

A Paisagem Urbana e a Formação da Imagem Turística da Cidade de Curitiba: A Percepção de Visitantes e Visitados

Diogo Luders Fernandes¹
Thiago Alves de Souza²
Luciana Maria Pinheiro Tonon³
José Manoel Gonçalves Gândara⁴

Universidade Federal do Paraná - UFPR

Resumo: A paisagem é o primeiro contato que o turista assimila ao estar em um novo ambiente, esta por sua vez é um reflexo das interações das ações antrópicas no espaço. A paisagem de uma localidade é o testemunho do passado, e reflete ao visitante as realidades da cidade, seu modo de vida, suas tradições, em fim sua cultura. Portanto por meio das imagens formadas pelas paisagens urbanas o turista conhece, admira ou repudia, o centro urbano visitado. Assim este trabalho tem por objetivo analisar como as paisagens percorridas, vivenciadas e observadas pelos turistas podem influenciar na formação da imagem da cidade que os mesmos tiveram ao visitar de Curitiba. Buscou-se contrastar a percepção de visitantes e visitados. Para tanto utilizou-se de uma pesquisa qualitativa baseada em investigação documental e bibliográfica para compreender a importância da paisagem no surgimento da imagem de cidade com qualidade de vida e ecológica para os visitantes e moradores de Curitiba.

Palavras-chave: Cidade; Paisagem; Imagem; Percepção, Visitantes, Visitados, Curitiba.

Introdução

Os espaços urbanos, segundo Castrogiovanni (2001), apresentam grande potencialidade para o desenvolvimento do turismo, uma vez que produzem legados espaciais na cidade, representando a história de uma sociedade que constantemente se transforma, impactando na infraestrutura de suporte para o desenvolvimento de atividades econômicas diversas, além de serviços que possibilitem a visitação e o acolhimento dos turistas fora de seu local de residências.

¹ Doutorando do programa de Pós-Graduação em Geografia da UFPR (Curitiba/PR), Mestre em Turismo e Hotelaria pela UNIVALI (Bal. Camboriú/SC), Bacharel em Turismo pela UEPG/PR (Ponta Grossa/PR), Professor do Curso de Turismo da UNICENTRO/PR (Irati/PR); diggtur@yahoo.com.br;

² Mestrando do Programa de Pós Graduação em Geografia da UFPR (Curitiba/PR) e Research Trainee do Departamento de Geografia da McGill University (Montreal-Canada), Bacharel em Turismo pela UFPR; thiagohc@gmail.com;

³ Mestranda do Programa de Pós Graduação em Geografia da UFPR (Curitiba/PR), Bacharel em Turismo pela UNICENTRO/PR (Irati/PR); luciana_tonon@yahoo.com.br.

⁴ Doutor em turismo e desenvolvimento sustentável pela ULPGC, professor e pesquisador do Departamento de Turismo e do Programa de Mestrado e Doutorado em Geografia da UFPR. jmggandara@yahoo.com.br.

As cidades são espaços de encontros, de convivências, de história, cada qual com suas singularidades, fruto da ocupação e produção espacial, possuem atratividades diversas que motivam suas visitas, mas, para isso, devem ser locais adequados ao convívio em sociedade ao apresentarem qualidades sociais, culturais e ambientais que atendam as necessidades da população e estimulem a visita. (ASCHER, 2010; RAMOS; GANDARA; TRAMONTIM, 2008; MOURA, 2007)

O foco deste trabalho consiste em um elemento fundamental da atratividade de qualquer destinação turística, a paisagem, compreendida por Rodrigues (2001), Silva (2004) e Yágizi (2002), como um elemento decisório na tomada de decisão por um destino, já que segundo eles as paisagens urbanas são reflexos dos espaços das cidades observados e lidos pelos visitantes e residentes, que dão origem a uma exploração dos símbolos e signos das cidades de modo a surpreender e motivar a curiosidade quanto a história e cultura de uma localidade.

A imagem da cidade visitada se forma por meio da captação, armazenagem e avaliação seriada das paisagens por onde o turista percorreu, portanto a imagem de uma cidade deve ser entendida pela soma das paisagens que se destacaram na visita e que chamaram a atenção do visitante seja pela sua qualidade ou não. (BOULLÓN, 2002; LYNCH, 1997)

Sendo assim este trabalho tem como objetivo analisar como as paisagens percorridas, vivenciadas e observadas por visitantes e visitados e identificar como elas podem influenciar na formação da imagem da cidade que os mesmos tiveram ao visitar e viver Curitiba.

Curitiba, capital do estado do Paraná, segundo diversos estudos (MOURA, 2007; OLIVEIRA, 2000; MENEZES, 1996), tem sua imagem relacionada à cidade planejada, com qualidade de vida e ecológica, tanto desde a percepção de turistas como de residentes. Cabe destacar que os muitos anos de preocupação com o planejamento urbano de Curitiba proporcionaram uma boa infraestrutura, serviços públicos e ambientes que qualificam os lugares por onde o turista percorrem, conformando uma série de artefatos urbanos que surpreendem o turista, aguçando seus sentidos em cada momento que visita a cidade, tornado assim a cidade de Curitiba atrativa ao turista para que a leia e interprete, convidando-o a experimentá-la. (CULLEN, 1971; WAINBERG, 2001; SCHERER, 2002; RODRIGUES, 2001).

