

O Impacto do Planejamento Urbano na Imagem da Cidade

Diogo Luders Fernandes
Thays Cristina Domareski Ruiz
José Manoel Gonçalves Gândara

Universidade Estadual do Centro Oeste – UNICENTRO
Universidade Federal do Paraná – UFPR

Resumo: Este artigo tem como objetivo principal verificar mediante as pesquisas de demanda turística da cidade de Curitiba dos anos de 2005 e 2010, como as melhorias do planejamento urbano proporcionaram uma imagem competitiva da capital paranaense como destino turístico de qualidade. A metodologia utilizada no artigo foi um estudo exploratório, com pesquisa documental, onde se analisou as pesquisas de demanda turística de Curitiba. Utilizou-se o modelo de avaliação de competitividade Modelo de Porter, (1989); Modelo de Esser, (1994); Modelo de Crouch e Ritchie, (1999); Modelo de Heath, (2003); Global Competitiveness Report, (2007); Modelo de Dwyer e Kim (2003) e Boullon (2002) na verificação da relação com o planejamento urbano e o patrimônio turístico. O artigo identifica a importância e a relevância do planejamento urbano no desenvolvimento das cidades como imagem de um destino turístico competitivo.

Palavras-Chave: planejamento urbano, imagem, competitiva;

Introdução

As cidades são espaços de encontro, de convivência, de história, cada qual com suas singularidades, fruto da ocupação e produção espacial, o que proporciona diferentes atratividades sob a perspectiva turística, mas que, antes disso, devem ser locais adequados ao convívio em sociedade, apresentando qualidades sociais, culturais e ambientais que atendam às necessidades da população e estimulem a visitação.

Portanto, pensadas para produzir um ambiente de qualidade, onde os serviços públicos disponíveis à população atendam seus anseios e às necessidades, garantindo a vida em sociedade mais harmoniosa, e assim proporcionando crescimento econômico e cuidado ao meio ambiente.

Com a mudança no modo de produção e do trabalho na Revolução Industrial as cidades passam a desempenhar papéis de concentração e polarização da economia. Tais papéis passam por uma nova transformação com o avanço das tecnologias de comunicação e transportes nas décadas de 70, 80 e 90 do século XX, quando as grandes organizações

saem em busca de novas oportunidades, transformando e especializando as regiões de contexto local para o global (SPOSITO, 2007; ASCHER, 2010).

Nesse sentido, a globalização da economia e de todo o tipo de atividades e processos determinam as cidades como motor de desenvolvimento da humanidade, o que faz com que esse processo de crescimento das cidades se torne ainda mais complexo em função das condicionantes da globalização. Dessa forma, a globalização se caracteriza como consequência do processo evolutivo da economia como um todo (LOPES, 1998).

Em termos geoeconômicos, o fenômeno já consolidado da globalização naturalmente criou as condições para o acirramento da competitividade entre cidades e regiões. Conforme afirma Metaxas (2007), os parâmetros para avaliar esta competitividade são distintos, ou seja, aspectos como balanços de comércio, taxa de câmbio e gerenciamento de demanda não podem ser justapostos a esta realidade. Dessa forma, o planejamento urbano é capaz de gerar vantagens estratégicas nas cidades como respostas competitivas aos novos desafios da globalização através da transformação das cidades.

Neste sentido, o processo de crescimento e desenvolvimento das cidades, impulsionado pela globalização e a competitividade da economia como um todo, se caracteriza em uma nova proposta de planejamento. Deste modo, este trabalho tem como objetivo principal verificar mediante as pesquisas de demanda turística da cidade de Curitiba dos anos de 2005 e 2010, como as melhorias do planejamento urbano proporcionaram uma imagem competitiva da capital paranaense como destino turístico de qualidade.

Fundamentação Teórica

Na busca de compreender a realidade existente nas cidades, Moura (2007), Sánchez (2003), Souza (2005), César; Stigliano (2010a) e Lopes (1998) salientam que devemos abordar a cidade por meio das suas relações de produção do espaço urbano uma vez que esta abordagem permite compreender os modelos e fatos espaciais como produtos e processos de uma sociedade.

A cidade é entendida como produto da interação entre agentes sociais, pertencentes à iniciativa privada, ao poder público e a sociedade civil. Segundo Carlos (1994), Ribeiro (2005), Limonad (1999), Ascher (2010), Moura (2008), Lopes (1998), Souza (2005) tal interação ocorre para que a sociedade possa produzir um espaço que atenda suas

necessidades, visando o funcionamento do ciclo do capital e da produção humana, sendo uma apropriação do espaço urbano pela sociedade.

A valorização de certos espaços urbanos, seja para o turismo ou outra finalidade, não ocorre somente por sua potencialidade, uma vez que a cidade deve ser entendida, segundo Corrêa (1999, p.08), como: “o espaço urbano é um condicionante da sociedade, fragmentado e articulado, reflexo e condicionante social, um conjunto de símbolos e campos de luta”. Onde o poder público deve atuar como mediador de modo a proporcionar investimentos em infraestrutura e organização que visam à reprodução do capital, bem como, a melhoria das condições de vida da população, gerenciando conflitos e contradições que venham impedir tal ciclo.

