181-185.

LYNCH, K. **A imagem da cidade.** São Paulo: Martins Fontes, 1999.

MACEDO, S. S. **Quadro do paisagismo no Brasil.** São Paulo: Faculdade de Arquitetura e Urbanismo da Universidade de São Paulo, 1999.

MACEDO, S. S.; SAKATA, F. G. **Parques urbanos no Brasil**. 2. ed. São Paulo: Editora da Universidade de São Paulo (EDUSP); Imprensa Oficial do Estado de São Paulo, 2003.

MARTIN, V. **Manual prático de eventos**. São Paulo: Atlas, 2003.

MASCARÓ, L; MASCARÓ, J. **Vegetação urbana**. Porto Alegre: Financiadora de Estudos e Projetos (FINEP); Universidade Federal do Rio Grande do Sul, 2002.

MENEZES, E. F. de. **Evolução histórica do turismo**. Disponível em: <<http://www.frigoletto.com.br/GeoTur/evol.htm>>. Acesso em: 22 nov. 2006.

MIGUEZ, L. A. L. **Mapeamento e monitoramento dos maciços vegetais do município de Curitiba, PR**. 2001. 36f. Monografia (Especialização em Qualidade de Vida Urbana) – Faculdade de Administração e Economia do Paraná, Instituto de Engenharia do Paraná, Curitiba, 2004.

MOREIRA, A. C. M. L. **Conceitos de ambiente e de impacto ambiental aplicáveis ao meio urbano**. Material didático da Disciplina de Pós-Graduação Políticas Públicas de Proteção do Ambiente Urbano. 1999. Disponível em: <[http://www.usp.br/fau/docentes/deprojeto/a\\_moreira/producao/conceit.htm](http://www.usp.br/fau/docentes/deprojeto/a_moreira/producao/conceit.htm)>. Acesso em: jul 2007.

MOTA, S. **Urbanização e meio ambiente**. São Paulo: Associação Brasileira de Engenharia Sanitária, 1999.

MULLER, J. **Elementos semióticos no planejamento urbano: o caso de Curitiba**. 2004. 125F. Dissertação (Mestrado em Geografia) – Setor de Ciências da Terra, Universidade Federal do Paraná, Curitiba. 2004.

OBSERVATÓRIO DE TURISMO DO PARANÁ. **Perfil das pessoas atendidas nos postos de informações turísticas da Diretoria de Turismo de Curitiba – CIC – no ano de 2003**. Disponível em: <[http://www.obsturpr.ufpr.br/estatisticas/curitiba\\_pp.pdf](http://www.obsturpr.ufpr.br/estatisticas/curitiba_pp.pdf)>. Acesso em: 13 maio 2007.

OLIVEIRA, M. Meio ambiente e cidade: áreas verdes públicas de Curitiba. **Cadernos de desenvolvimento e meio ambiente**, Curitiba, n.3, p.73-87, 1996.

OLIVEIRA, M. Perfil ambiental de uma metrópole brasileira: Curitiba, seus parques e bosques. **Revista Paranaense de Desenvolvimento Econômico e Social**, Curitiba, n.88, p.21-22, 1996.

OLIVEIRA, M. de. A trajetória do discurso ambiental em Curitiba (1960-2000). **Revista de Sociologia Política**, Curitiba, Universidade Federal do Paraná. n.16. p.97-106, jun. 2000.

OMT – Organização Mundial do Turismo. **Conceitos básicos do turismo**. Disponível em: <<http://www.world-tourism.com>>. Acesso em: 22 out. 2002.

OMT – Organização Mundial do Turismo. **Introdução ao turismo**. São Paulo: Roca, 2001.

PARANÁ/SETU – Secretaria de Estado de Turismo. **Estudo da demanda turística de Curitiba**. Disponível em: <[http://www.pr.gov.br/turismo/estatistica\\_demanda\\_curitiba.pdf](http://www.pr.gov.br/turismo/estatistica_demanda_curitiba.pdf)>. Acesso em: 02 abr. 2007.