Metodologia

Nesta pesquisa exploratória, para concretização do objetivo proposto, inicialmente foram realizadas pesquisas bibliográficas sobre cidades, paisagem urbana, imagem e turismo. Tais

leituras se deram com intuito de embasar teoricamente o estudo e auxiliar a análise dos dados e da realidade identificada. Juntamente com a pesquisa bibliográfica foi realizada a pesquisa documental, sendo considerados o Plano Diretor de Curitiba de 2004 e o Estudo da Demanda Turística realizado pelo Instituto Municipal de Turismo de Curitiba (2011).

A análise dos dados se deu de forma empírica, por meio da observação direta, contrastando a realidade com os dados do Estudo da Demanda Turística realizado pelo Instituto Municipal de Turismo de Curitiba (2011), relacionando com a teoria estudada, de modo a verificar através de emparelhamento entre os resultados da pesquisa e a discussão teórica, possibilitando uma análise de como as paisagens percorridas, vivenciadas e observadas pelos turistas e pela população local podem influenciar nas experiências e formação da imagem da cidade que os mesmos tiveram ao viver Curitiba.

A Paisagem Urbana como Atrativo Turístico e a Formação da Imagem Turística da Cidade com Reflexo da Paisagem Urbana

A paisagem é um elemento fundamental da oferta turística e para alguns autores como Rodrigues (2001); Silva (2004); Boullón (2001); Castrogiovanni (2001), este elemento pode ser o fator decisório para escolha de visitação a uma determinada destinação. Segundo estes autores o olhar do observador e sua avaliação do espaço observado torna-se um exercício prazeroso, que tem a capacidade de despertar o interesse pelo lugar visitado uma vez que a paisagem consiste em um dos primeiros elementos que indica ao turista uma mudança de rotina, de lugar.

As definições de paisagem são diversas, muitas delas salientam a questão da interação entre os elementos naturais e antrópicos, em um determinado espaço e tempo, proporcionando a paisagem dinamismo e singularidade. (CORTI, 2003; OLIVEIRA, 1999; RODRIGUES, 2001; BOULLON, 2002)

Deste modo, podemos considerar a paisagem como uma representação espacial e temporal da ação de diversos fatores físicos, biológicos e antrópicos em constante evolução, possuindo historicidade que pode ser lida e compreendida por observadores, por meio de signos e símbolos que conduzem ao entendimento da formação geomorfológica e social da paisagem contemporânea e de suas sucessivas fisionomias anteriores. Se pode afirmar que a paisagem é um registro preciso da atividade do homem em um determinado ambiente. (POLLETE, 1999; MENESES, 2002; RODRIGUES, 2001)

A paisagem é resultado de uma complexa interação entre o indivíduo e o meio em determinado período em um determinado lugar. Uma representação do espaço. Portanto uma construção cultural, da concepção de mundo que a constrói e observa (CASTROGIOVANNI, 2001; CASTRO, 2002). A paisagem deve ser, portanto considerada uma realidade cultural, não só pelas transformações sofridas pelo homem, mas também pela forma como os indivíduos interpretam e consomem as paisagens. Para Yázigi (2000, p.13) "paisagem significa mais um modo de ver do que de agir".

Segundo Castro (2002, p.122)

sendo a paisagem o que se vê, ela supõe necessariamente a dimensão do real concreto, que se mostra, e a representação do sujeito, que o codifica no ato da observação. A paisagem como fruto dessa observação resulta de um processo cognitivo, mediado pelas representações do imaginário social pleno de valores simbólicos. Assim o mesmo autor conclui, expondo a idéia de que a paisagem é uma escrita no espaço e tem de ser interpretada no contexto histórico das sociedades.

A paisagem compreendida desta forma deve ser considerada com uma imagem sócio-cultural, sendo assim um produto coletivo em um local e em determinado período de tempo na história, precisando da presença de um observador (homem) para que possa existir, pois esta é uma imagem formada pelo homem, uma ideia elaborada pelo indivíduo, ao observar e interpretar um determinado lugar. Deste modo, para que exista a paisagem é preciso que haja um observador sensível e disposto a observar um espaço natural ou artificial com qualidade estética, havendo assim uma relação de existência entre os dois, observado e observador. (BOULLON, 2002; MENESES, 2002)

Discutir paisagem é complexo, pois não podemos deixar de lado o fato de que tal avaliação ser subjetiva, já que cada indivíduo tem uma percepção diferenciada da paisagem. Castro (2002, p.123) destaca que "é preciso compreender a paisagem como, de um lado, vista por um olhar, apreendida por uma consciência, valorizada por uma experiência, julgada, eventualmente reproduzida por uma estética e uma moral, gerida por uma política."

Sendo um conjunto da relação de ações antrópicas e ações naturais, que existem mediante a observação de um sujeito, estas paisagens segundo Boullón (2002), em seus diferentes ambientes, natural e urbano, possuem uma linguagem própria, sendo que no espaço natural a paisagem se manifesta por conta própria e no espaço urbano ela é compreendida como uma manifestação da ação antrópica.

A paisagem urbana pode ser compreendida segundo Scherer (2002, p. 84) como sendo

o conjunto constituído tanto pelas edificações como pelas relações que entre elas se estabelecem e sua inserção na malha urbana. A paisagem urbanística dialoga com o sítio, com a paisagem natural e, deste diálogo, participam tanto edificações monumentais quanto produtos da arquitetura comum e também as resultantes das diferentes modalidades de autoconstrução. Isto é, a paisagem urbana e o urbanismo em seu interior evidenciam o modo como nos núcleos urbanos se relacionam as instituições e as diferentes classes sociais, em síntese: materializam a um só tempo a estruturação física e social interna da cidade.

