

UNIVERSIDADE FEDERAL DO PARANÁ

RAQUEL RIBEIRO DE SOUZA SILVA

AVALIAÇÃO PAISAGÍSTICA E TURÍSTICA DO JARDIM
BOTÂNICO DE CURITIBA, PARANÁ, BRASIL

CURITIBA
2012

RAQUEL RIBEIRO DE SOUZA SILVA

**AVALIAÇÃO PAISAGÍSTICA E TURÍSTICA DO JARDIM
BOTÂNICO DE CURITIBA, PARANÁ, BRASIL**

Dissertação apresentada como requisito parcial à obtenção do grau de Mestre, pelo Curso de Pós Graduação em Engenharia Florestal – Área de Conservação da Natureza, Setor de Ciências Agrárias da Universidade Federal do Paraná.

Orientadora: Prof^a. Dr^a. Daniela Biondi Batista

**CURITIBA
2012**

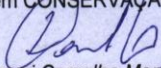



Universidade Federal do Paraná
Setor de Ciências Agrárias - Centro de Ciências Florestais e da Madeira
Programa de Pós-Graduação em Engenharia Florestal


PARECER

Defesa nº. 894

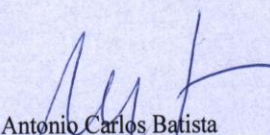
A banca examinadora, instituída pelo colegiado do Programa de Pós-Graduação em Engenharia Florestal, do Setor de Ciências Agrárias, da Universidade Federal do Paraná, após arguir o(a) mestrando(a) *Raquel Ribeiro de Souza Silva* em relação ao seu trabalho de dissertação intitulado "**Avaliação turística e paisagística do Jardim Botânico de Curitiba, Paraná, Brasil**", é de parecer favorável à **APROVAÇÃO** do(a) acadêmico(a), habilitando-o(a) ao título de *Mestre* em Engenharia Florestal, área de concentração em **CONSERVAÇÃO DA NATUREZA**.


Dr. Rosemeri Carvalho Marenzi
Universidade do Vale do Itajaí - UNIVALI
Primeiro examinador


Dr. Sergio Domingos de Oliveira
Universidade Federal Rural do Rio de Janeiro
Segundo examinador


Dr. Daniela Biondi Batista
Universidade Federal do Paraná
Orientador e presidente da banca examinadora

Curitiba, 15 de fevereiro de 2012.


Antonio Carlos Batista
Coordenador do Curso de Pós-Graduação em Engenharia Florestal
Carlos Roberto Sanquetta
Vice-coordenador do curso

Av. Lothário Meissner, 3400 - Jardim Botânico - CAMPUS III - CEP 80210-170 - Curitiba - Paraná
Tel: (41) 360-4212 - Fax: (41) 360-4211 - <http://www.floresta.ufpr.br/pos-graduacao>

AGRADECIMENTOS

Á Deus, merecedor de toda honra, glória e louvor sempre e sempre.

À minha família por acreditarem em mim e em meus sonhos.

A Toufic Dualiby, pela arte de simplificar os problemas com seu sorriso.

Aos amigos de perto e de longe, por serem exatamente isso: AMIGOS.

Aos professores doutores Daniela Biondi e Antônio Carlos Batista, pela meticulosa orientação nesta pesquisa.

Ao professor doutor Sérgio D. Oliveira, por prontamente atender ao meu convite para fazer parte de mais uma etapa de minha formação.

Às professoras doutoras Salete Kozel Teixeira e Rosemeri Carvalho Marenzi, pela disponibilidade e contribuição para o enriquecimento desta pesquisa.

À Ely de Moraes Cunha, coordenadora do Jardim Botânico de Curitiba, pelas informações e contribuições nesta pesquisa.

À Michella Yamamura, pela disponibilidade de tempo e ajuda com o mapa.

À Angeline Martini, pela paciência e ajuda com os gráficos.

À Luciana Leal, pela gentileza de fornecer os dados climáticos de Curitiba.

Aos colegas, Everaldo Marques de Lima Neto, Maciel Batista Paulino e Mayssa Mascarenhas Grise Monteiro, pelas poucas, porém, agradáveis conversas.

RESUMO

A análise das preferências paisagísticas dos indivíduos, bem como dos equipamentos e serviços presentes nos atrativos turísticos, constitui-se em uma importante ferramenta para avaliação e aprimoramento da experiência turística. O objetivo geral desta pesquisa foi então realizar uma avaliação paisagística e turística no atrativo mais visitado da cidade de Curitiba, o Jardim Botânico, considerando o perfil, a opinião e a percepção de seus usuários em relação à paisagem e aos equipamentos e serviços turísticos disponíveis na área de estudo, para assim agregar dados qualitativos sobre o uso deste atrativo e fornecer subsídios a sua gestão. Os objetivos específicos foram analisar o perfil dos usuários e os fatores que influenciam a visita ao Jardim Botânico de Curitiba; analisar a paisagem do atrativo através dos cartões postais que retratam sua imagem; analisar a preferência paisagística dos usuários e os fatores que a influenciam; avaliar os equipamentos e serviços turísticos por meio da opinião dos usuários; fornecer subsídios para a gestão do local. Os métodos utilizados foram aplicação de questionário para delinear o perfil do usuário deste atrativo, avaliar a infraestrutura e os serviços disponíveis e coletar sugestões para a melhoria do Jardim Botânico de Curitiba; análise da tipologia e da composição paisagística dos dez cartões postais com a temática “Jardim Botânico de Curitiba”, por meio da desagregação da paisagem e quantificação dos elementos previamente definidos como naturais, antrópicos e culturais. Em seguida, selecionaram-se aqueles que obtiveram a maior porcentagem de elementos naturais, antrópicos e culturais em sua composição para serem apresentados aos usuários que responderiam ao questionário e assim analisar a preferência paisagística destes em relação ao atrativo em estudo. Os resultados encontrados em relação ao perfil geral do usuário do Jardim Botânico de Curitiba foram: usuários do gênero feminino; faixa etária de 19 a 30 anos; nível médio de escolaridade; origem geográfica de outro estado; dois (2) a cinco (5) dias de permanência na cidade de Curitiba e motivação de viagem o lazer. Quanto aos equipamentos e serviços, no geral, os usuários afirmaram estarem satisfeitos. Quanto à paisagem, no geral, o cartão postal com a maior quantidade de elementos culturais foi o que mais agradou aos usuários. Houve variações na preferência paisagística quando se considerou as variáveis gênero, faixa etária, escolaridade e origem geográfica do usuário.

ABSTRACT

The analysis of landscape preference of individuals as well equipment and services available at tourist attractions are an important tool to evaluate and improve the tourism experience. The goal of this research was to hold a landscape assessment at the most visited tourism attraction in Curitiba city, the Botanical Garden, considering the profile, the opinion and perception of their users in relation to landscape and tourist services available at the study area, in order to add qualitative data about the use of this tourist attraction and provide subsidies to its management. The specific objectives were to analyze the users profile and the factors that influence the visitation at Curitiba Botanical Garden; to analyze the landscape through postcards that portray its image; to analyze the users' landscape preference and the factors that influence it; to assess tourist services through feedback from users; to provide subsidies for the area management. The methods used were a questionnaire to outline the users' profile; to evaluate the infrastructure and services available; to collect suggestions for improve the Curitiba Botanical Garden; to analyze the ten postcards' landscape composition and typology; to quantify the elements which were previously defined as natural, cultural and man-made. Then were selected those postcards who had the highest percentage of natural, cultural and man-made elements in its composition to be presented to users who would respond the questionnaire and thus examine the landscape preference related to the studied tourism attraction. The findings related to the general Curitiba Botanical Garden users profile were female users, aged from 19 to 30 years old, average schooling level, geographical origin from another state, from 2 to 5 days of stay at Curitiba city and leisure as travel motivation. As for equipment and services, in general, users said they were satisfied. In general, about the landscape, the postcard with the greatest amount of cultural elements was the most pleased to users. Also there were variations at the landscape preference when were considerate users' gender, age, educational level and geographic origin.

LISTA DE FIGURAS

FIGURA 1 – LOCALIZAÇÃO DO JARDIM BOTÂNICO DE CURITIBA-PR	32
FIGURA 2 – FLUXOGRAMA DA METODOLOGIA	35
FIGURA 3 – EQUIPAMENTOS E SERVIÇOS JARDIM BOTÂNICO DE CURITIBA (J.B.C)	37
FIGURA 4 – MODELO DA GRADE DE QUADRÍCULAS	39
FIGURA 5 – PERFIL DO USUÁRIO DO J.B.C.....	41
FIGURA 6 – DESLOCAMENTO DO USUÁRIO : TEMPO DE PERMÂNCIA E MOTIVAÇÃO.....	42
FIGURA 7 – GÊNERO DOS USUÁRIOS DO J.B.C POR ESTAÇÃO DO ANO	44
FIGURA 8 – ORIGEM GEOGRÁFICA DO J.B.C POR ESTAÇÃO DO ANO	45
FIGURA 9 – FAIXA ETÁRIA DO J.B.C POR ESTAÇÃO DO ANO	46
FIGURA 10 – NÍVEL DE ESCOLARIDADE DO J.B.C POR ESTAÇÃO DO ANO	47
FIGURA 11 – AVALIAÇÃO DOS EQUIPAMENTOS TURÍSTICOS DO J.B.C PELOS USUÁRIOS	51
FIGURA 12 – AVALIAÇÃO DOS SERVIÇOS TURÍSTICOS DO J.B.C PELOS USUÁRIOS	54
FIGURA 13 – PAISAGEM CARTÃO POSTAL N° 12	59
FIGURA 14 – PAISAGEM CARTÃO POSTAL N° 14	60
FIGURA 15 – PAISAGEM CARTÃO POSTAL N° 43	62
FIGURA 16 – PAISAGEM CARTÃO POSTAL N° 44	63
FIGURA 17 – PAISAGEM CARTÃO POSTAL N° 63	65
FIGURA 18 – PAISAGEM CARTÃO POSTAL N° 64	66
FIGURA 19 – PAISAGEM CARTÃO POSTAL N° 71	67
FIGURA 20 – PAISAGEM CARTÃO POSTAL N° 85	69
FIGURA 21 – PAISAGEM CARTÃO POSTAL N° 88	70
FIGURA 22 – PAISAGEM CARTÃO POSTAL N° 89	72
FIGURA 23 – PREDOMINÂNCIA ELEMENTOS PAISAGÍSTICOS NOS CARTÕES POSTAIS DO JARDIM BOTÂNICO DE CURITIBA	74
FIGURA 24 – PREFERÊNCIA PAISAGÍSTICA GERAL	76
FIGURA 25 – PREFERÊNCIA PAISAGÍSTICA FEMININA	81
FIGURA 26 – PREFERÊNCIA PAISAGÍSTICA MASCULINA	82
FIGURA 27 – PREFERÊNCIA PAISAGÍSTICA POR FAIXA ETÁRIA.....	83
FIGURA 28 – PREFERÊNCIA PAISAGÍSTICA POR NÍVEL DE ESCOLARIDADE	84
FIGURA 29 – PREFERÊNCIA PAISAGÍSTICA POR ORIGEM GEOGRÁFICA	85