PARANATUR – Paraná Turismo. **Curitiba: estudo da demanda turística 2003**. Curitiba, 2004.

PEARCE, D. Introdução: temas e abordagens. In: PEARCE, D.; BUTLER, R. W. (Orgs.). **Desenvolvimento em turismo: temas contemporâneos**. São Paulo: Contexto, 2002. p.11-23.

PELLIZARO, P. C.; HARDT, L. P. A. Efetividade do planejamento urbano e regional: a cidade planejada e a cidade real. In: Encontro Anual Associação Nacional de Pós-graduação e Pesquisa em Meio Ambiente e Sociedade (ANPPAS). III, 2006, Brasília-DF. **Anais...** Brasília, 2006. p.139 - 145.

PEREIRA, G. de F. **Planejamento urbano e qualidade de vida: reflexão a partir de um bairro de Curitiba**. 436f. Dissertação (Mestrado em Gestão Urbana) – Universidade Federal do Rio de Janeiro e Instituto de Pesquisa e Planejamento Urbano e Regional, Rio de Janeiro, 1993.

PETROCCHI, M. **Turismo: planejamento e gestão**. 5.ed. São Paulo: Futura, 2001.

PMC – Prefeitura Municipal de Curitiba. Secretaria Municipal do Meio Ambiente. **Áreas verdes**. Disponível em: <<http://www.curitiba.pr.gov.br/Secretarias.aspx?svc=107>>. Acesso em: 15 set. 2005.

PMC – Prefeitura Municipal de Curitiba. **Richa anuncia revitalização do Passeio Público, que completa 120 anos**. Disponível em: <<http://www.curitiba.pr.gov.br/Noticia.aspx?n=4784>>. Acesso em: 03 maio 2007.

PMC – Prefeitura Municipal de Curitiba. Secretaria Municipal do Meio Ambiente. **Áreas verdes**. Disponível em: <<http://www.curitiba.pr.gov.br/Secretarias.aspx?svc=107>>. Acesso em: 15 junho 2006.

PMC – Prefeitura Municipal de Curitiba. **Nova sinalização turística começa a ser instalada nas ruas da cidade**. Disponível em: <<http://www.curitiba.pr.gov.br/Noticia.aspx?n=3881>>. Acesso em: 10 maio 2007a.

PMC – Prefeitura Municipal de Curitiba. **Parques e pontos turísticos são boas opções de lazer**. Disponível em: <<http://centro-civico.curitiba.pr.gov.br/Noticia.aspx?n=8281>>. Acesso em: 12 mar. 2007b.

PRETTO, J. G. **Curitiba no mapa do turismo de eventos**. Disponível em: <[http://www.revistadoseventos.com.br/bn\\_conteudo.asp?cod=2137](http://www.revistadoseventos.com.br/bn_conteudo.asp?cod=2137)>. Acesso em: 17 abr. 2007.

QUEIROZ, L. M. A. de. **A gestão pública e a competitividade de cidades turísticas**: a experiência da cidade de Salvador (BA). 2005. 97f. Tese (Doutorado em Geografia Física Regional) – Universidade de Barcelona, Barcelona, 2005.

REIS, R. S. **Determinantes ambientais para a realização de atividades físicas nos parques urbanos de Curitiba**: uma abordagem sócio-ecológica da percepção dos usuários. 2001. 167 f. Dissertação (Mestrado em Educação Física) – Universidade Federal de Santa Catarina, Florianópolis, 2001.

REJOWSKI, M.; COSTA, B.K. (Org.). **Turismo contemporâneo**: desenvolvimento, estratégia e gestão. São Paulo: Atlas, 2003

REVISTA FATOR BRASIL. **Curitiba é destaque em eventos e turismo de negócios**. Disponível em: <[http://www.revistafatorbrasil.com.br/ver\\_noticia.php?](http://www.revistafatorbrasil.com.br/ver_noticia.php?)

not=8517>. Acesso em: 18 abr. 2007.