Portanto, as paisagens podem ser entendidas como representações das formas das cidades, seus espaços abertos e edificações na sua configuração espacial, demonstrando ao observador as marcas impostas pelo tempo e pelas ações dos habitantes no lugar. As paisagens urbanas são cheias de símbolos e significados, uma vez que a cidade consiste em uma reprodução fiel dos movimentos sociais, e da evolução destes na produção e reprodução da cidade, enfim a urbes consistem na apropriação do espaço urbano pela sociedade. (CASTROGIOVANNI, 2001; BOULLON, 2002; SOUZA 2005; ACHER 2010)

Cada cidade possui um caráter diferente, que se pode interpretar espontaneamente. Este dinamismo das cidades proporciona aos espaços urbanos uma atratividade ao turismo como lugares com níveis variados de motivação, e destas motivações se pode dizer que o ser humano é insaciável, principalmente em se tratando de curiosidades. A forma para saciar tais motivações é através do conhecimento dos aspectos culturais, históricos e sociais dos locais visitados. Sendo assim tais espaços se encontram na equação do turismo como componentes da oferta turística. (RODRIGUES, 2001; BOULLON, 2002; WAINBERG, 2001)

A identidade de uma cidade, sua originalidade, seus hábitos e costumes, sendo estes diferentes dos já conhecidos pelo turista, geram estranhamento e aguçam o interesse do visitante a interpretar e conhecer tal espaço, transformando-se em atrativos natos para o desenvolvimento do turismo, algo que deve ser explorado e admirado pelo turista, que em cada cidade encontrará algo novo que o surpreenderá. A cidade deve ser lida pelo passante por meio da interpretação das formas, baseadas nos signos e símbolos que a representam. (SCHERER, 2002; BOULLÓN, 2002; CASTROGIOVANNI, 2001)

A paisagem urbana não é simplesmente para ser vista, mas sim para ser explorada e compreendida, pois esta relata a história de cada sociedade, ela possui memória, apresenta registros do passado e do presente que juntos formam um grande atrativo para o turismo. As cidades, cada qual com suas características arquitetônicas e de urbanismo, se mostram como produtos diferenciados para o turista que ao se deparar com uma paisagem cheia de simbolismos e códigos, muitas vezes se sente agredido e ao mesmo tempo impulsionado a

decodificar esta paisagem. (GANDARA, 2008; WAINBERG, 2001; CASTROGIOVANNI, 2001)

A atratividade da cidade consiste em estes espaços conterem uma boa densidade de artefatos diferenciados, que tem a capacidade de surpreender o turista a cada momento, de modo agredir os sentidos do observador fazendo com que este consiga observar e perceber o que está escrito nos signos ou nos códigos da cidade. (BOULLÓN, 2002; WAINBERG, 2001; SCHERER, 2002; CULLEN, 1971)

Cullen (1971, p. 11) afirma que “(...) embora o transeunte possa atravessar a cidade a passo uniforme, a paisagem urbana surge na maioria das vezes como uma sucessão de surpresas ou revelações súbitas. É o que se entende por ‘visão serial’”, ou seja, quanto mais a visão das pessoas for estimulada, a paisagem urbana será mais interessante, mais animada, despertando sensações e curiosidade para com o que vier pela frente. Se a paisagem for monótona, não causará grandes emoções, passando por despercebida.

As paisagens possuem o potencial de despertar todos os nossos sentidos, assim Boullón (2002) e Rodrigues (2001) destacam que ao observarmos uma paisagem, nós percebemos e ativamos nossos componentes sensoriais: a formas, o cheiro, a cor, a luz, a textura, os sons, a temperatura e a atmosfera, assim estes são elementos que interferem diretamente na experiência do turista ao vivenciar uma paisagem.

Sendo assim, temos na infraestrutura e nos serviços urbanos alguns dos grandes responsáveis por uma boa avaliação da paisagem da cidade, uma vez que é a infraestrutura consiste em um elemento de fundamental importância para o funcionamento do turismo, pois os atrativos e os equipamentos turísticos são insuficientes para o funcionamento da atividade turística. A infraestrutura e os serviços urbanos tem influência expressiva na percepção da paisagem como fator definidor da qualidade da experiência ao experimentar a paisagem urbana. (SCHERER, 2002; BOULLÓN, 2002; WAINBERG, 2001; CASTROGIOVANNI, 2001)

As paisagens podem ser consideradas um sistema em constante construção, pois ao sofrer a influência de algum de seus elementos, se adaptando e transformando suas características, oferecendo assim base para o desenvolvimento do turismo. As paisagens tanto podem influenciar como serem influenciadas pelos homens, podendo ser criadas ou transformadas em atrativos para o desenvolvimento do turismo (YAZIGI, 2002; CATROGIOVANNI, 2001)

As paisagens urbanas são muito heterogêneas, variam de cidade para cidade e dentro da mesma cidade, e também estão relacionadas à percepção individual. A interpretação da paisagem é um importante elemento a considerar, pois será o reflexo do lugar observado

desde a perspectiva do observador. A observação pressupõe uma identificação do lugar e com o lugar, deve buscar significar a compreensão do lugar por parte do observador. Será mais do que a simples perspectiva, já que pressupõe um critério de análise de conteúdos representados, ou seja uma ordem, uma composição. (PEREIRA,2009; KOMOROWSKI, 2007)