As políticas públicas devem ser formuladas com o intuito de minimizar conflitos e proporcionar oportunidades de crescimento ordenado em harmonia com o meio ambiente, atendendo as necessidades dos cidadãos das cidades, assim como as expectativas dos turistas, baseadas em um processo racional de planejamento orientado pela elaboração e execução do Plano Diretor da cidade. Muitas vezes estas políticas não são exclusivamente turísticas sendo necessário para o bom funcionamento do turismo investimentos, em infraestrutura urbana, que primeiramente irão melhorar a cidade para os habitantes, deste modo podendo atender de modo satisfatório aos seus visitantes. O planejamento turístico deve ser trabalhado de forma integrada para proporcionar a criação de valor para o destino turístico, onde o turista deve adquirir juntamente com os serviços, a experiência e a sensação. (CORIOLANO, 2003; PETROCCHI, 2004; LOPES, 1998)

Sendo que o Plano Diretor consiste em uma exigência da Constituição Federal para municípios com mais de 20 mil habitantes, este documento deve estabelecer as diretrizes do desenvolvimento urbano de modo a atingir a melhor e maior qualidade de vida aos habitantes, de forma participativa. Atendendo aos anseios da população, em um processo participativo na gestão e no planejamento elaborando e fiscalizando ações que proporcionem aos espaços urbanos melhorias sociais, ambientais, econômicas, políticas e culturais. Focada nas funções mais diversas como: morar, trabalhar, locomover, lazer, entre outras. Na intenção de encontrar um lugar de destaque na economia global. (YAZIGI, 2001; SOUZA, 2005; QUEIRÓS, 2009; BRASIL, 2001; CÉSAR; STIGLIANO, 2010).

Esse fenômeno proporciona à cidade novos horizontes e perspectivas de desenvolvimento. Neste sentido, obrigando-a a se promover no mercado global como uma mercadoria a ser comprada ou vendida para consumidores nacionais e individuais. Assim, Queirós (2009, p. 4) observa que “as políticas urbanas tornaram-se mais ambiciosas e assentam em estratégias para aumentar a atratividade das cidades”. Esta característica das cidades, juntamente com seu dinamismo, proporciona aos espaços urbanos uma atratividade de lugares com níveis variados de motivação, o que impulsiona tais cidades a procurarem uma nova forma de interação com os demais centros de suas regiões.

Para Queirós (2010, p. 17) “[...] a cidade deixa de ser um centro de produção para se converter em um pólo de consumo”. A exteriorização da produção de bens e serviços cada vez mais ocorre fora das empresas. Este fato acaba por influenciar a dinâmica das cidades apresentando-as como verdadeiros espaços produtivos, gerando novas mercadorias, criando valor de troca a certos espaços da cidade tornando-se produtos de atividades como o turismo, que conseqüentemente exige mais atenção do poder público de modo a proporcionar a esses espaços um ambiente mais propício para as atividades econômicas. (ASCHER, 2010; MOURA, 2007; CÉSAR; STIGLIANO, 2010)

Dessa forma, Scherer (2002) e César; Stigliano (2010b) aponta que a paisagem urbanística deve ser usada para fins econômicos, considerada um elemento estratégico. O turismo consiste em uma atividade que consome elementarmente o espaço se tornando um agente condicionador e transformador das relações espaciais, a atividade turística muitas vezes se apropria de determinados espaços das cidades, modificando-os e lhes dando uma nova configuração e sentido conforme as relações de produção e consumo do turismo (CRUZ, 2001; SCHERER, 2002; RAMOS; GANDARA; TRAMONTIM, 2008).

A atividade turística ao se desenvolver nos espaços urbanos, apropria-se da infraestrutura e recursos existentes e das facilidades implantadas na cidade, atribuindo uma nova realidade a estes espaços, que acabam por se tornar espaços de consumo para um determinado grupo de usuários. Tais transformações ocorrem por meio de um conjunto de bens e serviços que são responsáveis pelo desenvolvimento do turismo, que para Boullón (2002) consiste no patrimônio turístico, composto por 4 elementos: os atrativos, equipamentos, infraestrutura e superestrutura, que compõem essa prática.

O patrimônio turístico se caracteriza pela relação existente entre os atrativos turísticos, que são os elementos motivadores das viagens, os empreendimentos que auxiliarão o turista enquanto este estiver fora do seu local de residência, lhe oferecendo hospedagem, alimentação, orientações, entre outros. A infraestrutura que se caracteriza pelas instalações e atividades que dão suporte ao desenvolvimento de uma localidade e a superestrutura que consiste nos órgãos de gestão que organizam e normatizam as atividades em um determinado espaço. (BOULLÓN, 2002; BAHL, 2004)

Assim, é de fundamental importância que os destinos turísticos transformem-se em unidades integradas de planejamento e gestão, tendo como objetivo reunir diversas instituições e órgãos administrativos relacionados à atividade para a avaliação, planejamento e execução das decisões estratégicas. (CÉSAR; STIGLIANO, 2010b)

Portanto, a compreensão dos destinos turísticos como unidades integradas, se faz necessária pela característica multidisciplinar do fenômeno turístico, onde o planejamento turístico e urbano e a gestão estão inseridos, viabilizando o desenvolvimento. Associando conceitos de planejamento urbano, gestão urbana, competitividade e desenvolvimento de maneira integrada, buscar-se-á conduzir as cidades para um futuro sustentável, o que significa neste caso “promover a produtividade no uso dos recursos ambientais e fortalecer as vantagens competitivas” (DURAZO, 1997, p.51).

A competitividade pode ser entendida como a capacidade crescente de gerar negócios lucrativos nas atividades econômicas relacionadas, de forma sustentável, superior à concorrência. Como um conceito multidimensional, que requer a superioridade em diversos aspectos para ser obtida frente a concorrência, além de buscar criar valores que possa ser percebido pelo consumidor, de modo a possuir um diferencial, que venha a atender as necessidades e especificidades do usuário. É um conceito dinâmico e para acompanhar o complexo processo concorrencial, os destinos turísticos são pressionados pelo desafio de se manterem competitivos frente ao mercado. (CROUCH; RITCHIE, 1999; DWYER; FORSYTH; RAO, 2000; D’HAUTESERRE, 2000; HEATH, 2002; OMERZEL; MIHALIC, 2007).