LISTA DE TABELAS

TABELA 1 - CONDIÇÕES CLIMÁTICAS DE CURITIBA NO PERÍODO DA COLETA DE DADOS	48
TABELA 2 – EQUIPAMENTOS E SERVIÇOS TURÍSTICOS JARDIM BOTÂNICO DE CURITIBA (J.B.C)	50
TABELA 3 - AVALIAÇÃO GERAL SERVIÇOS E EQUIPAMENTOS J.B.C	57
TABELA 4 – PAISAGEM CARTÃO POSTAL Nº 12	60
TABELA 5 – PAISAGEM CARTÃO POSTAL Nº 14	61
TABELA 6 – PAISAGEM CARTÃO POSTAL Nº 43	63
TABELA 7 – PAISAGEM CARTÃO POSTAL Nº 44	64
TABELA 8 – PAISAGEM CARTÃO POSTAL Nº 63	66
TABELA 9 – PAISAGEM CARTÃO POSTAL Nº 64	67
TABELA 10 – PAISAGEM CARTÃO POSTAL Nº 71	68
TABELA 11 – PAISAGEM CARTÃO POSTAL Nº 85	70
TABELA 12 – PAISAGEM CARTÃO POSTAL Nº 88	71
TABELA 13 – PAISAGEM CARTÃO POSTAL Nº 12	73
TABELA 14 – QUANTIFICAÇÃO ELEMENTOS PAISAGÍSTICOS CARTÕES POSTAIS	74
TABELA 15 – CONSERVAÇÃO DA PAISAGEM PERCEPÇÃO DO USUÁRIO	75

LISTA DE QUADROS

QUADRO 1 – PERCEPÇÃO PAISAGÍSTICA DOS CARTÕES POSTAIS DO J.B.C.....	77
QUADRO 2 – SUBSÍDIOS PARA A GESTÃO TURÍSTICA E PAISAGÍSTICA DO J.B.C.....	88

SUMÁRIO

1 INTRODUÇÃO	12
2 REVISÃO BIBLIOGRÁFICA.....	15
2.1 TURISMO NO ESPAÇO URBANO.....	15
2.1.1 Atrativos turísticos no espaço urbano	16
2.2 ÁREAS VERDES URBANAS.....	18
2.2.1 Jardins Botânicos no Brasil	20
2.2.2 Evolução da percepção dos jardins.....	24
2.3 PAISAGEM E PREFERÊNCIA PAISAGÍSTICA NO TURISMO.....	24
2.3.1 Classificação da paisagem.....	26
2.4.1 Avaliação de paisagens	27
2.4.2 Avaliação do Turismo	29
3 MATERIAL E MÉTODOS	32
3.1 ÁREA DE ESTUDO	32
3.1.1 Caracterização da Cidade de Curitiba.....	32
3.1.2 Jardim Botânico de Curitiba	33
3.1.2.1 Equipamentos e serviços turísticos no Jardim Botânico de Curitiba	33
3.2 PROCEDIMENTOS METODOLÓGICOS	35
3.2.1 TURISMO.....	37
3.2.1.1 Avaliação dos equipamentos e serviços turísticos do Jardim Botânico de Curitiba.....	37
3.2.2 PAISAGEM.....	38
3.2.2.1 Tipologia e composição paisagística dos cartões postais do Jardim Botânico de Curitiba	38
3.2.2.2 Preferência paisagística no Jardim Botânico de Curitiba	40
4 RESULTADOS E DISCUSSÕES	41
4.1 ANÁLISE TURÍSTICA.....	41
4.1.1 Perfil geral dos usuários Jardim Botânico de Curitiba	41
4.1.1.1 Perfil usuários por estação do ano	43
4.1.2 Influência climática no turismo do Jardim Botânico de Curitiba.....	47
4.1.3 Quantificação dos equipamentos e serviços do Jardim Botânico de Curitiba	49
4.1.3.1 Equipamentos no Jardim Botânico de Curitiba.....	50
4.1.3.2 Serviços turísticos no Jardim Botânico de Curitiba	53
4.1.3.3 Sugestões dos usuários do Jardim Botânico de Curitiba	57
4.2 ANÁLISE PAISAGÍSTICA	58
4.2.1 Tipologia e composição paisagística dos cartões postais do Jardim Botânico de Curitiba	58
4.2.2 Paisagem cartão postal n°12	58
4.2.3 Paisagem cartão postal n° 14	60
4.2.4 Paisagem cartão postal n° 43	61
4.2.5 Paisagem postal n° 44	63
4.2.6 Paisagem cartão postal n°63	64
4.2.7 Paisagem cartão postal n° 64	66
4.2.8 Paisagem cartão postal n°71	67
4.2.9 Paisagem cartão postal n° 85	69
4.2.10 Paisagem cartão postal n° 88.....	70

4.2.11 Paisagem cartão postal n° 89.....	72
4.3 PREFERÊNCIA PAISAGÍSTICA GERAL	75
4.3.1 Preferência paisagística por gênero	81
4.3.2 Preferência paisagística por faixa etária	83
4.3.3 Preferência paisagística por nível de escolaridade	84
4.3.4 Preferência paisagística por origem geográfica	85
4.3.5 Preferência paisagística e divulgação de atrativo turístico	86
4.4 SUBSÍDIOS PARA A GESTÃO TURÍSTICA E PAISAGÍSTICA DO JARDIM BOTÂNICO DE CURITIBA	88
5 CONCLUSÕES	91
6 REFERÊNCIAS.....	94
AUTORIZAÇÃO DE PESQUISA.....	103
APÊNDICE.....	105

1 INTRODUÇÃO

Ao longo dos séculos a relação de dominação do homem sobre a natureza foi representada por meio da elaboração, ordenação e decoração de jardins, os quais simbolizavam uma natureza domesticada (McHARG, 2000).

Atualmente, não apenas os jardins, mas outras áreas verdes desempenham um papel similar, entretanto, com outras justificativas, como exemplo, conservação ambiental, áreas de lazer e recreação, e até mesmo atrações turísticas.

Assim, os jardins, os parques, as praças, os bosques urbanos, as unidades de conservação, entre outros espaços abertos no perímetro urbano e com cobertura vegetal, são exemplos desta necessidade humana de moldar o meio em que vive segundo seus interesses.

Tal necessidade advém do distanciamento do homem em relação à natureza, que deu-se de forma gradual, sendo que seu ápice ocorre com a revolução industrial por meio de um acelerado processo de urbanização, o qual criou expectativas de crescimento econômico e resultou entre outros aspectos, no abandono do espaço rural.

Neste contexto, nos séculos seguintes, a paisagem dos espaços urbanos foi modificada, ora pelas construções de empreendimentos comerciais e residenciais, ora pela disseminação de favelas e ocupações irregulares para construção de moradias. Assim, de maneira geral, as áreas verdes deram lugar ao concreto.

No Estado do Paraná, a cidade de Curitiba destaca-se por possuir 23.164.533 m² de seu território municipal ocupado por 1053 áreas verdes (IPPUC, 2011), e resultados de pesquisas afirmam que o município possui um índice de 49,02 m² de área verde por habitante (PEREIRA, 2004).

Cabe ressaltar que em Curitiba as áreas verdes, além de espaços de uso público, são também consideradas importantes atrativos turísticos, os quais podem ser facilmente percorridos por meio da Linha Turismo.

Nesta linha, os ônibus fazem percursos de 45 km, com duração média de duas horas e meia, de terça a domingo, entre as 09h00min da manhã até 17h30min da tarde, passando a cada meia hora em cada um dos atrativos integrantes de sua rota (URBS, 2010).

Os atrativos que fazem parte do roteiro da Linha Turismo são os seguintes: Praça Tiradentes; Rua das Flores; Centro de Convenções; Museu Ferroviário; Teatro Paiol; Estação Rodoferroviária; Teatro Guairá/Universidade Federal do Paraná; Passeio Público/Memorial Árabe; Centro Cívico; Museu Oscar Niemeyer; Bosque do Papa/Memorial Polonês; Bosque Alemão; Universidade Livre do Meio Ambiente; Parque São Lourenço; Ópera de Arame/Pedreira Paulo Leminski; Parque Tanguá; Parque Tinguí; Parque Barigui; Memorial Ucraniano; Portal Italiano; Bairro Santa Felicidade; Torre Panorâmica/Brasil-TELECOM; Setor Histórico; e Jardim Botânico Municipal (URBS, 2010).

Observa-se que dentre os atrativos turísticos presentes no roteiro da Linha Turismo, mais da metade deles são áreas verdes nas categorias praças, parques, bosques, passeio e jardim.

Conforme dados da Secretaria de Estado do Turismo, em Curitiba, no ano de 2007, dentre todos os atrativos do roteiro da Linha Turismo, o Jardim Botânico de Curitiba posicionou-se em primeiro lugar no ranking dos atrativos mais citados pelos entrevistados daquele ano (IPPUC, 2007).

No ano de 2009, segundo dados do Instituto Municipal de Turismo de Curitiba, o Jardim Botânico de Curitiba manteve-se em primeiro lugar entre os atrativos mais visitados pelos entrevistados (CURITIBA, 2009).

Considerando a relevância dos dados referentes à visitação do Jardim Botânico para a cidade de Curitiba, assim como a importância da paisagem para o turismo (CRUZ, 2002)   enriquecedor   atividade turística a realização de estudos que apontem quais elementos da paisagem mais agrada ao observador e quais o desagradam. Além disso, é importante também conhecer as tipologias de paisagem que o atrai, pois a partir destas ferramentas os gestores de atrativos turísticos podem realizar suas a oes no sentido de manter a atratividade visual e a conserva o ambiental nestes locais.

Partindo deste princípio e observando a tendência das estatísticas em considerar apenas a quantidade de visitantes em detrimento da percep o que estes tem do ambiente visitado, o Jardim Botânico de Curitiba foi escolhido para ser o objeto de estudo desta pesquisa.

Desta forma, com o intuito de compreender sua importância no contexto turístico da cidade, o objetivo geral deste estudo foi realizar uma avalia o paisagística e turística do Jardim Botânico de Curitiba, considerando o perfil, a

opinião e a percepção de seus usuários em relação à paisagem e aos equipamentos e serviços turísticos disponíveis na área de estudo, para assim agregar dados qualitativos sobre o uso deste atrativo. Enquanto que os objetivos específicos foram:

- a) analisar o perfil dos usuários e os fatores que influenciam a visitação do Jardim Botânico de Curitiba;
- b) analisar a paisagem do Jardim Botânico de Curitiba através dos cartões postais que retratam sua imagem;
- c) analisar a preferência paisagística dos usuários e os fatores que a influenciam;
- d) avaliar a quantidade e funcionalidade dos equipamentos e serviços turísticos por meio da opinião dos usuários;
- e) fornecer subsídios para a gestão do Jardim Botânico de Curitiba.