A percepção de uma cidade não se dá de forma imediata, na realidade ela é uma soma de imagens que o ser humano captura e retêm em sua memória. A formação da imagem da paisagem urbana ocorre pela somatória de sensações e emoções experimentadas e vivencias em ambientes diversos na cidade, de forma seriada. Sendo assim, a imagem é o resultado da percepção de um observador e o meio ambiente urbano, uma série de imagens individuais e únicas que avaliadas, são somadas e sobrepostas uma a outra, formando a imagem da cidade. (LYNCH, 1997; BOULLÓN 2002; SILVA, 2004)

A imagem de uma cidade é formada pelo turista por uma visão em série dos pontos de passagem deste turista, pontos gravitacionais que segundo Boullón (2002) que consistem nos atrativos, nas vias de acesso, nas estações terminais e nas áreas de concentração de empreendimentos e serviços, sejam turísticos ou de interesse do turista. Esta imagem segundo Silva (2004) "implica a concepção mental apreendida e estabelecida pelo indivíduo que resume seu conhecimento, suas avaliações e preferências sobre o ambiente em que vive.". Algo extremamente subjetivo, que fatalmente é variável de indivíduo para indivíduo, sendo o estranhamento, ou seja, a diferença entre o novo experimentado, vivenciado costumeiramente, um fator determinante na atratividade de uma paisagem urbana.

Se pode compreender a imagem da cidade como um processo no qual existe uma interação entre o ambiente e o usuário, onde a imagem é o reflexo das informações e experiências que os turistas têm do destino. A imagem de uma destinação deve ser fruto de uma experiência prazerosa no lugar visitado, portanto de um destino que seja percebido pelo usuário da cidade como um destino de qualidade. Uma vez que a imagem do destino é reflexo da satisfação da vivencia do morador e visitante de uma cidade, esta se torna um elemento importante no marketing turístico de qualquer destinação. (GANDARA, 2001; RAMOS; GANDARA; TRAMONTIM, 2008)

Sendo a infraestrutura e os serviços urbanos aspectos condicionantes do desenvolvimento, sem ela seria impossível se pensar em investimentos em equipamentos e atrativos turísticos. Elemento do patrimônio turístico de uma localidade, com papel importante no grau de qualidade da paisagem, a infraestrutura e os serviços urbanos tornam-se fatores de grande

valor com relação à experiência do visitante, podendo aumentar o grau de satisfação do turista, ou no caso de ausência desta, vindo a proporcionar uma diminuição da satisfação. (BOULLÓN, 2002; YAZIGI, 2001)

Considerando a avaliação subjetiva por parte do observador a percepção sobre a qualidade de vida do lugar, que está diretamente relacionado ao bem estar social, é um conceito formado por um relacionamento contínuo entre o observador e o espaço visitado, não relacionando-se apenas a experiência pessoal, mas na maioria dos casos é compartilhado por outras pessoas sejam estas moradores ou visitantes. (BOSELDMANN, 2008; CUTTER, 1985; GANDARA, 2008)

A imagem da cidade vai se moldando de acordo com as pressões internas e externas ocorridas na cidade na busca de formar símbolos que possam ser reconhecidos pelos visitantes e incorporados ao cotidiano dos residentes da cidade, sejam estes antigos ou novos. Na tentativa de transformar tais símbolos em mensagens para poder ser vivenciadas em programas de visitação turística, representando o entendimento da imagem que a cidade deseja demonstrar. (MOURA, 2008; GANDARA 2001)

Tendo relevância na imagem da cidade, a infraestrutura e os serviços urbanos devem ser planejados de modo a qualificar as paisagens da urbe proporcionando aos seus usuários experiências e vivências de qualidade, uma vez que a percepção da cidade se dá de forma seriada dos pontos cotidianos ou de interesse de visitação. Fica evidente que a cidade deve ser pensada buscando proporcionar aos indivíduos que a vivenciam, seja estes residentes ou visitantes, o maior número possível de experiências de qualidade. (GANDARA, 2008; LYNCH, 1997; BOULLON, 2002)

A paisagem é um atrativo fundamental no desenvolvimento turístico de uma cidade, onde podem ser observadas a identidade, e a evolução social de uma comunidade. Assim é necessário que haja esforços conjuntos para a restauração de espaços de valor cultural e histórico, para que possa dar a estes espaços novas utilidades ou revitalizar seus antigos usos. Tendo em mente que o turista procura é o diferente o singular, algo que o surpreenda.

Portanto as paisagens turísticas devem ser planejadas e organizadas de modo a manter suas características originais e singulares, devem atender as motivações dos visitantes, assim como de sua comunidade, buscando agregar valor a sua atratividade sem a descaracterização de sua originalidade.

Análise dos resultados

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. (MOURA, 2007, SANCHEZ, 1999)

O Instituto Municipal de Turismo de Curitiba (2010) realiza estudos junto aos moradores e visitantes de Curitiba buscando identificar o perfil do turista que visita a cidade, e suas experiências vividas no destino, contrastando com a percepção da comunidade local. Desta forma o questionário aplicado faz referencia a imagem da cidade de Curitiba e sua qualidade quanto: 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.