A utilização de indicadores para a avaliação da competitividade nos destinos turísticos tem sido recorrente, pois permitem informações consistentes sobre o destino e que podem posteriormente servir de auxílio na gestão do destino (PÉREZ; MESANAT,

2006a). Neste sentido os modelos de avaliação de competitividade de destinos turísticos utilizam indicadores específicos em sua medição, cada modelo de acordo com suas características.

Entende-se, que a competitividade de destinos está relacionada à habilidade de prover produtos e serviços melhores do que aqueles oferecidos por outros destinos turísticos nos aspectos que o turista aprecia e valoriza. Onde os conceitos de planejamento urbano e gestão seguem em paralelo para atingir o desenvolvimento. Sendo o planejamento urbano um importante instrumento para aumentar a competitividade econômica dos destinos turísticos (WU; ZHANG, 2007; DWYER; KIM, 2003; CÉSAR; STIGLIANO, 2010b).

Dessa forma, o planejamento urbano se relaciona diretamente ao desenvolvimento das cidades, onde o conceito de competitividade urbana é geralmente definido como "a capacidade de uma economia (urbana) atrair e manter empresas com quotas de mercado estáveis ou crescentes de uma atividade e ao mesmo tempo manter ou aumentar os padrões de vida para aqueles que participam dele". (SHEN, 2010).

Neste sentido, na competitividade de destinos turísticos geralmente não se apresenta o foco nos aspectos individuais dos produtos turísticos (atrativos, equipamentos, infraestrutura, superestrutura, etc.), mas sim, no destino turístico como um todo, integrado como componente do conjunto de facilidades (Buhalis, 2000; Ritchie; Crouch, 2000). Onde todos agentes sociais devem estar envolvidos e empenhados em atender de forma mais satisfatoriamente aos usuários da cidade, sejam moradores ou turistas, pois ao vivenciar a experiência da visita a um determinado destino avalia sua qualidade de forma conjunta, onde os diversos setores devem trabalhar harmoniosamente para que sua integração seja percebida e valorizada pelo visitante. Isto por que a imagem do destino é formada em uma construção conjunta entre as entidades públicas, privadas e comunidade, onde todos têm responsabilidades (PETROCCHI, 2004; MIDDLETON, 2001; GANDARA, 2001).

O planejamento de um destino turístico urbano não deve ser pensado por uma visão estritamente física que priorize a ordenação do território, sua configuração arquitetônica, seus equipamentos coletivos, mas sim proporcionar um ambiente que possa possibilitar construir a cidadania em seus usuários.

Por meio do planejamento, o governo acaba por construir a imagem de uma cidade, sendo que segundo Gandara (2001, p. 383) “[...] cada vez más las ciudades se están convirtiendo em productos a ser comercializados. La imagen proyectada por estas ciudades esta adquiriendo um papel preponderante em esta comercialización[...]”. E para que a haja uma qualidade na imagem da cidade é fundamental que as intervenções proposta para a cidade sejam voltadas a melhoria da qualidade de vida da sua população.

A produção e a transformação da cidade propiciam o surgimento de elementos urbanos que são apropriados pela atividade do turismo, como por exemplo, edificações antigas preservadas, centro históricos, áreas públicas como praças e parques, além é claro de toda a infraestrutura do sistema viário, que são percebidas e avaliadas por visitantes e moradores fazendo parte da construção da imagem de uma cidade, criando valor a ser utilizado como um elemento de vantagem competitiva.

Dessa forma, a imagem da cidade é formada segundo Lynch (1997) não pela cidade em si, mas sim pela percepção de seus cidadãos. Sendo assim, entendendo que o planejamento urbano é um instrumento de organização elaborado de forma participativa onde seus representantes irão moldar a urbe conforme a imagem que os habitantes têm ou desejam para cidade, no intuito de torná-la mais atraente a investimentos e novas atividades econômicas, agregando valor de modo a transformá-la em um espaço produtivo e competitivo no cenário de economia global.

Metodologia

Para concretização do objetivo proposto, inicialmente foi realizado um estudo exploratório com pesquisas bibliográficas sobre cidades, planejamento urbano, competitividade, qualidade, imagem, destinos turísticos e turismo. Tais leituras se deram com intuito de embasar teoricamente o estudo e auxiliar a análise dos dados e da realidade encontrada. Juntamente com a pesquisa bibliográfica foi realizada a pesquisa documental, sendo considerados: o Plano Diretor de Curitiba de 2004, os Estudos da Demanda Turística realizado pelo Instituto Municipal de Turismo de Curitiba (2011) e da SETU (2007).

Para identificar os indicadores dos aspectos urbanos que influenciam na competitividade do destino turístico utilizou-se uma análise referente às temáticas de planejamento urbano e de competitividade de destinos turísticos. Posteriormente, foram relacionados os determinantes dos seis modelos de competitividade frente a relação direta do planejamento urbano, que estão presentes nos modelos de competitividade de: MP – Modelo de Porter, 1989; ME – Modelo de Esser, 1994; MCR – Modelo de Crouch e Ritchie, 1999; MH – Modelo de Heath, 2003; MDK – Modelo de Dwyer e Kim, 2003; GCR – Global Competitiveness Report, 2007. Assim, foram utilizados os indicadores pré-determinados pelos modelos para a verificação da relação com o planejamento urbano e o patrimônio turístico proposto por Boullón (2002).

Desta forma, primeiramente identificou-se todos os determinantes, assim listou-se todos os indicadores relacionados a cada determinante (atrativos, equipamentos, infraestrutura e superestrutura), com relação direta e/ou indireta com o planejamento urbano, conforme a tabela 1, de modo a orientar quais os elementos existentes nas pesquisas de demanda que seriam analisados, assim como quais os elementos do planejamento urbano e do turismo que seriam avaliados.