2 REVISÃO BIBLIOGRÁFICA

2.1 TURISMO NO ESPAÇO URBANO

Conceitualmente, o termo turismo é definido pela Organização Mundial do Turismo como sendo “as atividades das pessoas que viajam e permanecem em lugares fora de seu ambiente habitual por não mais de um ano consecutivo para lazer, negócios ou outros objetivos” (OMT, 2003 p.18).

Neste contexto, o sistema turístico básico, elaborado por Leiper (1990), conta com três elementos essenciais ao seu funcionamento: o turista, os elementos geográficos e o setor turístico. O turista é o indivíduo que se desloca, no espaço geográfico, das regiões emissoras para as regiões de destino e utiliza-se dos serviços do setor turístico.

Complementando tal definição Cooper *et al.* (2007) considera que o turismo representa uma gama de indivíduos, de negócios, de organizações e de lugares, que se combinam para proporcionar uma experiência de viagem.

As especificações para classificar estas viagens dizem respeito ao tempo de permanência do visitante no local. Para ser considerada viagem, a estada no local visitado deve ser superior as 24h; caso este período seja menor é considerado excursão. Viagens para fins de estudo ou profissionais não são consideradas prática de turismo (TRIGO, 2000).

A prática do turismo atualmente é considerada uma importante e lucrativa atividade econômica, e vai além do simples deslocamento de indivíduos de seu local de origem a outros locais, desconhecidos ou não, com permanência por mais de vinte quatro horas e utilização de equipamentos e serviços. Isto porque o turismo representa um fenômeno social presente na sociedade contemporânea que vem satisfazer a necessidade humana de sair da rotina, de conhecer e explorar o desconhecido (ANDRADE, 2006).

De acordo com estas necessidades, tão subjetivas, surgem no meio acadêmico e comercial as inúmeras tipologias para o turismo, cujas definições são baseadas na motivação que leva o indivíduo a optar por determinados destinos a fim de realizar determinadas atividades.

Dentre estas tipologias, encontra-se o denominado turismo urbano, o qual tem seu foco nas cidades. Segundo Castrogiovanni (2000), as cidades são concentrações de atrações, serviços, simbolismos e produções culturais. São marcadas pela singularidade, pois cada cidade oferece um espetáculo diferenciado e algo dinâmico, nem sempre lógico e objetivo, semelhante ao turismo.

Nas cidades, encontra-se também o espaço turístico, o qual segundo Rodrigues (2001) é composto de alguns elementos básicos, que são: a oferta turística; a demanda; os serviços; o transporte; a infraestrutura; e o poder de decisão e informação dos indivíduos.

A junção dos elementos e componentes do espaço turístico permite que, principalmente no espaço urbano, desenvolvam-se simultaneamente diversas modalidades de turismo. Pode-se dizer que o turismo urbano é composto pela união destas modalidades. Então, em visita a um centro urbano turístico, o indivíduo pode ter a sua disposição opção de turismo cultural, gastronômico, histórico, científico, negócios, desportivos, entre outros. Assim, as tipologias e modalidades de turismo no espaço urbano complementam-se e incrementam a oferta turística local de acordo com suas características e especificidades.

2.1.1 Atrativos turísticos no espaço urbano

Os atrativos turísticos desempenham um importante papel dentro da tipologia turismo urbano. Andrade (2006) afirma que a oferta turística pode utilizar-se dos recursos naturais e artificiais de uma localidade, ou de ambos.

Pearce (1991) define atrativo turístico como sendo a nomenclatura para um local, seja natural ou antropizado, cujo foco está no visitante e a atenção voltada à gestão do recurso.

Beni (2004 p.302) conceitua atrativo turístico de forma mais abrangente, pois inclui “todo lugar, objeto ou acontecimento que motiva o deslocamento de grupos humanos para conhecê-los”.

No espaço urbano os recursos necessários para a formação de atrativo turístico estão amplamente disponíveis, sendo que quase todos os elementos que o compõe (edificações, praças, jardins, etc.) podem ser do interesse do turista e objeto de consumo (SILVA, 2004).

Diante da abundante oferta de diferentes tipos de atrativos, há um esforço no sentido de categorizá-los. Cooper *et al.* (2007), classifica os atrativos levando em consideração a localização física do recurso turístico, o grau de naturalidade ou artificialidade e a política de preço adotada para o acesso.

Leask (2010), por sua vez, divide os atrativos turísticos em parques temáticos e de diversão; museus e galerias; ambientes naturais (jardins, florestas e parques nacionais); locais religiosos; e patrimônio (castelos, fortes, monumentos culturais, históricos e arqueológicos), dentre outros. Beni (2004) considera todas as categorias citadas e inclui os eventos na lista de categorização dos atrativos turísticos.

Independente de sua categorização, os atrativos representam a razão de ser do turismo e possui a capacidade de movimentar todo o sistema turístico, incentivando a demanda pela viagem na região emissora para inúmeros destinos. Desta forma, a questão da qualidade torna-se um imperativo e representa uma totalidade de relações entre os prestadores de serviços e as características do produto, ambos relacionados ao ato de proporcionar satisfação ao consumidor (COOPER *et al.*, 2007).

A qualidade dos serviços oferecidos e a experiência tida pelo indivíduo em sua visita aos atrativos, ainda não é uma realidade mensurável quantitativamente, e sim, segundo Swarbrooke e Horner (2002), uma “percepção nas mentes do consumidor”.

Segundo Leask (2010), em relação aos atrativos turísticos, o objetivo comum ainda é enfatizar o número de visitantes em detrimento da percepção que estes tem do ambiente visitado, procedimento este que dificulta a mensuração da qualidade dos serviços turísticos.

Frente à relevância da experiência de serviços intangíveis, a gestão dos atrativos turísticos deve possuir um foco especial no visitante, além da atenção as questões administrativas e de marketing. Dentro deste contexto, Leask (2010) aponta algumas ferramentas a serem utilizadas por gestores de atrativos turísticos:

- a) coletar dados dos visitantes;
- b) monitorar o comportamento dos visitantes;
- c) treinar mão de obra para o desenvolvimento de habilidades;
- d) compromisso entre setores públicos e privados;
- e) identificar vantagens individuais ou competitivas;

f) diversificar e desenvolver novas atrações.

Pearce (1991), também aponta alguns fatores a serem considerados no processo de planejamento de atrativos turísticos:

- a) proporcionar a compreensão do público sobre o recurso, para que desta forma, o indivíduo se identifique com o atrativo e tenha atitudes que considerem a conservação do local;
- b) promoção de atividades que sejam responsáveis, acessíveis e estimulem a imaginação do visitante;
- c) oferecer serviços de apoio ao visitante, tais como, banheiro, lojas, estacionamento, etc.

Em suma, para sobreviver, todas as atrações turísticas, devem satisfazer aqueles que a visitam. Devem ainda, possuir a capacidade de melhorar constantemente seu padrão de qualidade e inovar seu produto (ENGLISH TOURISM COUNCIL, 2000).

Felizmente, nas últimas décadas, algumas cidades brasileiras vem inovando sua oferta turística por meio da criação e manutenção de áreas verdes, que servem tanto à comunidade local quanto aos visitantes como espaços de lazer, recreação, turismo, dentre outras inúmeras funções ou possibilidades.

2.2 ÁREAS VERDES URBANAS

Segundo Lima *et al.* (1994) as áreas verdes são espaços com predomínio de vegetação arbórea que englobam praças, jardins públicos, parques urbanos, canteiros centrais de avenidas, trevos, rotatórias e calçadas. Nesta classificação não são consideradas as árvores presentes nas margens das vias públicas devido às calçadas serem espaços impermeabilizados.

Hardt (2000) assinala duas categorias de áreas verdes: pública e privada, onde na primeira estão incluídas as seguintes tipologias: parques, praças e unidades de conservação. E na segunda categoria encontram-se as tipologias jardins e quintais.

Nesta classificação a autora não inclui os jardins e passeios públicos, nem cita os jardins botânicos, apesar destas tipologias de espaços possuírem uma importância social, ecológica e histórica no meio urbano (SEGAWA, 1996).

Quanto aos objetivos das áreas verdes, Buccheri e Nucci (2006), apontam três: ecológico-ambiental, estético e de lazer. Estes autores assinalam ainda que nestas áreas a presença de vegetação e de solo permeável (sem laje) deve ocupar, pelo menos, 70% da área; devem ainda, servir aos moradores como espaços de lazer e recreação.

Como exemplos de espaços que seguem estas recomendações, e enquadram-se na categoria de área verde pública, estão os parques urbanos, cujas áreas constituem-se em espaços de lazer e recreação.

Os parques urbanos possuem também função ecológica e estética, pois abrigam diversas espécies da flora e da fauna e contam com um tratamento paisagístico a fim de proporcionar uma visita agradável (GUZZO, 2010).

As praças, quando não impermeabilizadas e com vegetação, também são áreas verdes públicas, cuja função principal é o lazer, sendo que às vezes, são palcos de manifestação pública em prol de determinada causa. Segundo Guzzo (2010), as praças possuem uma extensão menor que os parques urbanos e quando contam com expressiva vegetação, são considerados jardins públicos.

As unidades de conservação, que podem ser tanto públicas como privadas, são instrumentos criados, entre outros objetivos, para manutenção da biodiversidade nos ecossistemas, dos recursos naturais e da cultura local.

Nestes espaços são preservados também os ecossistemas de relevante beleza cênica, e é permitido a realização de pesquisas científicas e o desenvolvimento de atividades de educação e interpretação ambiental. As atividades de lazer e recreação em contato com a natureza e a prática de turismo ecológico também são permitidas de acordo com o que dispõe a legislação específica para estas áreas (BRASIL, 2000).

Os jardins e passeios públicos, conforme expressa sua dominação, são de uso público, os quais, historicamente, segundo Segawa (1996, p.45), são palcos de manifestações sociais e espaços frequentados por “gente apaixonada em reunir-se para ver e ser vista”.

Atualmente os jardins e passeios públicos são espaços mais voltados à prática de atividades de lazer e recreação em contato com a natureza do que espaços de manifestações sociais, permanecendo, portanto, o aspecto de sociabilidade citado por Segawa (1996).

Já Loboda e De Angelis (2005) atribuem outras funções às áreas verdes, tais como às interferências positivas na composição atmosférica representada pela redução da poluição e purificação do ar; a diminuição dos níveis de ruído; o bem estar psicológico proporcionado aos transeuntes de calçadas e passeios; e a valorização da paisagem das cidades, quebrando, assim, a monotonia causada pelo excesso de concreto.

Complementando as funções das áreas verdes no meio urbano, Guzzo (2010), afirma que estas possuem também, além dos aspectos já abordados, uma função educativa, pois são ambientes propícios ao desenvolvimento de atividades extraclasse e programas de educação ambiental.

Outra função recente das áreas verdes tanto públicas como privadas nos centros urbanos é sua propensão em serem ou se transformarem em atrativos turísticos. Os parques, bosques e jardins públicos de Curitiba são exemplos clássicos desta realidade, a qual dentre outras premiações concedidas à capital paranaense, consagrou-a como capital ecológica (IPPUC, 2011).