O planejamento urbano da capital paranaense dada suas primeiras iniciativas no ano de 1721 quando o então ouvidor Rafael Pires Pardiniho, estabelece a ordenação da cidade em quadras retangulares, com construções parede com parede, de forma contínua de modo a separar o público do privado em uma organização de ruas em forma de grade. Evidenciando assim a preocupação com a forma do desenho urbano na tentativa de organizar seu funcionamento. (PREFEITURA MUNIICPAL DE CURITIBA, 2008a)

Tal iniciativa já vem atuando nas vias da cidade, na tentativa de organizar o malha urbana e o modo de construções na cidade. Na eminência de tornar a cidade de Curitiba a capital do Estado no ano de 1863 o então urbanista Pierre Taulois fica responsável pelas primeiras intervenções urbanos redesenhando os traçados do centro da cidade de modo a organizar as ruas de forma retilíneas, Tais traçados mais tarde serão modificados pelo Plano Agache na tentativa de descongestionar a área central da cidade. (TORRES, 2007)

Em 1919 um dos códigos de conduta que orientou o desenvolvimento de Curitiba após o plano elaborado por Taulois já se preocupava com a questão da circulação na cidade, quando este buscava o alargamento das vias da cidade e da circulação de veículos no espaço urbano, que ficou em vigor até o ano de 1929 quando a cidade recebeu uma nova planta viária. (RAMOS;GANDARA;TRAMONTIM, 2008)

Nos anos 1941 e 1943 quando foi elaborado o primeiro plano urbanístico de Curitiba, conhecido como plano “Agache”, este plano teve como iniciativa a o remodelamento do

sistema viário da cidade, na tentativa de descongestionar o centro da cidade, Agache planeja uma circulação radial por meio da criação de perimetrais externas, sendo estas avenidas largas com canteiros centrais, que circundavam o centro da cidade sendo as avenidas: Nossa Senhora da Luz, Presidente Arthur Bernardes, Sete de Setembro, Silva Jardim, Visconde de Guarapuava e o eixo monumental da Avenida Cândido de Abreu. (RAMOS;GANDARA;TRAMONTIM, 2008; PREFEITURA MUNIICPAL DE CURITIBA, 2008)

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 por suas propostas inovadoras para a época como a integração entre a recreação, o trabalho, a promoção social, o cuidado com o meio ambiente, com a criação de mecanismos para proporcionar a população qualidade de vida e 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, gerando a criação de parques que passaram a ser utilizados pela comunidade como áreas de lazer, e hoje são um dos principais atrativos turísticos 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. (RAMOS; GANDARA; TRAMONTIM, 2008; RIBEIRO, 2005)

No ano de 2004 se estabelece pela Lei nº 11266 de 16 de dezembro de 2004 a necessidade de adequar o plano diretor de Curitiba, resultado da Lei nº 10.257, de 10 de julho de 2001, conhecida como Estatuto das Cidades, ressaltando que o novo plano deveria ser elaborado por meio de um processo participativo envolvendo a comunidade como um todo. Adequando o antigo plano às novas exigências vigentes pelo Estatuto das Cidades, se destaca que:

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. (IPPUC, 2004)

Incrementos no sistema viário da cidade dinamizando o tráfego, e nos transporte coletivo 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. (IPPUC, 2008)

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 público destinados ao lazer e ao encontro dos cidadãos e dos visitantes. (TORRES, 2007)

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. (TRINDADE, 1997; RIBEIRO 2005)

É devido a estas e outras ações propostas e destacadas nos planos diretores 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. (RAMOS; GANDARA; TRAMONTIM, 2008; RIBEIRO, 2005)

Tais intervenções urbanísticas acabaram propiciando à cidade de Curitiba uma paisagem de qualidade, que oferece ao usuário da mesma, seja visitante ou residente, a oportunidade de se surpreender ao andar pela cidade, podendo desfrutar em cada momento de lugares com imagens únicas focadas no meio ambiente, na cultura, na cidadania e na tecnologia, criatividade e inovação, oportunizando a urbe uma paisagem que remete a imagem de qualidade de vida, oferecendo aos moradores e turistas, espaços de lazer, recreação, aprendizado, comércio e encontros, aspectos importantes discutidos por diversos autores. (SCHERER, 2002; WAINBERG, 2001; CASTROGIOVANNI, 2001)

As intervenções dos planos diretores aqui discutidas demonstram que a organização e a normatização impostas por tais documentos às formas da cidade de Curitiba, seja pelo zoneamento e uso do solo, seja pela opção do sistema viário, ou simplesmente pelas soluções e esforços para manutenção de um ambiente da cidade agradável aos seus usuários, proporcionaram à cidade uma infraestrutura que valoriza o espaço urbano. Consequentemente ordenaram e planejaram as paisagens de Curitiba, estipulando critérios de formas e usos para cada lugar, transformando a cidade em um mosaico de paisagens que devido ao planejamento proporcionaram a capital paranaense uma quantidade variada de artefatos que fascina a cada olhar. (SCHERER, 2002; BOULLÓN, 2002; WAINBERG, 2001; CASTROGIOVANNI, 2001, YÁZIGI, 2001)

A tabela a seguir demonstra a avaliação de moradores e visitantes (turistas/excursionistas) quanto alguns aspectos urbanos, principalmente ligados à infraestrutura e serviços urbanos e aspectos turísticos da cidade de Curitiba, elementos estes que têm influencia direta na avaliação da paisagem e consequentemente na conformação da imagem da cidade, uma vez que são eles que qualificarão ou não o espaço urbano para os moradores e visitantes. (BOULLÓN, 2002; YAZIGI, 2001)

Tabela 01: Avaliação dos residentes e visitantes quanto alguns aspectos urbanos e turísticos de Curitiba. (em porcentagem)