O Modelo de Porter e o Modelo de Esser são os modelos de competitividade que menos possuem afinidades com o planejamento urbano. Por se tratar de modelos com outro foco, o MP, o da produtividade e ter sido elaborado especificamente para empresas/indústrias e o ME por ser sistêmico e muito relacionado às questões políticas e governamentais, visando uma competitividade mais ampla, mais global.

No Modelo de Heath é levado em consideração um planejamento estratégico e visionário, sinergia do desenvolvimento do destino turístico, estratégias e políticas sustentáveis, administração, gestão e pesquisa do destino, além dos recursos, o que o aproxima nos aspectos do planejamento urbano.

O Modelo de Dwyer e Kim é o modelo integrado e o primeiro a utilizar indicadores em sua formatação, este se aproxima do planejamento urbano por evidenciar aspectos como transporte e infraestrutura, onde os caracteriza como recursos de apoio.

O Modelo de Crouch e Ritchie foi desenvolvido com o foco no turismo e por esta razão tem uma percepção específica e diferenciada do destino turístico. Abrange os principais aspectos do planejamento urbano levantados na tabela 01.

No relatório do Global Competitiveness Report é observado que todos os aspectos relativos ao planejamento urbano, listados na tabela 01, estão em seus determinantes.

Tabela 01: Aspectos dos Modelos de Competitividade (MCR, MDK, MH, GCR) relacionados com o Planejamento Urbano, Infraestrutura e Serviços Urbanos.

INFRAESTRUTURA EM GERAL

Adequação da infraestrutura para satisfazer as necessidades dos visitantes; Infraestrutura geral e turística; Infraestrutura; Infraestrutura e capacidade de gestão;

SAÚDE

Saúde – centros médicos para os turistas; Questões de saúde;

COMUNICAÇÃO

Sistema de telecomunicações para o turista; Infraestrutura de comunicação;

TRANSPORTE/ACESSO

Sistema de transporte local; Infraestrutura de transporte local; Infraestrutura de transporte terrestre; Infraestrutura de transporte aéreo;

ENERGIA

Fornecimento de energia elétrica;

SANEAMENTO

Saneamento

LIMPEZA

Limpeza; Eliminação de resíduos;

SEGURANÇA

Segurança pessoal; Segurança para o turista; Proteção, segurança; Nível de segurança do turista no destino; Incidência de crime contra o turista no destino;

Fonte: elaborado pelos autores;

Na tabela 1 foram identificado os principais aspectos de competitividade (MCR, MDK, MH, GCR) que possuem relação com o planejamento urbano, com estes elementos iniciou-se um estudo documental, no Plano Diretor de Curitiba, assim como nos planos setoriais e relatórios desenvolvidos pelo IPPUC (2008-2010), com o intuito de entender como tais aspectos são trabalhados na capital paranaense.

Após este levantamento buscou realizar uma investigação na pesquisa de demanda do Instituto Municipal de Turismo de Curitiba (2011), afim de identificar como tais aspectos eram avaliados pelos turistas e residentes da cidade, com o objetivo de realizar uma análise por meio destes dados e do referencial teórico demonstrando a importância destes aspectos urbanos na formação da imagem de Curitiba, esta levantada na pesquisa de demanda citada anteriormente, e sua influencia na competitividade da cidade.

Neste sentido, a análise e a validação dos resultados se deu segundo Laville e Dionne (1999), por emparelhamento com a discussão conceitual realizada anteriormente no marco teórico, e os dados encontrados nas pesquisas de demanda. O uso do emparelhamento justifica-se, uma vez que o pesquisador buscou, a partir de uma abordagem teórica, compreender o fenômeno estudado. Contudo torna-se necessário

que seja comprovada a associação entre teoria e realidade, garantindo-se a qualidade do estudo desenvolvido (KRIPPENDORFF, 1980; LAVILLE; DIONNE, 1999).

Resultados e Discussões

Curitiba, a capital do estado do Paraná, está localizada no primeiro planalto paranaense a aproximadamente 905 m de altitude acima do nível do mar. É conhecida internacionalmente por seu planejamento urbano, seus programas ambientais e o sistema de transporte público, elementos que deram a cidade destaque no cenário nacional e internacional,

O Instituto Municipal de Turismo de Curitiba realiza estudos junto aos moradores e visitantes de Curitiba, onde estes estudos têm por objetivo identificar o perfil do turista que visita a cidade, e suas experiências vividas no destino. Desta forma o questionário aplicado faz referência a imagem da cidade de Curitiba e sua qualidade em relação à: áreas verdes, conservação dos edifícios, qualidade do tráfego, qualidade de vida entre outros. Além da avaliação quanto a serviços como: transporte coletivo, sinalização, segurança, limpeza pública, entre outros.

Muitos dos resultados positivos encontrados na pesquisa são reflexos de anos de trabalhos de urbanização na capital paranaense, resultados de instrumentos de planejamento como os Planos Diretores. Uma vez que tais instrumentos vêm auxiliando o ordenamento e a organização urbana de Curitiba desde os anos 1941 e 1943 quando foi elaborado o primeiro plano urbanístico de Curitiba, conhecido como plano Agache, este plano foi parcialmente implantado devido às dificuldades de condições financeiras e a ocupações irregulares. Porém, mesmo com poucas intervenções realizadas, este primeiro plano urbanístico deixou suas marcas que podem ser vistas até hoje na capital do Paraná. Como a delimitação do Centro Cívico, o Parque Barigüi, o Tatumã com seu uso esportivo, o Centro Politécnico da UFPR e o Quartel do Bacacheri. (IPPUC, 2004, p.24)