ROBBA, F. **Praças brasileiras**. Disponível em: <[http://www.ycon.com.br/artigo\\_25\\_master.htm](http://www.ycon.com.br/artigo_25_master.htm)>. Acesso em: 23 jul. 2006.

RODRIGUES, A. A. B. La urbanización en Brasil y el fenómeno del turismo. **Anales de Geographie**, Universidade de Madrid, p.81-100, 1996.

RUSCHMANN, D. **Turismo e planejamento sustentável**: a proteção do meio ambiente. 4. ed. Campinas: Papirus, 1999.

RUSCHMANN, D. **Turismo no Brasil**: análise e tendências. Barueri: Manole; 2002.

SCALISE, W. Parques urbanos: evolução, projeto, funções e usos. **Assentamentos Humanos**, Marília-SP, v.4, n.1, p.17-24, out. 2002.

SEBRAE/PR – Serviço Brasileiro de Apoio às Micros e Pequenas Empresas do Paraná. **Os números do turismo no mundo, no Brasil e no Paraná 2003**. Disponível em: <[http://www.sebraepr.com.br/servlet/page?\\_pageid=796&\\_dad=portal30&\\_schema=PORTAL 30](http://www.sebraepr.com.br/servlet/page?_pageid=796&_dad=portal30&_schema=PORTAL%2030)>. Acesso em: 10 nov. 2005.

SETUR – Secretaria Municipal do Turismo. **Demanda turística**: Curitiba. Disponível em: <[http://www.pr.gov.br/turismo/pdf/est\\_curitiba.pdf](http://www.pr.gov.br/turismo/pdf/est_curitiba.pdf)>. Acesso em: 19 jul. 2007.

SETUR – Secretaria Municipal de Turismo. **Estatísticas do turismo no Paraná**: passageiros. Disponível em: <[http://www.pr.gov.br/turismo/pdf/est\\_passageiros.pdf](http://www.pr.gov.br/turismo/pdf/est_passageiros.pdf)>. Acesso em: 12 jul. 2007a.

SETUR – Secretaria Municipal de Turismo. **Turismo de negócios e eventos**. Disponível em: <[http://www.pr.gov.br/turismo/turismo\\_tipo\\_eventos.shtml?turistas](http://www.pr.gov.br/turismo/turismo_tipo_eventos.shtml?turistas)>. Acesso em: 23 mar. 2007.

SEGAWA, H. **Ao amor do público**: jardins no Brasil. São Paulo: Nobel, 1996.

SILVA, A. I. dos S. da; CID, J. F. Ética, turismo e mercado de trabalho. **Revista Eletrônica de Turismo**. Jun/2005. Disponível em: <<http://revistaturismo.cidadeinternet.com.br/artigos/etica.html>>. Acesso em: 12 nov. 2005.

SILVA, M. L. G. **Análise da qualidade ambiental urbana da bacia hidrográfica da Lagoa da Conceição**. 2002. 172 f. Dissertação (Mestrado em Engenharia de Produção) – Universidade Federal de Santa Catarina. Florianópolis, 2002.

SILVA, L. de J. M. da.; EGLER, I. O estudo da percepção em espaços urbanos preservados. In: Encontro da Associação Nacional de Pós-Graduação e Pesquisa em Ambiente e Sociedade (ANPPAS), 1, 2002. **Anais...** Indaiatuba: ANPPAS, 2002. p.02 - 10.

SILVA, E. L. da; MENEZES, E. M. **Metodologia da pesquisa científica e elaboração de dissertação**. 4.ed. Florianópolis: Universidade Federal de Santa Catarina, 2005.

SIMÕES, J. G. Revitalização de centros urbanos. **Revista Polis**, São Paulo, Instituto Pólis, n.19, p.6-9, 1994.