Dentre as tipologias de área verde pública, encontram-se também os jardins botânicos, que são espaços diferenciados, capazes de sensibilizar os homens e despertar seu encantamento pela natureza (PEREIRA; COSTA, 2010). Presentes no Brasil desde o período Brasil colônia, estes espaços, atualmente, vem ganhando notoriedade como atrativos turísticos.

2.2.1 Jardins Botânicos no Brasil

Os jardins e hortos botânicos figuram na lista de categorização de atrativos turísticos. A definição para ambos os espaços é concebida por Beni (2004, p. 311), como sendo “instituições destinadas à conservação e multiplicação de espécimes vegetais, visando sua preservação e a visitação pública”. A visitação a estes espaços pode ser realizada tanto por moradores do entorno como por turistas, pois na concepção de Beni (2004, p. 335) os jardins são equipamentos turísticos, que contam com “áreas destinadas ao lazer com tratamento paisagístico”.

O artigo 1º da resolução 266 do Conselho Nacional do Meio Ambiente (CONAMA) define o termo jardim botânico e lista seus objetivos (BRASIL, 2000):

área protegida, constituída, no seu todo ou em parte, por coleções de plantas vivas cientificamente reconhecidas, organizadas, documentadas e identificadas, com a finalidade de estudo, pesquisa e documentação do patrimônio florístico do país, acessível ao público, no todo ou em parte, servindo à educação, à cultura, ao lazer e à conservação do meio ambiente.

Atualmente no Brasil, existem 34 jardins botânicos, localizados em 17 estados da federação, concentrados na região Sudeste, sendo que o estado de São Paulo abriga o maior número deles (PEREIRA; COSTA, 2010).

Historicamente a primeira tentativa de implantação desta modalidade de jardim deu-se em 1976 na capital Belém, a qual na época pertencia à capitania do Pará. Segawa (1996) descreve todo o processo histórico da criação dos primeiros Jardins Botânicos brasileiros.

Em 19 de novembro de 1798, uma resolução régia exigiu a criação de diversos Jardins Botânicos na colônia. Os governadores receberam instruções no sentido de organizar um jardim semelhante ao do Pará, acompanhadas de uma relação das plantas cultivadas no estabelecimento pioneiro.

Entre 1803 e 1806, sob o governo de D. Marcos de Noronha e Brito, foi criado outro horto botânico na capitania do Pará, denominado Jardim das Caneleiras. A intenção da Coroa portuguesa em estabelecer Jardins Botânicos nas capitanias naquele período era fomentar o desenvolvimento de plantas úteis à economia lusa.

Em 27 de julho de 1809 foi criada uma resolução que prometia prêmios e privilégios aos interessados que aclimatassem no Brasil plantas de especiarias orientais ou que promovessem a cultura de outros vegetais nativos ou exóticos.

Segawa (1996) traça uma linha cronológica para demonstrar a evolução e durabilidade destes espaços a partir do século XVIII até o início do século XX.

Em 1808 oficializa-se o Horto Botânico do Rio de Janeiro, o qual possuía um aproveitamento recreativo, incrementado na medida em que o crescimento urbano da capital ocorria, o jardim se aproximava da vida da cidade.

Em 1811 foi criado o Jardim Botânico de Olinda e diferente do que ocorreu no Rio de Janeiro, este espaço não funcionou como área de recreação, não havendo registro documental de uso da área pela população.

Em 1825 foi inaugurado o Jardim Botânico de Ouro Preto e o Jardim Botânico de São Paulo. O primeiro esteve exclusivamente relacionado como a botânica e a agricultura, enquanto que o segundo funcionou simultaneamente como horto botânico e passeio público.

Em 1886 em Curitiba foi criado o passeio público, cuja preocupação inicial tinha um viés botânico. O então vice - presidente da província do Paraná, José Antônio Vaz de Carvalhes, propôs a criação de um jardim botânico na capital.

Dos Jardins Botânicos citados, apenas os de São Paulo, Rio de Janeiro, e Curitiba (considerado por associação) resistiram ao tempo e chegaram ao século XXI conservados.

Um marco importante para os jardins botânicos brasileiros foi a criação da Rede Brasileira de Jardins Botânicos (RBJB), em 1991, sob o estímulo do *Botanic Gardens Conservation International* (BGCI), instituição que estimulou a criação de Jardins Botânicos contemporâneos (PEREIRA; COSTA, 2010).

Esta rede brasileira foi criada com o objetivo de coordenar as atividades desenvolvidas nos jardins botânicos; propiciar o fomento do intercâmbio de plantas e de conhecimentos entre as instituições nacionais e estrangeiras (RBJB, 2004).

Os estudos, pesquisas e implementação de programas conduzidos por estes jardins agregam conhecimento científico na formação e capacitação de recursos humanos e na conservação e manejo das espécies vegetais endêmicas, raras e ameaçadas de extinção (RBJB, 2004).

No ano de 1992 foi realizada a Convenção sobre a Diversidade Biológica (CDB) e dentre os 162 países participantes, o Brasil foi um deles. Esta convenção estabeleceu três níveis de obrigação a serem cumpridos por cada país integrante: “a conservação da diversidade biológica, a utilização sustentável de seus componente e a repartição de benefícios derivados da utilização dos recursos genéticos” (PEIXOTO; GUEDES-BRUNI, 2010, p.18).

A importância desta convenção, especificamente para os Jardins Botânicos, foi a elaboração de um documento contendo as normas internacionais de conservação para estes espaços. Segundo estas normas, é missão global dos jardins botânicos (REUNIÃO DOS JARDINS BOTÂNICOS, 2002, p. 66):

- a) interromper a perda de espécies de plantas e de sua diversidade genética em nível mundial;
- b) atentar para a preservação da degradação do meio ambiente natural do mundo;
- c) ampliar o entendimento público sobre o valor da diversidade das plantas e sobre as ameaças que sofrem;

- d) implementar ações práticas para o benefício e melhoria do meio ambiente natural do mundo;
- e) promover e assegurar o uso sustentável dos recursos naturais do mundo para essa e para as futuras gerações.

Em âmbito nacional, existem leis que estão relacionadas aos jardins botânicos de forma direta e indireta. A constituição Federal de 1988, em seu artigo 225 (BRASIL, 1988), está indiretamente relacionada aos Jardins Botânicos, pois em linhas gerais assegura que todo cidadão tem o direito a um meio ambiente ecologicamente bem equilibrado e de uso comum de todos.

Da mesma forma, a Lei 6938/1981 que instituiu a Política Nacional do Meio Ambiente (BRASIL, 1981) e a Lei 9985/2000 que institui o Sistema Nacional de Unidade de Conservação (BRASIL, 2000) estão indiretamente relacionadas aos jardins botânicos, considerando os objetivos de conservação destas áreas.

A resolução 266 de 03/08/2000 do Conselho Nacional do Meio Ambiente (CONAMA) está diretamente relacionada aos jardins botânicos, pois estabelece diretrizes para a criação e normativa o funcionamento destes jardins. Além disso, cria a comissão nacional de jardins botânicos, com a finalidade de assessorar a secretaria executiva do CONAMA no acompanhamento e análise de assuntos concernentes a estas áreas (BRASIL, 2000).

Conforme discutido na Reunião dos Jardins Botânicos (2002, p. 69), esta resolução “passa a ser instrumento de estratégia de apoio e alavancagem dos jardins, na medida em que os define legalmente numa perspectiva de conservação dos recursos florísticos do país”.

Complementando a resolução 266, em 2001 foi estabelecida a resolução 287 (BRASIL, 2001), a qual delegou ao Instituto de Pesquisa Jardim Botânico do Rio de Janeiro (JBRJ) as competências do Ministério do Meio Ambiente relativas ao registro de novos jardins botânicos e institui o registro e enquadramento provisórios.

Todos estes regulamentos são importantes para assegurar o desenvolvimento e fortalecimento institucional dos jardins botânicos brasileiros, evitando assim que estas áreas desapareçam e se transformem em parque público (REUNIÃO DOS JARDINS BOTÂNICOS, 2002).

2.2.2 Evolução da percepção dos jardins

Segundo Segawa (1996), a elaboração e apreciação de jardins possuem diversas visões, que vão desde a abordagem mítica, que enfatiza o poder que os jardins possuem de inspirar emoções e sentimentos até a visão de dualidade entre natureza versus cultura. Há ainda a consagração dos jardins como espaços de sociabilidade nos séculos 16 e 17, o qual sobrevive aos séculos seguintes, chegando ao século XXI como importantes espaços de lazer, recreação e turismo para os centros urbanos.

Connell (2004) argumenta que a visitação a jardins é uma forma de turismo cultural em uma sociedade pós moderna e aponta uma diversidade de motivações que levam os indivíduos a visitarem jardins, desde o desejo de admirar exposições de plantas, ou o trabalho de arquitetos da paisagem ou designers de jardins, até as mais simples motivações, como se refugiar em dias quentes, respirar ar puro em um ambiente agradável ou até mesmo dispensar um dia inteiro apenas para apreciação destes espaços.

Assim, o tratamento paisagístico dispensado aos jardins botânicos do século XXI traz consigo, além das funções ecológicas, um importante papel no embelezamento da cidade e se traduzem em espaços de relaxamento para o estresse diário que acompanha a vida citadina, por meio da contemplação da paisagem e, em escala menor, ao propiciar contato com elementos naturais, sobretudo com a vegetação (SEGAWA, 1996).

2.3 PAISAGEM E PREFERÊNCIA PAISAGÍSTICA NO TURISMO

A palavra paisagem nas línguas de origem românicas deriva do latim, *pagus*, adquirindo o significado de país, lugar, área territorial, e derivando as expressões em castelano (*paisage*), em catalão (*paisatge*), em galego (*paisaxe*), em francês (*paysage*), em italiano (*paesaggio*), entre outros. Nas línguas de origem germânica o significado de paisagem esta relacionado com o termo terra, do inglês *land*, derivando assim as expressões em inglês (*landscape*), em alemão (*landschaft*), em holandês (*landschap*), entre outros (BOLÓS, 1992).

Biondi (1990), afirma que atualmente, o termo paisagem possui inúmeras definições, entretanto, estas sempre estão relacionadas com os significados originais da palavra, diferindo apenas na abordagem que se modifica em consonância com a formação acadêmica, experiência e linha de estudo do pesquisador.

Dentre as inúmeras definições, considerar-se-á neste estudo, a definição de Biondi (1990), segundo a qual a paisagem é “um conjunto de cenários naturais ou artificiais onde o homem é, além de observador, um de uma gama de elementos que compõem qualquer panorama”

Trazendo o sentido do termo paisagem e sua utilização para a atividade turística, Meneses (2004) aponta que são nos usos que se concentram os significados mais profundos da paisagem.