Em 1965, a prefeitura municipal lança um concurso para elaboração do novo plano diretor, tendo como vencedora a proposta da empresa SERETE em conjunto com Jorge Wilhelm Arquitetos Associados, o plano urbanístico preliminar deu origem ao novo Plano Diretor, implantado por meio da Lei nº 2828 de 31 de julho de 1966. Este plano

deu início à fase que destacou a capital paranaense como cidade modelo de urbanização, e também se institucionalizou por meio da criação do Instituto de Pesquisa e Planejamento Urbano de Curitiba - IPPUC, que é responsável pelo gerenciamento e pelas pesquisas de implantação do plano. (OLIVEIRA, 2000)

O plano diretor de 1966, conforme Oliveira (2000) e Menezes (1996) é o marco na organização espacial de Curitiba suas propostas inovadoras na época como a integração entre a recreação, o trabalho a promoção social, o cuidado com o meio ambiente, com a criação de mecanismos que se proporciona a população qualidade de vida, transporte coletivo eficiente, a preocupação com a prevenção de enchentes que ocasionou a preservação de grandes extensões de áreas verdes e de fundos de vales com a criação de parques que passaram a ser utilizados pela comunidade como áreas de lazer, e hoje são um dos principais atrativos da cidade de Curitiba.

Este plano foi sustentado pelo tripé de integração física– zoneamento, transporte coletivo e sistema viário, mas constantemente trabalhado em conjunto com outras questões essenciais, que formam um tripé paralelo das diretrizes do plano diretor: dinâmica econômica, organização social e meio ambiente. (IPPUC, 2004)

Assim o plano diretor de 1966 que até o ano de 2004 estava em vigor em Curitiba buscou proporcionar ao espaço urbano transformações que de modo integrado possibilitariam ao cidadão uma cidade onde morar, trabalhar, circular, recrear e viver ocorre-se de forma integrada em um sistema de qualidade propondo ações que oportunizassem a humanização da cidade, o crescimento econômico, o desenvolvimento sociocultural e a preservação ambiental.

No ano de 2004 é instituído pela Lei nº 11266 de 16 de dezembro de 2004 a necessidade de adequar o plano diretor de Curitiba, da Lei nº 10.257, de 10 de julho de 2001, a qual conhecida como Estatuto das Cidades, elaborado por meio de um processo participativo envolvendo a comunidade como um todo. Adequando o antigo plano as novas exigências vigente pelo Estatuto das Cidades.

Desde obras como o Passeio Público e as pontes de ferro, as obras públicas locais, em elementos de mobiliário e desenho urbanos, são fortes referências, não só para a visitação turística, mas também na estimulação social, cultural e econômica do espaço urbano. A prática local é transformar usos de áreas degradadas e de pouca dinâmica por meio de obras que induzam mudanças. As intervenções servem tanto para incrementar a ocupação urbana como para

dinamizar a economia nesses compartimentos da cidade, ofertando ainda balizas para a organização social e a animação cultural. (IPPUC, 2004, p. 49)

O plano diretor de 2004 demonstra os legados que os demais planos diretores de Curitiba deixaram para cidade, e deixa claro que estas iniciativas continuarão em vigor de modo a proporcionar ao espaço urbano curitibano novas oportunidades de desenvolvimento da cidadania na capital do Paraná.

Incrementos no sistema viário da cidade dinamizando o tráfego, e no sistema de transporte favorecendo o transporte coletivo ao individual e mais de 300 km de ciclovia na cidade, demonstram as iniciativas do plano diretor em tentar solucionar o problema do congestionamento na cidade. Assim como a implantação de um sistema de sinalização apto a orientar o transeunte, favorecem a circulação na cidade auxiliando e proporcionando certa hospitalidade a Curitiba.

O zoneamento e uso do solo demarcam áreas da cidade que devem ser preservadas e possibilitando seus usos para conservação do meio ambiente e do patrimônio histórico cultural da capital, oportunizando o surgimento de espaços públicos destinados ao lazer e ao encontro dos cidadãos e dos visitantes.

No que tange ao meio ambiente o sistema de coleta seletiva e a criação de parques é destacado no plano diretor, demonstrando a importância e preocupação com o cuidado com o meio ambiente o que proporciona a cidade um ambiente mais agradável a visitação e a recreação. Assim como a revitalização de prédios históricos e a construção de teatros e museus, que vem a oportunizar espaços culturais e de qualidade ambiental, no resgate da memória da história de Curitiba e do próprio Estado.

O turismo é trabalhado de modo integrado ao plano diretor, na cidade é realizada anualmente uma pesquisa de demanda para identificar as necessidades e a satisfação dos turistas e residentes, assim como a atualização do inventário turístico. A preocupação com o meio ambiente e o patrimônio histórico é uma realidade, de modo a proporcionar aos usuários de Curitiba espaços de qualidade para visitação e recreação.

É devido a estas ações propostas e destacadas no plano diretor de 2004, como: ações de cunho social, de habitação, segurança pública, saúde, educação e geração de emprego, que a cidade de Curitiba possui uma avaliação positiva quanto a sua imagem para seus moradores e visitantes.

A tabela a seguir demonstra a avaliação de moradores e visitantes (turistas/excursionistas) quanto alguns aspectos urbanos e turísticos da cidade de Curitiba, estes elementos têm influencia direta das intervenções de anos de planejamento urbano na capital paranaense.