SMMA – Secretaria Municipal de Meio Ambiente. **Plano municipal de controle ambiental e desenvolvimento sustentável**: avaliação preliminar. Disponível em: <[http://www.ippuc.org.br/informando/consecon/Termo\\_Referencia\\_Meio\\_Ambiente.pdf](http://www.ippuc.org.br/informando/consecon/Termo_Referencia_Meio_Ambiente.pdf)>. Acesso em: 19 jul. 2007.

SMMA – Secretaria Municipal de Meio Ambiente. **Plano Municipal de controle ambiental e desenvolvimento sustentável**: diagnóstico. Disponível em: <[http://www.ippuc.org.br/informando/conteudo\\_peq\\_consecon3.htm](http://www.ippuc.org.br/informando/conteudo_peq_consecon3.htm)>. Acesso em: 12 dez. 2006.

SOUZA, M. L. **Mudar a cidade**: uma introdução crítica ao planejamento e a gestão urbana. Rio de Janeiro: Bertrand Brasil, 2003.

SPIRN, A. W. **O jardim de granito**: a natureza no desenho da cidade. São Paulo: Universidade de São Paulo, 1995.

SWARBROOKE, J. **Turismo sustentável**: conceitos e impacto ambiental. São Paulo: Aleph, 2000.

TOMIAZZI, A. B. **Perfil do visitante do Parque Natural Municipal do Mendanha, Município do Rio de Janeiro, RJ.** 2005. 47f. Monografia (Especialização em Gestão e Manejo Ambiental em Sistemas Florestais) – Universidade Federal de Lavras, Lavras, 2005.

TRIGUEIRO, C. M. **Marketing e turismo:** como planejar e administrar o marketing turístico para uma localidade. Rio de Janeiro: Qualitymark, 1999.

UFPR – Universidade Federal do Paraná. Engenharia Florestal. **Entrevista com o Engenheiro Maurício Dobjanski.** Disponível em <<http://www.floresta.ufpr.br/~paisagem/entrevista/mauricio.htm>>. Acesso em 12 mar. 2007.

URBS – Urbanização de Curitiba S.A. Departamento de Estatísticas. **Dados de passageiros da Rodoferroviária.** Curitiba, 2005.

VARGAS, H. C.; RIBEIRO, H. **Novos instrumentos de gestão ambiental urbana.** São Paulo: Editora da Universidade de São Paulo (Edusp), 2001.

YÁZIGI, E. **Turismo e paisagem.** 2.ed. São Paulo: Contexto, 2002.



## APÊNDICES

## APÊNDICE 1 – QUESTIONÁRIO DE PESQUISA JUNTO AOS VISITANTES DE PARQUES E ÁREAS SIMILARES

### Aos participantes da pesquisa

O presente questionário faz parte dos estudos para uma dissertação de Mestrado, cujo objetivo consiste em identificar as formas de contribuição do processo de planejamento de parques urbanos e áreas verdes para a melhoria do turismo na cidade de Curitiba. Com este intuito, é solicitada a sua participação respondendo às questões adiante apresentadas, agradecendo-se antecipadamente sua importante colaboração.

### QUESTIONÁRIO

#### 1 Identificação do entrevistado:

- |     |              |  |  |
|-----|--------------|--|--|
| 1.1 | Sexo         | <input type="checkbox"/> masculino                               | <input type="checkbox"/> feminino          |
| 1.2 | Faixa etária | <input type="checkbox"/> de 18 a 25 anos                         | <input type="checkbox"/> de 26 a 40 anos   |
|     |              | <input type="checkbox"/> de 41 a 60 anos                         | <input type="checkbox"/> 61 anos ou mais   |
| 1.3 | Escolaridade | <input type="checkbox"/> Fundamental (1ª a 8ª séries) incompleto |  |
|     |              | <input type="checkbox"/> Fundamental (1ª a 8ª séries) completo   |  |
|     |              | <input type="checkbox"/> Médio incompleto                        | <input type="checkbox"/> Médio completo    |
|     |              | <input type="checkbox"/> Superior incompleto                     | <input type="checkbox"/> Superior completo |
|     |              | <input type="checkbox"/> Pós-graduação                           | <input type="checkbox"/> Especialização    |
|     |              |  | <input type="checkbox"/> Mestrado          |
|     |              | <input type="checkbox"/> Doutorado                               |  |