Desta forma, a relação entre turismo e paisagem é marcada pela contraditoriedade, produzindo tanto efeitos positivos quanto negativos ao ambiente e a comunidade receptiva. O nível destes impactos irá depender exclusivamente da forma que os recursos paisagísticos e os serviços turísticos estão disponibilizados e a maneira que o indivíduo fará usos dos mesmos.

Cruz (2002) complementa a discussão sobre a relação turismo e paisagem, afirmando que no turismo, a paisagem é a primeira instância do contato do indivíduo com o lugar visitado estando ela, por esta razão, no centro da atratividade dos lugares para o turismo.

Estando no centro da atratividade, as paisagens são “testemunhos visuais de elementos estéticos e simbólicos construídos historicamente” (SILVA, 2004). Ao serem identificados e apropriados pelos indivíduos, estes elementos despertam singular interesse pelo lugar visitado e contribuem para estabelecer uma valorização qualitativa.

Neste contexto, onde a paisagem é um elemento essencial na oferta turística, cuja composição e harmonia das formas e cores não passam despercebidas (SILVA, 2004), a análise das preferências paisagísticas dos indivíduos constitui-se em uma ferramenta para avaliação e aprimoramento da qualidade dos atrativos turísticos.

Algumas características da paisagem são responsáveis pela preferência ou rejeição do observador. Estas características podem ser concretas ou abstratas.

Gonzales Bernáldes (1981) *apud* Bolós e Capdevila (1992)¹ faz uma compilação de diversos autores e assinala como concretude na paisagem a presença de água, vegetação e minerais, enquanto que o aspecto abstrato é definido pela perspectiva, complexidade, coerência, mistério, diversidade e a variedade contida na paisagem.

A combinação de alguns destes elementos torna uma paisagem atrativa ao observador, por outro lado a ausência deles pode ocasionar um desinteresse do observador frente à determinada paisagem.

Segundo Bolós e Capdevila (1992), em um estudo de preferência paisagística devem ser analisados a ausência ou presença dos componentes naturais da paisagem; a forma que se dá a leitura da paisagem; o contraste, a nitidez das formas, a repetição, a acessibilidade e a penetrabilidade presentes na paisagem; os aspectos relativos ao relevo: textura, forma; a diferenciação de cores e seu significado na paisagem.

A junção destes aspectos representa os componentes sensoriais das imagens de uma paisagem natural, citados por Beni (2004) como sendo a forma, odor, cor, luz, textura, som, temperatura e atmosfera.

A diversidade dos entornos naturais possui, portanto, a capacidade de evocar tanto sentimentos positivos como negativos que vão desde o medo ou inquietude à indiferença ou aborrecimento frente à determinada paisagem (BOLÓS, 1992).

Estes sentimentos estão diretamente ligados com a preferência paisagística que o observador tem ou deixa de ter por determinada paisagem. No momento de analisar esta preferência, uma ferramenta útil é o conhecimento do tipo de paisagem que está sendo observada, pois esta informação fornece subsídios ao entendimento e discussão sobre as razões que tornam uma paisagem agradável ou desagradável ao olhar do observador (MENESES, 2004).

2.3.1 Classificação da paisagem

A classificação, segundo Bolós e Capdevila (1992), é a etapa principal de qualquer estudo científico, entretanto, tratando-se do estudo da paisagem, faz-se necessário considerar as múltiplas possibilidades existentes, considerando que a paisagem é percebida e interpretada pelos sentidos, sendo o principal deles a visão.

¹ GONZALEZ-BERNALDEZ, F. **Ecología y Paisaje**. Madrid: H. Blume Ediciones, 1981.

No sentido de classificar as paisagens, considerando as impressões visuais, Biondi (2010) concede as seguintes tipologias à paisagem: panorâmica, fechada, focada, centralizada, limitada, detalhe e temporária.

A paisagem panorâmica é aquela onde predominam os elementos horizontais, a imagem fica em primeiro plano e não há limites para a visão. Enquanto que a paisagem focada conta com linhas paralelas ou objetos alinhados que parecem convergir até um ponto focal que domina a cena.

Uma paisagem fechada é definida pela presença de barreiras visuais. Igualmente a paisagem classificada como limitada tem seu espaço envolvido por barreiras visuais ou espaços cercados ou fechados.

Paisagem centralizada é aquela dominada pela presença de um componente singular que centra a atenção do observador. Diferente da paisagem detalhe ou temporária, que proporciona uma observação temporária de um elemento da paisagem e produz um impacto incomum por influência de elementos instáveis da natureza.

Bolós e Capdevila (1992) classificam as paisagens quanto às características geográficas e a dominância de elementos, podendo ser distinguidas como naturais, artificiais ou antrópicas. Utilizam ainda abordagem por funcionalidade, onde a paisagem pode ser assinalada como rural ou urbana.

Observa-se, portanto, a existência de um leque variado de opções no sentido de classificar paisagens. Igualmente diversos são os métodos de avaliação destas. A escolha entre uma ou outra classificação, bem como um ou outro método, dependerá exclusivamente dos objetivos propostos pelo pesquisador (BIONDI, 2009).

2.4 METODOLOGIA APLICADA NA PAISAGEM E NO TURISMO

2.4.1 Avaliação de paisagens

São vários os métodos e os objetivos que conduzem o estudo de avaliação paisagística. O que os diferencia são os meios de aplicação, que podem ser direto, indireto ou misto.

Biondi (2010) destaca que, em quaisquer métodos utilizado, o juízo de valor é sempre pessoal, sendo obtido por meio de classificação em categorias estéticas, análise dos componentes da paisagem, ou por ambos os procedimentos.

Assim, o método direto é realizado através da contemplação em substitutos da paisagem, tais como: fotos, gravuras, slides, vídeos e cartões postais. Enquanto que o método indireto é realizado por meio de técnicas quantitativas e qualitativas desagregando-se os elementos da paisagem, tais como relevo, solo, vegetação, água, clima e áreas antropizada.

Os objetivos mais frequentes na avaliação da paisagem estão relacionados à preocupação em preservar áreas de relevante valor ecológico, histórico, cultural, social e cênico, propondo a partir de estudos recomendações que visem sua manutenção e conservação.

Bolós e Capdevila (1992) citam como outro propósito em avaliar paisagens diz respeito ao planejamento de áreas destinadas a atividades de lazer, recreação e turismo, verificando a capacidade que de determinadas paisagens possuem para estas atividades.

A Convenção da Paisagem Européia (ELC), com dez anos de existência, é um exemplo de instituição com poder legal sobre a proteção, gestão e planejamento de todas as paisagens européias (CONRAD *et al.*, 2010). Estudos relacionados à preferência e avaliação paisagística são amplamente realizados neste continente e servem de instrumentos para um planejamento da paisagem por meio de uma gestão participativa.

Muito destes estudos utilizam-se de métodos baseados em fotografias acompanhadas por questões referentes ao perfil do entrevistado, bem como sua preferência pelas imagens apresentadas.

Os questionários são aplicados *in loco* aleatoriamente à população local (PAVLIKAKIS; TSIHRINTZIS, 2006); em locais específicos, com grupos determinados (TVEIT, 2010); via internet (KISCHLAT, 2004), (CONRAD, *et al.*, 2010); aos turistas (FYHRI *et al.* 2009); exposição de slides (PURCEL; LAMB, 1998); e até mesmo por meio de fotografias (MARENZI, 1996).

Normalmente, nestes estudos, há uma combinação de análise das características físicas da paisagem com a análise da percepção ou preferência do observador. Kischlat (2004) interpreta esta característica como sendo um método psicofísico basicamente desenvolvido em três etapas:

- a) julgamento da preferência dos observadores por fotografias da paisagem;
- b) dimensionamento das características da paisagem;
- c) interrelacionamento entre as preferências e as características da paisagem.

Conforme os resultados obtidos nos estudos concernentes a preferência e avaliação paisagísticas as três etapas citadas por Kischlat (2004) estão diretamente relacionadas ao perfil do observador, principalmente no que diz respeito ao nível educacional e socioeconômico (PAVLIKAKIS; TSIHRINTZIS, 2006).

O método psicofísico é um exemplo de metodologia mista de avaliação e preferência paisagística, pois trabalha com a paisagem de forma direta e indireta, possibilitando assim resultados abrangentes e confiáveis (KISCHLAT, 2004). Neste sentido, Bastarz (2009) salienta que os métodos para avaliação da preferência de paisagem devem ser aprimorados na tentativa de diminuir a subjetividade das informações coletadas.

2.4.2 Avaliação do Turismo

No sistema turístico, a demanda é o que permite o desenvolvimento da atividade, assim o número real de pessoas que participam do turismo, aquelas que efetivamente viajam, representam a demanda efetiva que compõe as estatísticas de turismo (COOPER *et al.* 2007). Entretanto, além de mensurar esta demanda efetiva, há ainda a necessidade de avaliar os atrativos turísticos visitados.

Considerando a dificuldade em se controlar as variáveis do sistema turístico, sobretudo o fato do uso de serviços e de infraestrutura servirem tanto ao morador quanto ao visitante, os resultados obtidos nas pesquisas estatísticas não são valores reais e sim estimativas normalmente advindas de levantamento por amostragem, suscetíveis a erros (COOPER *et al.* 2007).

Outro ponto a ser considerado quando se tem por objetivo a avaliação do turismo é a existência de metodologia que avalie o atrativo turístico em todos seus aspectos, com o intuito de avaliar se a demanda se encontra satisfeita com os equipamentos turísticos ofertados.

A Secretaria de Estado do Turismo do Paraná elaborou uma obra intitulada orientação para a gestão municipal do turismo (SETU, 2008), onde entre outros aspectos aborda procedimentos para avaliação de atrativos turísticos.

A metodologia sugerida pela SETU para avaliação de atrativo considera fatores tais como acesso, transportes, equipamentos e serviços e o valor intrínseco

do atrativo. Cada fator possui uma pontuação que varia de 0 a 4 pontos, e os valores são atribuídos conforme a presença ou ausência dos seguintes itens: sinalização, monitor especializado ou guia local, local de alimentação, serviços de limpeza, instalações sanitárias, e integração de roteiros turísticos comercializados.

O atrativo que conta com todos os itens listados recebe 3 pontos, enquanto que aquele que não possui apenas o último item listado recebe 2 pontos. Na sequência, o atrativo que possui apenas sinalização e os serviços de limpeza recebe 1 ponto e por fim o atrativo que não possui nenhum dos itens listados acima recebe 0 pontos. Apenas o atrativo com significativo valor intrínseco, o qual é obtido por meio da observação de características relevantes², seguida de uma análise comparativa com outro atrativo de características homogêneas, recebe 4 pontos.

Assim, calcula-se o valor médio pelo somatório das pontuações alcançadas por cada fator da avaliação, dividindo-os pelo número de avaliadores, os quais deverão atribuir valores de 1 a 4 para cada fator do atrativo e enquadrá-los nos critérios definidos como 4 = muito interessante; 3 = interessante; 2 = interesse relativo; e 1 = pouco interesse.