Tabela 02: Avaliação dos residentes e visitantes quanto alguns aspectos urbanos e turísticos, que influenciam a formação da imagem de Curitiba. (em porcentagem)

Aspectos Urbanos Turísticos	Residentes		Visitantes	
	2005*	2010**	2005*	2010**
Atendimento Médico	53,8	52,8	82,7	82,4
Limpeza Pública	78,6	75,1	86,8	86,7
Segurança Pública	23,4	36,2	62	67,8
Sinalização Urbana	70,6	74,8	80,9	82
Sinalização Turística	65,9	76,2	75,3	80
Telefonia	76	50,4	85,9	70,1
Transporte Coletivo	80	60,7	89,5	83,6
Vias Urbanas	60,9	60	***	76,4
Áreas Verdes	87,2	89,4	85,9	92,8
Conservação dos Edifícios	56,7	63,5	65,9	76,5
Poluição do Ar	44,6	43,2	62,7	60,7
Poluição Sonora	32,7	22,6	47,6	47
Qualidade de Vida	83	85,9	83,3	89,7
Tráfego	30,1	18,5	51,4	35,7
Atrativos	0	0	93,9	95,2

Fonte: Instituto Municipal de Turismo de Curitiba (2011); SETU (2007); Adaptado pelos autores.

As intervenções urbanísticas em Curitiba vão muito além de simples implantações de equipamentos urbanos, mas sim na tentativa de solucionar conflitos e melhorar a qualidade do espaço urbano, valorizando a cidade de modo a dar novos usos aos espaços já existentes, na tentativa de dinamizar o desenvolvimento da capital do estado (YAZIGI, 2001; RAMOS, GANDARA, TAMONTIN, 2008; CÉSAR; STIGLIANO, 2010b).

Pesquisas da SETU e do Instituto de Municipal de Turismo de Curitiba (2010) demonstram que o turismo se apropria destas melhorias, oportunizando ao visitante da cidade, atrativos, assim como melhores condições de visitação e de experiências de qualidade, fato este é evidenciado quando se observa os principais atrativos da capital segundo os turistas, tendo destaque os parques e os equipamentos neles instalados.

Assim fica claro que o planejamento urbano além de proporcionar a melhoria do espaço urbano para os moradores da cidade também criam oportunidades de uso para espaços que venham a ser apropriados pela prática de outras atividades econômicas como o

turismo, oportunizando aos visitantes e residentes áreas de lazer e recreação de qualidade (MOURA, 2007; LOPES, 1998; SOUZA, 2005).

Os elementos analisados na tabela 2, como já exposto são referentes aos aspectos urbanos avaliados por turistas e residentes de Curitiba, que segundo os indicadores encontrados nos estudos de Dwyer & Kim, (2003); Crouch e Ritchie, (1999); Modelo de Heath, (2003); Global Competitiveness Report, (2007), são determinantes para a competitividade do destino turístico, que são determinados pelo processo de planejamento urbano, e influenciam diretamente e de forma marcante na construção da imagem da cidade (ver tabela 3), uma vez que são eles que qualificarão ou não o espaço urbano para os moradores e visitantes, estimulando e criando valor, aumentando a competitividade de Curitiba. (PETROCCHI, 2004; MIDDLETON, 2001; GANDARA, 2001)

Tabela 03: Imagem da cidade de Curitiba quanto a avaliação dos residentes e visitantes. (em porcentagem)

Imagem da Cidade	2005*		2011**	
	Residentes	Visitantes	Residentes	Visitantes
Cidade com Qualidade de Vida	36,5	33,7	37,2	38,5
Cidade Ecológica	27,4	21	20,7	16,6
Cidade Cultural	12,5	16,2	11	12,5
Cidade Turística	11	14,4	12,1	11,7
Cidade Universitária	8,4	***	5,9	4,2
Outras	4,2	14,7	12,9	16,5

Fonte: Instituto Municipal de Turismo de Curitiba (2011); SETU (2007); Adaptado pelos autores.

O planejamento urbano buscou uma associação da imagem da cidade para torná-la competitiva e inseri-la através da comunicação e da promoção, na procura de um novo impulso ao crescimento urbano e econômico. Este discurso justifica e viabiliza novas práticas políticas e ações integradas de planejamento assim como algumas condições e oportunidades dos espaços urbanos tradicionais para atrair e fixar atores criativos e atividades inovadoras, enquanto se caracteriza a possibilidade de um desenvolvimento urbano competitivo. (CROUCH; RITCHIE, 1999; DWYER; FORSYTH; RAO, 2000; D'HAUTESERRE, 2000; LOPES, 1998; SOUZA, 2005; DURAZO, 1997).

Portanto, pode ser observado que os aspectos e elementos do planejamento urbano estão presentes nos indicadores do Modelo de Dwyer e Kim (2003), e estão diretamente relacionados à temática da competitividade de destinos turísticos, pois estes elementos

participam diretamente das diretrizes metas e planos do desenvolvimento do próprio destino, sendo base para nortear a estratégia do destino turístico.

Corroborando com esta consideração, segundo Hague (2008) e Agache (2010), na Europa, as preocupações com a competitividade global e desenvolvimento sustentável estão impulsionando a mudança na percepção da natureza e na prática do próprio planejamento urbano. Ações estão se desenvolvendo em torno da integração da política em diferentes escalas espaciais para se alcançar a competitividade e uma coesão territorial.

Segundo Oliveira (2001), quando a cidade é construída com base em um planejamento urbanístico, possibilita investimentos em setores como os da cultura, esporte, lazer, educação, meios de transporte e abastecimento, além de grandes investimentos, dos gestores, a fim de criar uma imagem positiva da cidade e elevá-la ao *status* de modelo de urbanismo, dentre outros (OLIVEIRA, 2001; RECHIA, 2003).

A questão da competitividade está se tornando um imperativo importante para o planejamento da cidade. O objetivo de criar um plano estratégico não é para controlar o desenvolvimento, mas sim promover o desenvolvimento urbano (WU; ZHANG, 2007). Nesse sentido, pode ser confirmada a relação cada vez mais próxima e de significativa importância entre as temáticas de planejamento urbano e competitividade de destinos turísticos.