#### 2 Identificação do visitante:

- turista de outros estados – especificar: \_\_\_\_\_
- turista do mesmo estado (Paraná)
- turista de outro país – especificar: \_\_\_\_\_

**3 Como ficou conhecendo a cidade?**

- por meio de propaganda veiculada pela mídia
- por recomendação da agência de turismo
- por recomendação de amigos e/ou parentes
- veio a trabalho ou estudo
- tem parentes e/ou amigos que moram na cidade
- de outra forma – especificar: \_\_\_\_\_

**4 Na sua opinião, qual o maior atrativo de Curitiba:**

- o grande número e a diversidade de eventos de negócios, culturais ou artísticos que são realizados na cidade
- os parques urbanos e a extensa área verde da cidade
- a fama de “cidade modelo”
- sua infra-estrutura turística
- outro – especificar: \_\_\_\_\_

**5 Como tomou conhecimento dos parques e áreas verdes?**

- por indicação do hotel em que está hospedado(a)
- por meio de agência de viagem
- por meio de guias turísticos
- por indicação de amigos ou parentes
- de outra forma – especificar: \_\_\_\_\_

**6 Qual(is) parque(s) urbano(s) e área(s) verde(s) você visitou?**

- Parque Barigüi
- Parque Tanguá
- Bosque Zaninelli (Universidade Livre do Meio Ambiente)
- Jardim Botânico
- Bosque Alemão
- Passeio Público
- Parque das Pedreiras (Pedreira Paulo Leminski / Ópera de Arame)
- Parque Tingui
- Parque São Lourenço
- Bosque João Paulo II (Bosque do Papa)
- nenhum

**7 Na sua opinião, as vias e a sinalização turística para acesso ao(s) parque(s) e área(s) verde(s) visitado(s) são:**

- ótimas – principal razão: \_\_\_\_\_
- deficientes – principal razão: \_\_\_\_\_
- péssimas – principal razão: \_\_\_\_\_
- não sabe responder

**8** Você considera a infra-estrutura (incluindo atrativos turísticos, instalações, segurança, conservação, limpeza etc.) existente no(s) parque(s) e área(s) verde(s):

- ótima
- insuficiente
- péssima
- não sabe responder

**9** Na sua opinião, os meios de locomoção existentes para se chegar aos parques e áreas verdes são:

- excelentes
- deficientes
- péssimos
- não sabe responder

**10** Na sua opinião, a divulgação dos parques e áreas verdes da cidade é:

- realizada de forma adequada
- deficiente
- não sabe responder

**11** O aspecto positivo do(s) parque(s) e área(s) verde(s) visitado(s) que mais lhe chamou a atenção é:

- conservação da vegetação e fauna
- conservação geral da área (limpeza, manutenção etc.)
- qualidade da infra-estrutura
- facilidade de acesso
- outro – especifique: \_\_\_\_\_
- não sabe responder
- nenhum

**12** O aspecto negativo do(s) parque(s) e área(s) verde(s) visitado(s) que mais lhe chamou a atenção é:

- inadequação da infra-estrutura
- deficiência de vias e sinalização de acesso
- má conservação das instalações
- pouco cuidado dispensado ao ambiente natural
- precariedade de limpeza
- insuficiência de equipamentos de lazer (playgrounds, instalações para a prática de exercícios físicos etc.)
- outro – especifique: \_\_\_\_\_
- não sabe responder
- nenhum