Aspectos Urbanos Turísticos	Residente				Visitantes			
	Ruim	Regular	Bom	Ótimo	Ruim	Regular	Bom	Ótimo
Limpeza Pública	4,6	20,3	58,7	16,4	2,0	11,2	63,4	23,3
Segurança Pública	23,6	40,2	31,8	4,4	7,8	24,4	56,1	11,7
Sinalização Urbana	6,2	19,0	60,9	13,9	3,9	14,1	62,5	19,5
Sinalização Turística	6,0	17,9	61,0	15,2	4,2	15,9	57,0	23,0
Transporte Coletivo	15,0	24,3	44,7	16	4,4	12,0	56,8	26,8

Vias Urbanas	11,9	28,1	52,1	7,9	4,6	18,9	61,4	15,0
Áreas Verdes	1,0	9,6	52,2	37,2	0,7	6,6	47,5	45,3
Conservação dos Edifícios	4,9	31,6	56,3	7,2	1,5	21,9	63,5	13,0
Poluição do Ar	17,7	39,8	39,6	3,6	8,3	31,1	50,7	10,0
Poluição Sonora	24,3	43,1	20,0	2,6	14,3	38,6	40,8	6,2
Qualidade de Vida	1,9	12,1	59,1	26,8	1,6	8,7	55,2	34,5
Tráfego	48,7	32,8	16,8	1,7	32,2	32,1	29,9	5,8
Atrativos					1,1	3,7	40,9	54,3

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

Os aspectos urbanos avaliados na pesquisa demonstram que os elementos da infraestrutura e serviços como: limpeza, sinalização urbana e turística, vias urbanas, transporte coletivo, em sua maioria (mais de 50%) foram avaliados como bom e ótimo tanto desde a perspectiva de visitantes como de visitados. A única exceção é o item de segurança pública que para os moradores segundo os dados do Instituto Municipal de Turismo de Curitiba é em sua maioria é avaliado como regular e ruim. Tal item tem um influencia negativa na paisagem, uma vez que a mesma tem a capacidade de estimular nossos sentidos, a sensação de falta de segurança impede uma verdadeira interação entre o observador e o ambiente, em alguns casos acarretando a fuga dos usuários de áreas com potenciais paisagísticos de interesse e valor para visitação. Cabe destacar que neste aspecto a percepção dos visitantes é mais positiva que a dos visitados (BOULLÓN, 2002; RODRIGUES, 2001; YÁZIGI, 2001)

Outro elemento de destaque na cidade de Curitiba que tem interferência positiva na paisagem urbana é o sistema de transporte coletivo, uma vez que o mesmo em conjunto com o zoneamento do solo e sistema viário definiram a ordenação e as formas da cidade (IPPUC, 2010). O sistema de transporte de Curitiba se destaca por ser uma rede integrada com diversas linhas com sua identificação por cores nos veículos, assim dinamizando a paisagem em movimento, além do mobiliário urbano, as estações tubos, que é um dos destaques na paisagem da capital paranaense.

Assim a avaliação da cidade de Curitiba se destaca nas pesquisas por seus aspectos positivos, particularmente em alguns elementos que qualificam a imagem da cidade, tais como as áreas verdes, a conservação dos prédios e a qualidade de vida. Ressalta-se que estes aspectos tem alta avaliação positiva tanto por visitantes quanto por visitados

Em contrapartida, aspectos como a poluição sonora e do ar, assim como o tráfego são apontados tanto por turistas como por moradores como elementos que devem ser melhorados. Uma vez que a paisagem da cidade deve ser entendida como um conjunto de elementos que percebidos no espaço urbano, vivenciados pelos usuários, como nos apontam Rodrigues

(2001); Boullón (2002); Castrogiovanni (2001), já que a cidade é aprendida por todos os sentidos do observador, não sendo somente observada, mas sim experimentada como uma experiência sensorial e de segurança, avaliada por meio de valores e referenciais individuais que as qualificam ou não.

Conforme identificado anteriormente, o constante aperfeiçoamento dos aspectos urbanos que foram avaliados na pesquisa é reflexo de um contínuo processo de planejamento e remodelação do ambiente da urbe, que proporciona aos visitantes e visitados uma percepção positiva quanto à qualidade da paisagem urbana de Curitiba. Uma vez que, a qualidade da cidade é refletida na qualidade de vida da população, aspecto este que será apreendida pelo observador e impactará na conformação da imagem da cidade. Gandara (2001) e Yágizi (2001) salientam que uma cidade com atributos positivos proporciona a seus usuários sejam estes turista ou moradores, uma experiência prazerosa que se reflete na imagem estes levam da destinação visitada e que os habitantes tem em seu ambiente cotidiano.

Tabela 02: Avaliação dos residentes e visitantes quanto a imagem da cidade de Curitiba. (em porcentagem)

Imagem da Cidade	Inst. Mun. De Turismo de Curitiba (2011)	
	Residentes	Visitantes
Cidade com Qualidade de Vida	37,2	38,5
Cidade Ecológica	20,7	16,6
Cidade Cultural	11	12,5
Cidade Turística	12,1	11,7
Cidade Universitária	5,9	4,2
Outras	12,9	16,5

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

Os dados encontrados nas pesquisas realizadas demonstram que Curitiba possui uma imagem de cidade de qualidade de vida e cidade ecológica para mais de 55% dos entrevistados, sendo que moradores e visitantes possuem mais ou menos a mesma percepção da capital do Paraná, como pode ser observado na tabela 02.