Considerações Finais

A cidade configura-se como objeto de atração de pessoas e investimentos. No contexto contemporâneo, este potencial de atratividade progressivamente é mensurado em uma escala global, ou seja, a opção por um destino de visitação ou aplicação de recursos, que até recentemente se dava no âmbito de alguns poucos centros nacionais, alcança agora um escopo planetário.

Sendo assim, o planejamento dos espaços urbanos deve levar em consideração aspectos tangíveis e intangíveis da cidade que está se organizando, é preciso compreender as pessoas que ali vivem, a forma como esta se relacionam entre elas e com o espaço que ocupam, tendo o Plano Diretor como um instrumento orientador das diretrizes para produzir soluções viáveis às dificuldades de desenvolvimento urbano.

As normas estipuladas pelos planos diretores na capital do Paraná causam sérias interferências no desenvolvimento do espaço urbano e, conseqüentemente, no patrimônio turístico da cidade, tais legados têm influenciado a experiências dos turistas em Curitiba. Devido a seus vários anos de planejamento e organização por meio das diretrizes formuladas por seus Planos Diretores apresenta incentivos ao turismo por meio da criação de atrativos naturais e culturais em seu espaço urbano que são valorizados tanto por turistas como por moradores.

Tais intervenções vêm construindo uma imagem de cidade com qualidade de vida e cidade ecológica, uma vez que os moradores e turistas qualificam a cidade e sua infraestrutura, sendo que muito das ações que proporcionaram a capital paranaense tal imagem vem sendo trabalhada no planejamento urbano desde seu primeiro plano diretor.

Todo este processo de planejamento urbano específico influencia diretamente a localidade, onde a questão da competitividade está se tornando um imperativo importante para o planejamento da cidade. O objetivo de elaborar um plano estratégico não é para controlar o desenvolvimento, mas sim promover o desenvolvimento urbano (WU; ZHANG, 2007). Nesse sentido, pode ser confirmada a relação cada vez mais próxima e de significativa importância entre as temáticas de planejamento urbano e competitividade.

A literatura da área vem desenvolvendo estudos que procuram compreender o momento do turismo, e ao mesmo tempo contribuir para o processo de gestão do destino turístico. O novo contexto do turismo globalizado se caracteriza por uma situação onde a competitividade do destino é cada vez mais importante para aquelas economias que dependem diretamente da atividade turística (TABERNER, 2007). E dessa forma, unindo conceitos de planejamento urbano, gestão urbana, competitividade e desenvolvimento de maneira integrada, buscar-se-á conduzir as cidades para um futuro sustentável, o que significa neste caso “promover a produtividade no uso dos recursos ambientais e fortalecer as vantagens competitivas” (DURAZO, 1997, p.51).

Tais diretrizes oportunizaram ações e projetos executados na cidade que se materializaram em: parques, lei de zoneamento e uso e ocupação do solo, prioridade do transporte coletivo ao individual, conservação e incentivo a cultura e ao lazer, saneamento básico de qualidade, entre outros. Estas ações são percebidas e valorizadas

pelos turistas e moradores, que proporciona à Curitiba uma imagem de cidade com qualidade de vida e ecológica, colocando a cidade em destaque no cenário global, aumentando sua competitividade em decorrência dos anos de planejamento.

Referências

- ASCHER, François. **Os novos princípios do urbanismo**. Trad. Nadia Somekh. São Paulo: Romano Guerra, 2010.
- BRASIL. **Estatuto da Cidade: guia para implementação pelos municípios e cidadãos**. Brasília: Câmara dos Deputados, Coordenação de Publicações, 2001.
- BUHALIS, D. **Marketing the Competitive Destination of the Future**. Tourism Research.
- CAMPOS FILHO, Candido M. **Reinvente seu bairro: caminhos para você participar do planejamento de sua cidade**. São Paulo: Editora 34, 2003.
- CARLOS, A. F. **A (re) Produção do Espaço Urbano**. São Paulo: Editora da Universidade de São Paulo, 1994.
- CASTROGIOVANNI, A. C. **Turismo e ordenação no espaço urbano**. In: _____. **Turismo urbano**. São Paulo: Contexto, 2001.
- CÉSAR, P. A. B.; STIGLIANO, B.V. **Urbanização turística: esboço para definição de uma categoria de espaço social**. Turismo em análise. Universidade de São Paulo. Vol. 21. N. 2. São Paulo: 2010a p. 406-420
- CÉSAR, P. A. B.; STIGLIANO, B.V. **Planificación turística en áreas urbanas: la implementación del turismo cultural en el centro de São Paulo, Brasil**. Estudios y perspectivas em turismo. Centro de investigaciones y estudios. Aires: 2010b. P. 722-739
- COMPANS, R. **O Paradigma das Global Cities nas estratégias de desenvolvimento local**. In: Revista Brasileira de Estudos Urbanos e Regionais. Campinas, n1.
- CORRÊA, R. L. **O Espaço Urbano**. Série Princípios, São Paulo: Ática, 1999.
- CROUCH, G.I.; Ritchie, J.R. Brent. **The competitive destination: A sustainability perspective**. Tourism Management, v.21, n.1, p.1-7.
- DURAZO, E. P. **Desarrollo sustentable de las ciudades**. Ciudades, México, n.34, p.51.
- ESSER, et al. **Competitividad sistémica: competitividad internacional de las empresas y políticas requerida de Desarrollo**.
- GANDARA, José Manuel Gonçalves. **La imagen de calidad ambiental urbana como recurso turístico: el caso de Curitiba, Brazil**. 2001. 471 fl. Tese (Doutorado em Turismo e Desenvolvimento Sustentável) – Universidad de Las Palmas de Gran Canaria. Las Palmas de Gran Canaria, 2001.
- HEATH, E. **Towards a model to enhance destination competitiveness: a South Africa**
- KRIPPENDORFF, K. **Content analysis: an introduction to its methodology**. London: Sage Publications.
- LAMAS, José M. R. G. **Morfologia urbana e desenho da cidade**. 2. ed. sl: Fundação Calouste Gulbenkian, 2000.
- LAVILLE, C.; DIONNE, J. **A construção do saber: manual de metodologia da pesquisa em ciências humanas**. Porto Alegre: Artmed; Belo Horizonte: UFMG.
- LIMONAD, E. **Reflexões sobre o Espaço, o Urbano e a Urbanização**. Universidade Federal Fluminense. GEOgraphia, V.1, N1.
- LOPES, R. **A Cidade Intencional: o planejamento estratégico das cidades**. Rio de Janeiro, 1998
- LOPES, Rodrigo. **A cidade intencional: o planejamento estratégico de cidades**. 2. ed. Rio de Janeiro: Mauad, 1998.
- LYNCH, Kevin. **A imagem da cidade**. São Paulo: Martins Fontes, 1997.
- MENDONÇA, Francisco. **SAU – Sistema socioambiental urbano: uma abordagem dos problemas socioambientais da cidade**. In: _____. (org.). **Impactos socioambientais urbanos**. Curitiba: Ed. UFPR, 2004.
- METAXAS, T. **City marketing and city competitiveness: an effort of reviewing the last 25 years**. Department of Planning and Regional Development, School of Engineering. University of Thessaly, 2007
- MOURA, Rosa. **O turismo no projeto de internacionalização da imagem de Curitiba**. Turismo - visão e ação. UNIVALI. Vol 9 , n.3. Itajaí: Editora Univali, 2007. P. 341-357.