Nota-se que este procedimento é realizado no momento da realização do inventário turístico de uma localidade, sendo aplicado em âmbito municipal ou regional. A aplicação desta metodologia a um atrativo isolado é inviável.

Contudo, observa-se que esta metodologia pode constituir-se em uma base para a elaboração de novas metodologias, as quais possam ser aplicáveis em escalas menores, como por exemplo, em um único atrativo, sendo que os fatores mencionados e a presença ou ausência dos itens citados para fins de pontuação, podem ser o ponto de partida.

Tratando-se especificamente de traçar o perfil de visitantes, de determinado atrativo, a coleta de dados pode ser *in loco*, por meio de entrevistas pessoais e aplicação de questionários ou, caso seja possível, realizar um levantamento de dados na internet, utilizando principalmente de *sites* institucionais (COOPER *et al.*, 2007).

² Morfologia, forma/altura; vegetação; fauna; locais e caminhos com interesse para visitação; características das paisagens circundantes; intensidade das águas e mares; qualidade e cor da areia ou outro tipo de solo; qualidade da água (cor, transparência e temperatura); nível de polui o, qualidade das praias; margens aproveitáveis para entretenimento; presença de ilhas; possibilidade de banho, duchas naturais; paisagens mais interessantes; dimensão; volume d'água; extensão de percurso com segurança; visibilidade; valor histórico [...] (SETU, 2008).

O procedimento de coletar dados referentes ao perfil do entrevistado é realizado com frequência em pesquisas voltadas ao planejamento turístico (BENI, 2004). Seu uso se dá também em pesquisas voltadas ao estudo de preferências paisagísticas (CONRAD *et al.*, 2010). Os aspectos socioeconômicos, culturais, educacionais, demográficos, entre outros, contribuem de maneira significativa nos resultados finais de pesquisas científicas (TVEIT, 2009).

3 MATERIAL E MÉTODOS

3.1 ÁREA DE ESTUDO

O objeto de estudo, Jardim Botânico, localiza-se na cidade de Curitiba, capital do Estado do Paraná, no bairro Jardim Botânico, entre a Avenida Lothário Meissner e a Rua Ostoja Roguski, conforme ilustra a figura 1. O atrativo dispõe de uma área de 17,8 ha, a qual está situada nas coordenadas geográficas: 25°26'S e 49° 14'W (RBJB, 2004).

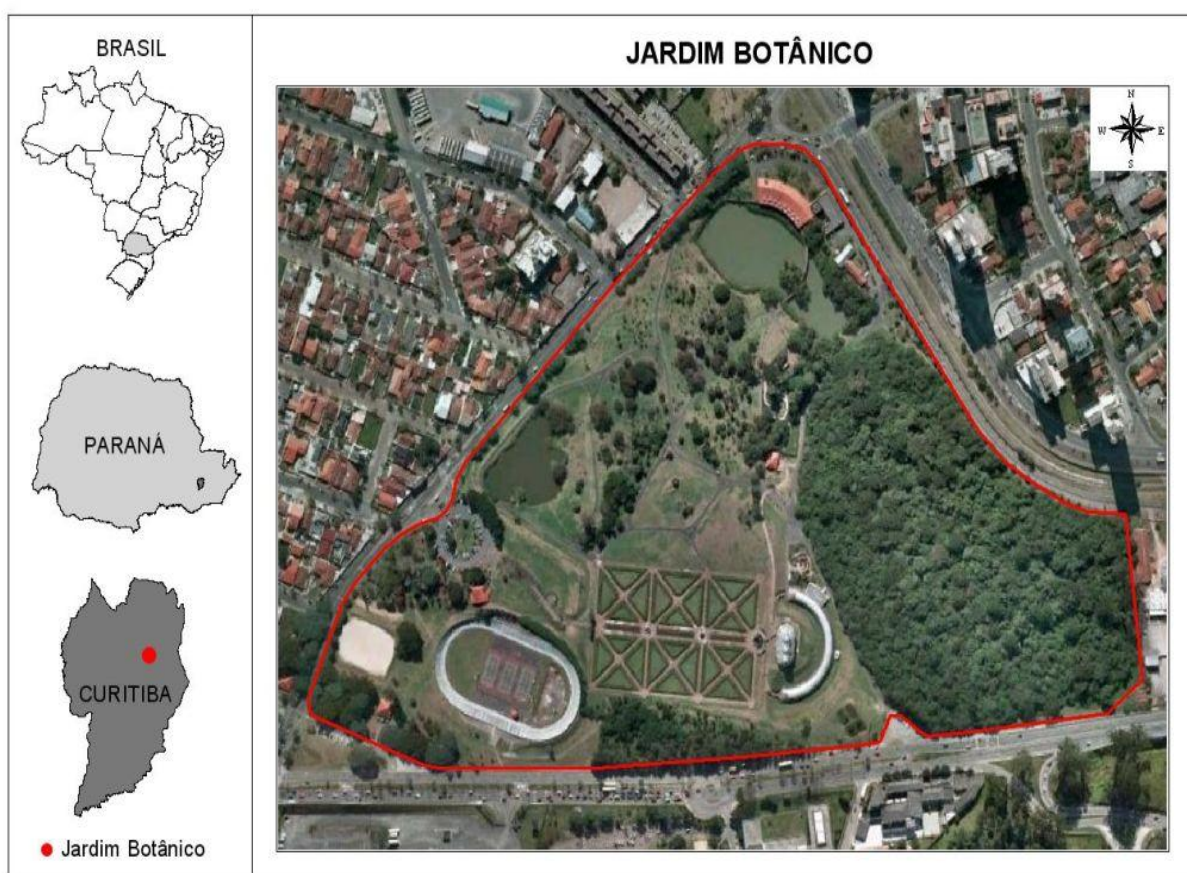


FIGURA 1 – LOCALIZAÇÃO DO JARDIM BOTÂNICO DE CURITIBA-PR
FONTE: Google Earth (2009).
ELABORAÇÃO: A Autora (2011).

3.1.1 Caracterização da Cidade de Curitiba

Geograficamente a cidade de Curitiba está situada num altiplano de 934 metros acima do nível do mar e possui um relevo ondulado. A área total do município é de 430,9 km², onde se distribuem 1.828.092 habitantes (IPPUC, 2010).

O município possui um clima subtropical, nas classificações e derivações de Köppen (MAACK, 1981), o qual caracteriza este tipo clima pela ausência de estação

seca, presença de verões frescos e invernos com geadas frequentes e ocasional precipitação de neve.

Os fatores que corroboram para a existência deste clima peculiar são a localização do município em relação ao Trópico de Capricórnio; a topografia do primeiro planalto; e a barreira geográfica natural da Serra do Mar (IPPUC, 2011).

3.1.2 Jardim Botânico de Curitiba

Inaugurado em cinco de outubro de 1991 (IPPUC, 2007), o Jardim Botânico de Curitiba, proporciona diversas atividades em seu espaço, tanto para os moradores da cidade de Curitiba, como para os indivíduos que a visitam.

A nomenclatura oficial é uma homenagem à urbanista Francisca Maria Garfunkel Rischbieter, pioneira no trabalho de planejamento urbano da capital paranaense (IPPUC, 2007).

O local funciona como centro de pesquisas da flora do Estado do Paraná, além de contribuir com a preservação e conservação da natureza, por meio de atividades desenvolvidas no centro de educação ambiental e no jardim das sensações.

A missão do Jardim Botânico de Curitiba é tornar-se centro de referência da vegetação nativa regional, enquanto que seus objetivos são:

- a) formar coleções significativas de plantas vivas de outros estados brasileiros;
- b) formar jardins com espécies ornamentais;
- c) desenvolver ações de educação ambiental;
- d) contribuir para a preservação das espécies ameaçadas e conservação da diversidade botânica (RBJB, 2004).

Além dos aspectos ambientais e educacionais, o Jardim Botânico de Curitiba possui também significativa importância como atrativo turístico.

3.1.2.1 Equipamentos e serviços turísticos no Jardim Botânico de Curitiba

A principal atração e equipamento turístico presente no Jardim Botânico de Curitiba é a estufa de ferro e vidro, dividida em dois andares, onde estão as coleções de plantas características de regiões tropicais, entre elas espécies representativas da Mata Atlântica sob condições de umidade e temperatura controladas. No andar elevado é possível ter uma visão panorâmica do jardim,

podendo ser vistos exemplares de espécies como palmito, embaúba, brinco-de-princesa, guapuruvu, epífitas entre outros (RBJB, 2004).

Inspirada no Palácio de Cristal de Londres, esta estufa, é circundada pelo jardim francês com canteiros geométricos, e é um dos principais atrativos turísticos da cidade (IPPUC, 2007).

Outro equipamento incorporado ao Jardim Botânico de Curitiba em 1992 é o Museu Botânico Municipal, entretanto, sua fundação se deu em 1965, a partir da doação do acervo particular do botânico Gerdt Hatschbach. Este acervo possui um rico material de pesquisa, dentre eles o herbário, com cerca de 300 mil exsicatas e a biblioteca específica de botânica com mais de 10 mil publicações de consulta local (RBJB, 2004).

Há ainda, um espaço para exposição de obras artísticas, tais como pintura e escultura, apresentando temas diversos durante o ano, como exemplo Orquídeas, Bonsai, Ikebanas, Ilustrações Botânicas, entre outros (RBJB, 2004).

Dentre os elementos destacados, os lagos, a estufa, as fontes, as trilhas, e o jardim francês são aqueles que mais agregam valor paisagístico ao local.

No geral, os equipamentos e serviços que oferecem suporte aos usuários e visitantes do atrativo estão ilustrados na figura 3.



FIGURA 3 – EQUIPAMENTOS E SERVIÇOS JARDIM BOTÂNICO DE CURITIBA (J.B.C)

Nota: 1 – pórtico; 2 – estacionamento; 3 – estacionamento de motos; 4 – velódromo; 5 – quadras esportivas; 6 – tóten; 7 – chafariz ; 8 – cascata; 9 – estufa; 10 – área de exposições; 11 – sanitários; 12 – museu botânico; 13 – ponte; 14 – campo de futebol; 15 – espelho d’água.

FONTE: Macedo e Sakato (2010).

3.2 PROCEDIMENTOS METODOLÓGICOS

A pesquisa inicialmente dividiu-se em duas vertentes: turismo e paisagem, para em seguida unir-se e fornecer subsídios para a gestão paisagística e turística do Jardim Botânico de Curitiba, conforme demonstra o fluxograma apresentado na figura 2.

No âmbito do turismo, foi delineado o perfil do usuário deste atrativo, avaliada a infraestrutura e os serviços disponíveis e, por fim foram coletadas sugestões para a melhoria do Jardim Botânico de Curitiba.

No âmbito da paisagem analisaram-se os dez cartões postais com a temática Jardim Botânico de Curitiba, os quais são comercializados nas lojas de souvenirs da cidade.

A análise dos cartões postais foi realizada considerando o tipo de paisagem presente em cada cartão postal e em seguida foram analisados quanto a sua composição paisagística, por meio da desagregação da paisagem e quantificação dos elementos previamente definidos como naturais, antrópicos e culturais.