As interpretações de um lugar são subjetivas e estão fortemente relacionadas à percepção quanto ao bem-estar social ou, como o conceito é mais popularmente conhecido, a qualidade de vida. Esse conceito comumente relaciona-se a apego ao lugar, dependência, identidade. Também não relaciona-se apenas a experiência particular do observador, mas sim de um relacionamento contínuo com um ambiente físico que na maioria dos casos é compartilhado com outras pessoas. Ao se tratar de uma destinação turística, a satisfação do turista ao experimentar e comprovar a imagem da cidade que este tinha pré-estabelecida, reforça a

imagem da cidade visitada, possibilitando um elemento de marketing para o destino turístico. (BOSELDMANN, 2008; CUTTER, 1985, GANDARA, 2008)

As medidas estipuladas nos planos diretores quanto à melhoria da qualidade de vida da população, a preservação do patrimônio natural e cultural da cidade são os elementos que mais tem destaque na construção da imagem de Curitiba. Tais ações estão inseridas nos mais de 60 anos de planejamento urbano da capital, tendo como elementos norteadores os planos diretores que vem a realizar melhorias que são utilizadas pelo turismo, mas foram feitas para qualificar o espaço onde vive o cidadão, proporcionaram uma ambiente de qualidade urbana percebido nas paisagens de Curitiba e refletidos nas imagens que os usuários desta tem da capital do estado do Paraná. (OLIVEIRA, 2000; MENESES, 1996; MOURA,2008; SANCHEZ, 1999)

Este fato fica evidente ao analisarmos a pesquisa de demanda do Instituto Municipal de Turismo de Curitiba, quando este questiona aos entrevistados quais foram os atrativos visitados durante a viagem, sendo os quatro atrativos mais visitados na cidade de Curitiba, o Jardim Botânico (40,6%), Opera de Arame (20,9%), Parque Barigui (15%) e Parque Tanguá (9,4%), tais parques fazem parte das diretrizes dos planos diretores municipais que a princípio foram criados para contenção de enchentes e como área de lazer para comunidade, que devido a sua qualidade vem sendo apropriados pela atividade do turismo como atrativos da cidade. (CURITIBA, 2010; IPPUC, 2004)

É interessante observar que a paisagem de Curitiba é formada por uma série de espaços abertos e edificações com apelos recreativos, educativos, de resgate histórico, de identidade e turístico, que proporcionam ao visitante e visitado uma imagem seriada de diversos artefatos que chamam a atenção e despertam à leitura da cidade, formada pela captação, compreensão e avaliação do observador de forma seriada e ordenada, onde a variedade de paisagens torna a cidade atraente ao transeunte. (LYNCH, 1997; BOULLÓN 2002; SILVA 2004; PEREIRA,2009; KOMOROWSKI, 2007; CULLEN, 1971)

Tendo no turismo a ferramenta de materialização e de disseminação das mensagens das imagens da cidade derivada do resultado de ambientes físicos e sociais experimentados e vivenciados pelos usuários da cidade na forma de uma programação turística, o planejamento urbano se converte em um norteador dos caminhos como a cidade quer ser percebida de modo a se posicionar no cenário nacional e internacional. (MOURA, 2008; GANDARA, 2008; SANCHEZ, 1999)

Os dados da pesquisa indicam um resultado positivo da avaliação dos espaços da cidade de Curitiba, conseqüentemente as paisagens vivenciadas nestes lugares proporcionaram ao turista e ao morador uma imagem da urbe com qualidade de vida, onde o conjunto de fatores existente nestes lugares qualificaram e proporcionaram uma boa experiência de visitaçao ao turista assim como espaço cotidiano para a comunidade local, de modo que a paisagem transmitiu a visitantes e visitados uma imagem atraente, original, de fuga da rotina, aprendizado, qualidade estética e lazer, em uma cidade que se preocupa com o bem estar social aliado a um compromisso ambiental, cultural e econômico.

Considerações finais

A paisagem urbana deve ser compreendida como um elemento de qualificação da cidade, de modo que está é um reflexo do próprio espaço apropriado da cidade, sendo um elemento dinâmico, cheio de signos e símbolos que devem ser lidos para o entendimento da formação e realidade dos espaços da urbe.

Sendo assim, as paisagens tornam-se elementos fundamentais na atratividade turística de uma cidade, sendo responsáveis pelo primeiro contato que indicará ao turista, que o mesmo encontra-se fora de seu local habitual de residência, deste modo sua qualidade é imprescindível de modo a aguçar os sentidos do visitante convidando-o a um olhar metuculoso na tentativa de ler as formas da cidade.

Para tanto, é preciso entender que vários fatores interferem na paisagem urbana sendo a infraestrutura e serviços da urbe um elemento fundamental a considerar na qualificação da paisagem, assim como sua capacidade de surpreender o turista com uma variedade de artefatos e formas que causem ao turista estranhamento e curiosidade.

A imagem da cidade é formada por uma série de paisagens encontradas nos espaços urbanos percorridos por visitantes e visitados, que observam, compreendem, avaliam e qualificam cada uma destas paisagens formando uma imagem seriada da destinação visitada e vivenciada. Deste conjunto surge o conceito da cidade, portanto a imagem da cidade.

Em Curitiba, devido a seus anos de planejamento e cuidado com a urbe, as paisagens da cidade são resultados da interação de políticas de resgate cultural, cuidado ambiental e cidadania, que proporcionaram aos visitantes e moradores espaços que refletem e proporcionam experiências de lazer, cultura, entretenimento, evasão, aprendizado e contemplação.