- OLIVEIRA, Dennison de. **Curitiba e o mito da cidade modelo**. Curitiba: Ed. da UFPR, 2000.
- OLIVEIRA, I. C. E. **Estatuto da cidade; Para compreender...** Rio de Janeiro: IBAM/DUMA. 2001
- perspective**. Journal of Hospitality & Tourism Management, v. 10, no 2, p.124-141.
- PORTER, M. **Vantagem Competitiva**. 18 ed, Rio de Janeiro, Campus, 1989
- QUEIRÓS, Margarida. Barcelona(s): cidade dos projectos ou projectos da cidade? Finisterra, Lisboa, XLV, 90, em: <http://www.ceg.ul.pt/finisterra/>. Acesso em: 20 nov. 2011.
- RECHIA, S. Parques públicos de Curitiba: a relação cidade-natureza nas experiências de lazer. Tese (Doutorado em Educação Física) - Faculdade de Educação Física, Universidade Estadual de Campinas, Campinas, 2005.
- RIBEIRO, Renata M. **Planejamento urbano, espaços públicos de lazer e turismo no bairro Uberaba em Curitiba - PR**. 2005. 135f. Dissertação (Mestrado em Geografia) – UFPR, Curitiba, 2005.
- RITCHIE, J. R. B.; CROUCH, G. I. (2000): **The Competitive Destination: a sustainability perspective**. Tourism Management, v. 21, no 1, p. 1-7. 2000
- RITCHIE, J.R.B., CROUCH, G.I.: **The competitive destination: A sustainable tourism perspective**. Ed. CABI Publishing, Oxon. 2003
- RODRIGUES, Adir Balastrel. **Turismo e desenvolvimento local**. São Paulo: HUCITEC 2001.
- SÁNCHEZ, Fernanda. **A reinvenção das cidades para um mercado mundial**. Chapecó: Argos, 2003.
- SANTOS, M. **A Urbanização Brasileira**. São Paulo: Hucitec, 1993.
- Santos, M.. **A natureza do espaço: técnica e tempo, razão e emoção**. 2ª ed. São Paulo: HUCITEC, 1997
- SANTOS, Milton. **A natureza do espaço: técnica e tempo, razão e emoção**. São Paulo: Hucitec, 1999.
- SHEN, X. **Urban Core Competitiveness: Evaluation and Track by GPCA**. School of Management. China p.32-36. 2010
- SIDENBLADH, G. (org.). **Cidades: a urbanização da humanidade**. In: Estocolmo: uma cidade planejada. 2. ed. Rio de Janeiro: Zahar editores. 1972
- Silva, J. A. **Direito urbanístico brasileiro**. São Paulo: Malheiros. 1995
- SIVIERO, Ana Paula. **Os elementos do espaço turísticos urbanos no processo de planejamento: uma análise da área central de Curitiba**. 2004. 126 f. Dissertação (Mestrado em Geografia) – UFPR – Curitiba, 2004.
- SOUZA, M. L. de. **ABC do desenvolvimento urbano**. 2. ed. Rio de Janeiro: Bertrand. 2005
- SPOSITO, Maria Encarnação Beltrão. **Cidades Médias: reestruturação das cidades e reestruturação urbana**. In: _____. **Cidades Médias: espaço em transição**. São Paulo: Expressão Popular, 2007, p. 233–253.
- TABERNER, J.G. **Measuring destination competitiveness: na exploratory study of the Canaries, mainland Spain, France, the Balearics and Italy**. Tourism Today. 2007
- VEIGA, José E. de. **Cidades Imaginárias: o Brasil é menos urbano do que se calcula**. 2. ed. Campinas: Editora Autores Associados, 2003
- WU, F. & ZHANG, J. **Planning the Competitive City-Region - The Emergence of Strategic Development Plan in China**. Urban Affairs Review V. 42 N. 5 P. 714-740. 2007