Após a análise dos elementos paisagísticos dos cartões postais selecionaram-se aqueles que obtiveram a maior porcentagem de elementos naturais, antrópicos e culturais em sua composição para serem apresentados aos usuários que responderiam ao questionário e assim analisar a preferência paisagística destes em relação ao atrativo em estudo.

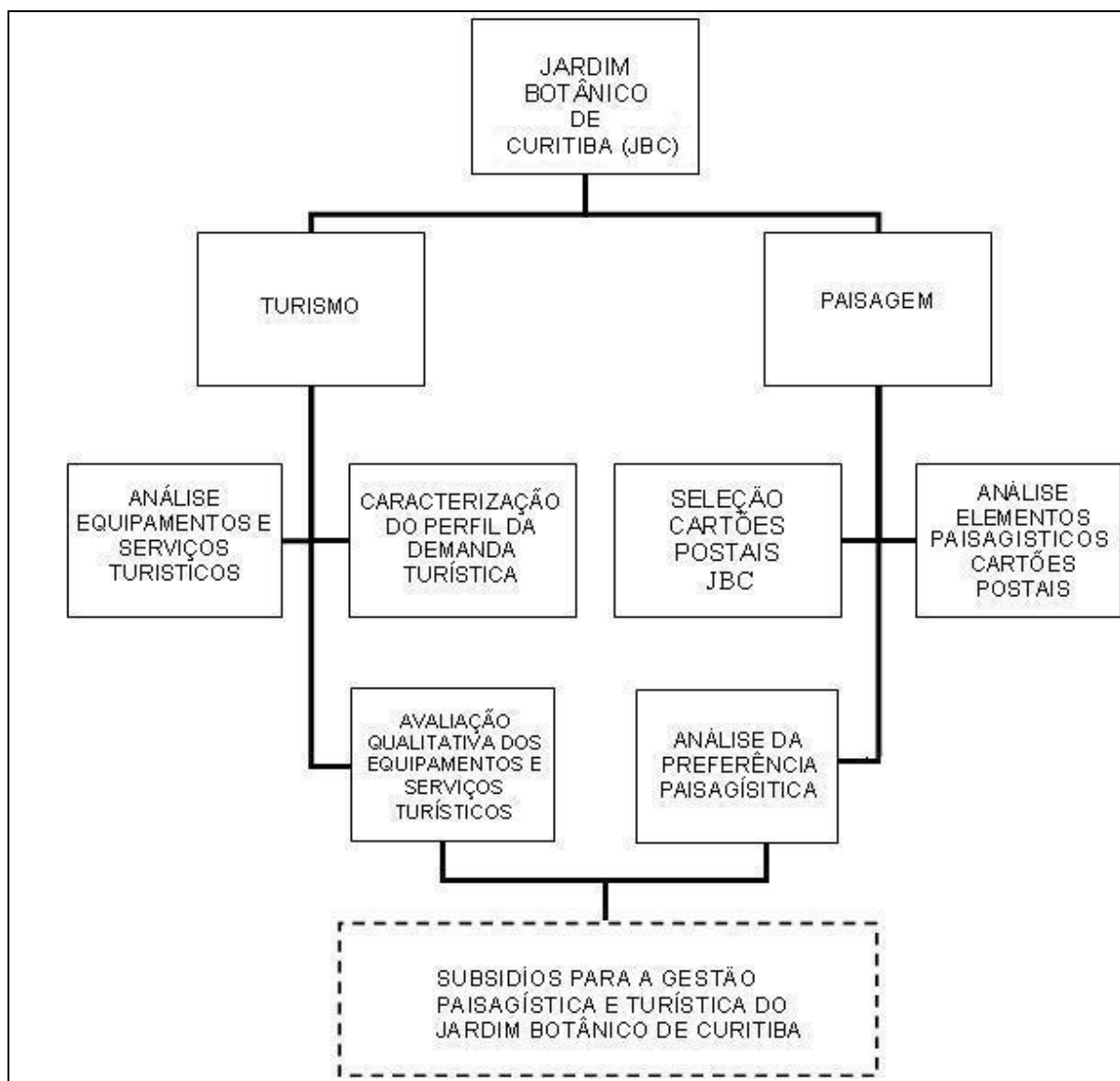


FIGURA 2 - FLUXOGRAMA DA METODOLOGIA
 FONTE: A autora (2010).

3.2.1 TURISMO

3.2.1.1 Avaliação dos equipamentos e serviços turísticos do Jardim Botânico de Curitiba

A avaliação do atrativo turístico em estudo foi realizada por meio de visitas *in loco*, verificando-se inicialmente os equipamentos e serviços turísticos presentes no local de estudo, bem como a quantidade dos mesmos, para posteriormente realizar uma análise qualitativa de acordo com a percepção dos usuários que responderam ao questionário elaborado para esta finalidade.

Antes de iniciar a coleta de dados por meio de questionários foi necessário solicitar uma autorização ao órgão público que administra a área de estudo, a

secretaria municipal de meio ambiente de Curitiba, a qual expediu uma autorização (ANEXO 1) para a realização da presente pesquisa.

3.2.1.2 Perfil e sugestões do usuário Jardim Botânico de Curitiba

Nesta pesquisa optou-se por nomear os entrevistados de usuários e não visitantes ou turistas, pois há uma diversidade de público que utiliza o local em estudo, os quais vão além destas duas categorias distintas, conforme observado em campo. Neste sentido, Cooper *et al.* (2001), afirma haver uma dificuldade em se controlar as variáveis do sistema turístico, sobretudo pelo fato do uso de serviços e de infraestrutura servirem tanto ao morador quanto ao visitante.

Assim, o perfil do usuário foi traçado com base na coleta de dados *in loco* por meio de aplicação de questionário. O questionário (APÊNDICE 1) foi composto por perguntas relacionadas à idade, ao gênero, ao nível de escolaridade, e a região geográfica de procedência dos visitantes e ainda apresentou questões que permitiram aos entrevistados analisarem e avaliarem os equipamentos e serviços turísticos presentes no atrativo e por fim sugerirem ações que trouxessem melhorias para o mesmo.

Os questionários foram aplicados durante duas semanas nos meses de maio, julho, outubro e dezembro de 2011, sendo que cada um destes meses representaram uma estação do ano. As coletas foram assim distribuídas com intuito de verificar se há significativas alterações no perfil da demanda entre uma estação e outra, bem como analisar a influência do clima no turismo, com base nos resultados obtidos nesta pesquisa.

A Compilação e tabulação dos dados coletados foram realizadas no programa Windows Excel 97-2003. Os resultados foram apresentados na forma de frequência e porcentagem.

3.2.2 PAISAGEM

3.2.2.1 Tipologia e composição paisagística dos cartões postais do Jardim Botânico de Curitiba

Com o intuito de analisar a preferência paisagística do usuário do Jardim Botânico de Curitiba, esta pesquisa tomou como base o método psicofísico, o qual foi utilizado em estudos anteriores por Kischlat (2004).

Os materiais utilizados foram cartões postais do atrativo turístico, “Jardim Botânico de Curitiba” elaborados pela empresa Mundial Postais, e comercializados nas lojas de souvenirs presentes dentro do Jardim Botânico e nos demais estabelecimentos do mesmo segmento.

Os dez cartões postais existentes com a temática referente ao Jardim Botânico de Curitiba foram analisados de acordo com a tipologia e os componentes paisagísticos neles existentes a partir dos seguintes procedimentos:

- a) divisão em quadriculas 0,4 X 0,4 cm;
- b) definição dos elementos a serem analisados: divisão entre componentes naturais, antrópicos e culturais;
- c) quantificação da quantidade de quadriculas com os elementos definidos;
- d) quantificação da porcentagem destes elementos em cada paisagem.
- e) seleção dos cartões postais a serem avaliados pelos usuários.

De acordo com os critérios estabelecidos por Biondi (2010), Bastarz (2009) e Hardt (2000) os dez cartões postais foram classificados segundo o tipo de paisagem que apresentavam e em seguida quantificados de acordo com os elementos paisagísticos neles presentes.

Foram considerados elementos paisagísticos naturais: a vegetação, o céu, a água e o relevo. A vegetação foi subdividida em arbórea, gramado, herbácea e arbusto. Para a análise dos elementos paisagísticos antrópicos, subdividiu-se a variável construção em estrutura física e urbanização. Os elementos paisagísticos culturais foram subdivididos nos itens monumento e pessoas.

A medida padrão dos cartões postais é de 10,5 X 15 cm. Assim, após testes para verificar qual medida seria ideal para uma boa visualização dos elementos em análise, estabeleceu-se que cada postal deveria ser dividido em 798 quadriculas de 0,4 X 0,4 cm, conforme demonstra a figura 4. A medida da quadricula foi conforme o tamanho total do cartão postal a fim de captar um maior número de elementos que compõem a paisagem.



FIGURA 4 – MODELO DA GRADE DE QUADRÍCULAS
FONTE: Curitiba (2011g).

3.2.2.2 Preferência paisagística no Jardim Botânico de Curitiba

Os cartões postais a serem avaliados pelos usuários foram selecionados de acordo com a porcentagem de elementos que apresentaram na avaliação paisagística. Assim, foram selecionados aqueles que apresentaram maior porcentagem de elementos naturais, antrópicos e culturais, totalizando três paisagens a serem avaliadas e valoradas.

Junto com o questionário de avaliação turística e paisagística, foi solicitado aos entrevistados que indicassem sua preferência paisagística indicando uma ordem de preferência de 1 a 3.

A partir da preferência paisagística, cruzaram-se os dados do perfil com a preferência paisagística dos usuários. Estes procedimentos permitiram verificar quais componentes e tipo paisagístico mais agradam ao usuário, além de fornecer subsídios para uma discussão sobre a preferência paisagística de acordo com a composição e tipologia da paisagem, bem como ressaltar a importância da opinião pública no planejamento turístico e na divulgação de atrativos locais.

4 RESULTADOS E DISCUSSÕES

4.1 ANÁLISE TURÍSTICA

4.1.1 Perfil geral dos usuários Jardim Botânico de Curitiba

Os resultados obtidos por meio da aplicação e posterior análise dos questionários realizados na área de estudo demonstraram o perfil geral do usuário do Jardim Botânico de Curitiba, conforme ilustra a figura 5.