**13** Sua visita aos parques da cidade atendeu às suas expectativas?

( ) Sim

( ) Não – por que? \_\_\_\_\_

**14    Recomendaria a visita aos parques a seus amigos e parentes?**

( ) Sim

( ) Não – por que? \_\_\_\_\_

## APÊNDICE 2 – QUESTIONÁRIO DE PESQUISA JUNTO AOS HÓSPEDES DE HOTÉIS DA CIDADE

- Sexo:                     masculino       feminino
- Escolaridade:       Fundamental incompleto       Fundamental completo
- Médio incompleto       Médio completo
- Superior incompleto       Superior completo
- Renda familiar:     até 1 salário mínimo       de 1 a 5 salários mínimos
- de 5 a 10 salários mínimos       mais de 10 salários

-----

**1) Qual o motivo da sua estadia na cidade?**

- |  |  |
|--|--|
| <input type="checkbox"/> negócios          | <input type="checkbox"/> tratamento médico   |
| <input type="checkbox"/> família/ amigos   | <input type="checkbox"/> feiras e congressos |
| <input type="checkbox"/> lazer             | <input type="checkbox"/> culturab/ educação  |
| <input type="checkbox"/> atrações noturnas | <input type="checkbox"/> esportes            |
| <input type="checkbox"/> religião          | <input type="checkbox"/> descanso            |

**2) É a primeira vez que visita a cidade?**

- sim       não

**3) Qual seu tempo médio de permanência na cidade?**

- 1 dia       2 a 3 dias       3 a 5 dias       mais de 5 dias

**4) Qual o meio de transporte utilizado em seus deslocamentos dentro da cidade?**

- |  |   |
|--|---|
| <input type="checkbox"/> a pé                            | <input type="checkbox"/> táxi                   |
| <input type="checkbox"/> ônibus urbano                   | <input type="checkbox"/> carro de aluguel       |
| <input type="checkbox"/> condução fornecida pela empresa | <input type="checkbox"/> outro – especificar: _ |

5) **Como obtém informações a respeito dos atrativos turísticos do município?**

- mídia  agência de turismo  
 amigos / parentes  hotel  
 Outro – especificar:

6) **Já tomou conhecimento dos parques urbanos que a cidade possui?**

- sim  não

7) **Você tem interesse em conhecer os parques urbanos da cidade?**

- sim  não

8) **Já visitou algum dos parques? Qual(is)?**

- |  |   |
|--|---|
| <input type="checkbox"/> Bosque Alemão           | <input type="checkbox"/> Bosque Capão da Imbuia |
| <input type="checkbox"/> Bosque Boa Vista        | <input type="checkbox"/> Bosque da Fazendinha   |
| <input type="checkbox"/> Bosque Italiano         | <input type="checkbox"/> Bosque Gutierrez       |
| <input type="checkbox"/> Bosque João Paulo II    | <input type="checkbox"/> Bosque Portugal        |
| <input type="checkbox"/> Bosque Reinhard Maack   | <input type="checkbox"/> Bosque Zaninelli       |
| <input type="checkbox"/> Jardim Botânico         | <input type="checkbox"/> Parque Barigui         |
| <input type="checkbox"/> Parque da Barreirinha   | <input type="checkbox"/> Parque das Pedreiras   |
| <input type="checkbox"/> Parque do Trabalhador   | <input type="checkbox"/> Parque dos Tropeiros   |
| <input type="checkbox"/> Parque Bacacheri        | <input type="checkbox"/> Parque do Passaúna     |
| <input type="checkbox"/> Parque Iguaçu Zoológico | <input type="checkbox"/> Parque São Lourenço    |
| <input type="checkbox"/> Parque Tanguá           | <input type="checkbox"/> Parque Tingui          |
| <input type="checkbox"/> Passeio Público         |   |

9) **Como você avalia a organização dos parques visitados?**

- boa  ótima  regular  ruim