Compondo uma imagem de cidade com qualidade de vida, ecológica e cultural, sendo avaliada desta forma pela maioria dos usuários da urbe, sejam visitantes ou visitados, isto se mostra como um reflexo da boa qualidade da infraestrutura e serviços urbanos e aspectos turísticos, assim como de uma paisagem pensada de forma racional que qualifica a vida urbana em um compromisso social, ambiental, econômico e cultural.

Referencias

ASCHER, François. **Os novos princípios do urbanismo**. Trad. Nadia Somekh. São Paulo: Romano Guerra, 2010.

BOSELDMANN, Peter. *Urban Transformation*. Island Press. Washington, 2008.

BOULLÓN, Roberto C. **Planejamento do espaço turístico**. Trad. Josely Vianna Batista. Bauru: EDUSC, 2002

CASTRO, Iná Elias de. **Paisagem e turismo. De estética, nostalgia e política**. In: YAZIGI, Eduardo (org.). **Turismo e paisagem**. São Paulo: Contexto, 2002

CASTROGIOVANNI, Antonio Carlos. **Turismo e ordenação no espaço urbano**. In: CASTROGIOVANNI, Antonio Carlos. **Turismo urbano**. São Paulo: Contexto, 2001

CULLEN, Gordon. **Paisagem urbana**. Trad. Isabel Correia e de Carlos de Macedo a partir da edição de 1971. Lisboa: edições 70, 1971

CUTTER, Susan L. *A Geographer's view on Quality of Life*, Resources Publications in Geography, Association of American Geographers, Washington, D.C., 1985

GANDARA, José Manuel Gonçalves. **A imagem dos destinos turísticos urbanos**. Revista Turismo Cultural. USP. Número Especial. São Paulo: 2008. Disponível em <<http://www.eca.usp.br/turismocultural/aimagem.pdf>> Acesso em 05/08/2012

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.

INSTITUTO MUNICIPAL DE TURISMO DE CURITIBA. **Demanda turística de Curitiba 2010**. Curitiba 2011

IPPUC – Instituto de Pesquisa e Planejamento Urbano de Curitiba. **Plano Diretor 2004: O planejamento urbano de Curitiba**. Disponível em <<http://www.ippuc.org.br/ippucweb/sasi/home/>> Acesso em 26 de Agosto de 2010

KOMOROWSKI, Bartek, *The Death and Life of Local Building Traditions: Typomorphological Analysis as a Basis for Urban Design in Montreal*. Supervised Research

Project.Scool of Urban Planning. McGill University, 2007

LYNCH, Kevin. **A imagem da cidade**. São Paulo: Martins Fontes, 1997.

MENESES, Ulpiano T. B. de. **A paisagem como fato cultural**. In: YAZIGI, Eduardo (org.). **Turismo e paisagem**. São Paulo: Contexto, 2002

MENEZES, Claudino L. **Desenvolvimento urbano e meio ambiente**: a experiência de Curitiba. Campinas: Papirus, 1996.

MOURA, Rosa. **O turismo no projeto de internacionalização da imagem de Curitiba**. Turismo: Visão e Ação. Itajaí: UNIVALI, vol. 9, n. 3, p. 341-357 set. /dez. 2007.

OLIVEIRA, Dennison de. **Curitiba e o mito da cidade modelo**. Curitiba: Ed. da UFPR, 2000.

OLIVEIRA, Josildete Pereira de. Turismo - visão e ação/ Universidade do Vale do Itajaí, Curso de Mestrado e Hotelaria. **Glossário**. Itajaí: Editora UNIVALI, 1999

PEREIRA, Henrique G.G.; CASSAL, Marcos L.; DHEIN, Guilherme; PINTO, Tarcísio. **Localização Geográfica no Google Maps com o Auxílio de Redes Wireless**. 2009. Disponível em < <http://www.sirc.unifra.br/artigos2009/artigo8.pdf> > Acessado em 1 de Agosto de 2011.

POLLETE, Marcus. **Paisagem: uma reflexão sobre um amplo conceito**. Turismo - visão e ação. UNIVALI. Ano 2, n.3. Itajaí: Editora Univali, 1999. p. 83-94

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.

RODRIGUES, Adyr Balastrieri. **Turismo e espaço: rumo a um conhecimento transdisciplinar**. São Paulo: Hucitec, 2001

SÁNCHEZ, Fernanda. **A reinvenção das cidades para um mercado mundial**. Chapecó: Argos, 2003

SCHERER, Rebeca. **Paisagem urbanística, urbanização pós-moderna e turismo**. In: YAZIGI, Eduardo (org.). **Turismo e paisagem**. São Paulo: Contexto, 2002

SILVA, Maria da Glória Lanci da. **Cidades turísticas: identidades e cenários de lazer**. São Paulo: Aleph, 2004

SOUZA, Marcelo L. de. **ABC do desenvolvimento urbano**. 2ª. ed. Rio de Janeiro: Bertrand, 2005.

TRINDADE, E. M. C. **Cidade Homem Natureza**: Uma história das políticas ambientais de Curitiba. Curitiba: Unilivre, 1997.

WAINBERG, J. **Cidades como sites de excitação turística.** *IN:* CASTROGIOVANNI, A.C. Turismo Urbano, São Paulo: Contexto, 2001.

YAZIGI, Eduardo. **A alma do lugar:** turismo, planejamento e cotidiano em litorais e montanhas. São Paulo: Contexto, 2001

YAZIGI, Eduardo. **A importância da paisagem.** *In:* YAZIGI, Eduardo (org.). **Turismo e paisagem.** São Paulo: Contexto, 2002