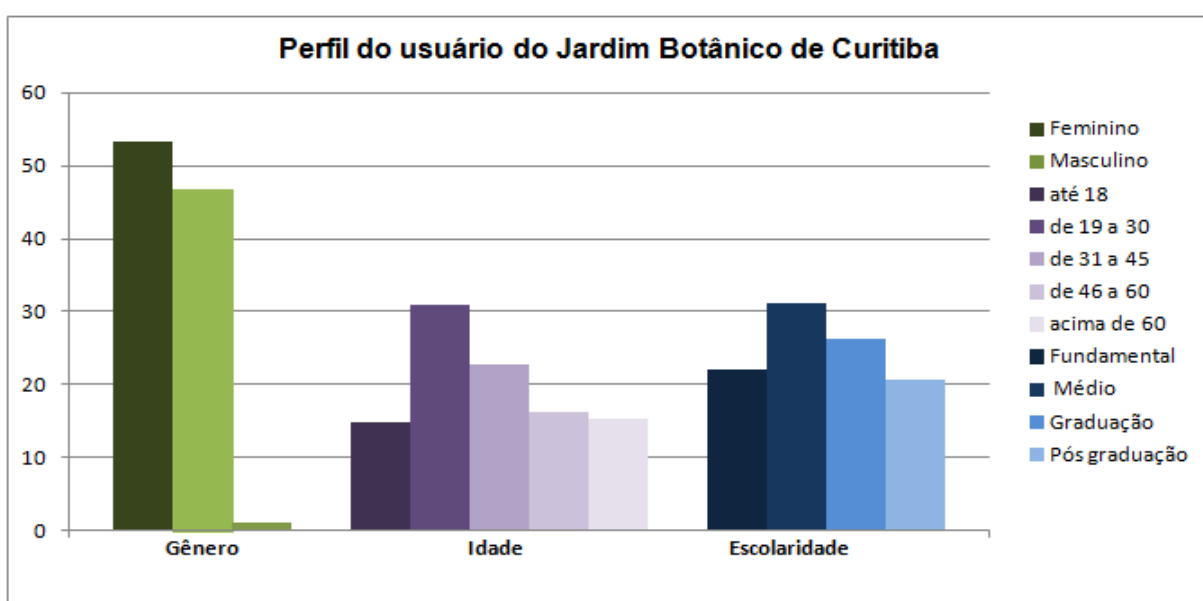


FIGURA 5 – PERFIL DO USUÁRIO DO J. B.C
FONTE: A autora (2011).

Do total de 985 entrevistados desta pesquisa 53% eram mulheres e 47% homens. A faixa etária predominante, com 31% das respostas, foi a de 19 a 30 anos, seguida da faixa etária de 31 a 45 anos com 23%. O nível de escolaridade mais representativo foi o ensino médio, com 31%, seguido da graduação, com 26% das respostas obtidas.

Segundo Andrade (2006), há uma impossibilidade de definir com precisão as características reais da demanda turística, pois esta é composta por indivíduos e grupos de formação social heterogênea. Além disso, há oscilações de acordo com a localidade e o período em que são desenvolvidas as pesquisas deste gênero.

Contudo, pode-se afirmar que nesta pesquisa, de forma geral, houve um equilíbrio apenas na variável gênero, pois as variáveis idade e escolaridade apresentaram significativa oscilação.

Ainda na coleta de dados referentes ao perfil do usuário do Jardim Botânico de Curitiba, consideraram-se os dados relacionados ao deslocamento do usuário, sua origem, tempo de permanência e motivação de visita, conforme ilustra a figura 6.

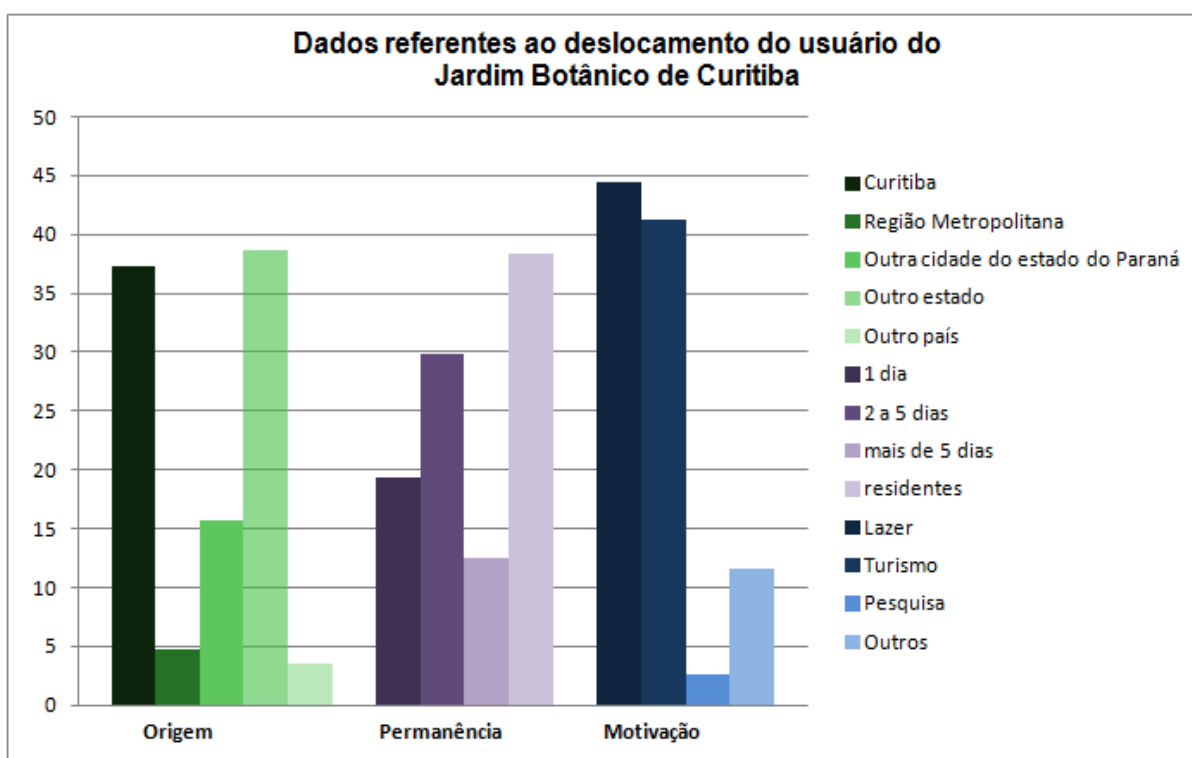


FIGURA 6 – DESLOCAMENTO DO USUÁRIO: ORIGEM, TEMPO DE PERMANÊNCIA E MOTIVAÇÃO DE VISITA
 FONTE: A autora (2011).

Identificou-se que na origem do usuário do atrativo em estudo destacam-se o residente da cidade de Curitiba, e os residentes de outros estados, os quais representaram 37% e 39% das respostas, respectivamente.

Quanto à permanência na cidade, a média encontrada foi de dois (2) a cinco (5) dias, conforme demonstram 30% respostas obtidas. Consideraram-se nesta questão, também, os usuários que permanecem por um (1) dia na cidade, sendo o total 19%.

Os resultados relacionados com a origem e permanência do usuário do Jardim Botânico de Curitiba encontrados nesta pesquisa coincidem com os resultados apresentados no relatório de demanda turística elaborado pelo Instituto

Municipal de Turismo local (CURITIBA, 2009) e com pesquisas acadêmicas, com o tema turismo em áreas verdes de Curitiba, desenvolvidas por Kaick *et al.* (2006), e Ribeiro e Silveira (2006).

No quesito motivação para visitar o atrativo, destacaram-se o lazer e o turismo com 44% e 42% das respostas, respectivamente. Este resultado corrobora com a afirmação de Andrade (2006), segundo o qual a necessidade que os indivíduos possuem de troca de ambiente físico e de evasão é uma das motivações que impulsionam as pessoas à prática do lazer e do turismo.

Conforme observado nas respostas obtidas, os moradores foram os que afirmaram com mais frequência ser o lazer o motivo da visita ao Jardim Botânico de Curitiba, resultado que coincide com o estudo realizado por Hildebrand *et al.* (2002) no Bosque Alemão de Curitiba, no qual os entrevistados apontaram as áreas verdes como os principais locais escolhidos para a prática de lazer aos finais de semana.

4.1.1.1 Perfil usuários por estação do ano

Tendo em vista que a realização da coleta de dados se deu em quatro etapas distintas com o intuito representar as quatro estações do ano, foi possível delinear o perfil do usuário do Jardim Botânico de Curitiba, no outono, no inverno, na primavera e no verão de 2011, conforme ilustram as figuras 7, 8, 9 e 10.

a) Gênero

No outono foram aplicados 325 questionários aos usuários do Jardim Botânico de Curitiba, dentre os quais 66% eram do gênero masculino, e 34% do gênero feminino.

No inverno foram aplicados 141 questionários, sendo 36% dos usuários do gênero masculino e 64% do gênero feminino.

Na primavera foram aplicados 236 questionários, sendo 36% dos usuários do gênero masculino e 64% do gênero feminino.

No verão foram aplicados 283 questionários, e 40% dos usuários do gênero masculino e 60% do gênero feminino.

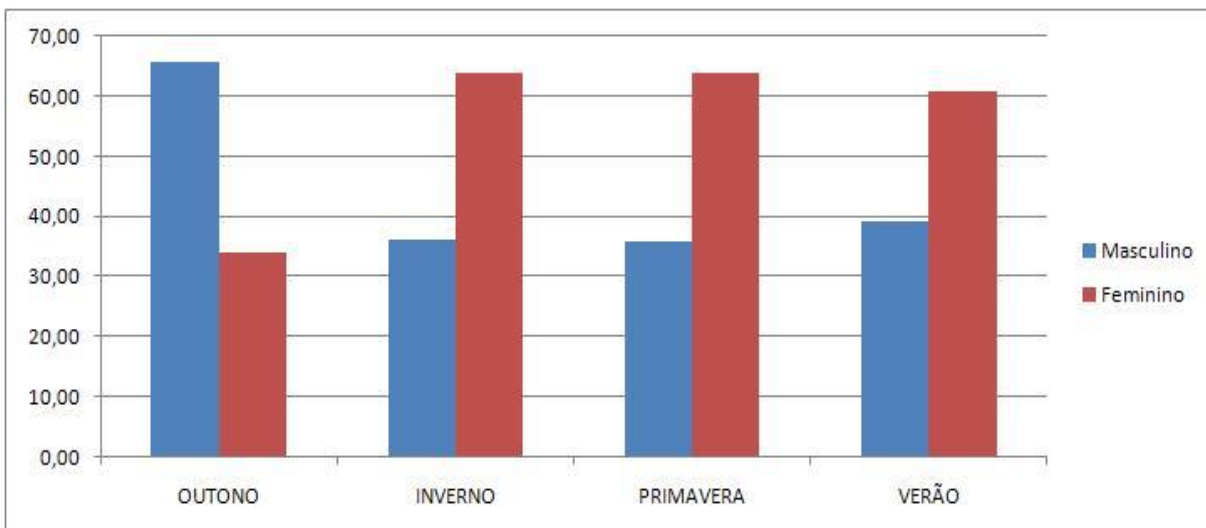


FIGURA 7 – GÊNERO DOS USUÁRIOS DO J.B.C POR ESTAÇÃO DO ANO
 FONTE: A autora (2011).

b) Origem

No período do outono 41% dos usuários eram residentes locais e da mesma forma 41% eram provenientes de outros estados. Os usuários residentes na região metropolitana e outras cidades do Paraná perfizeram um total não significativo de 6% e 7% respectivamente, enquanto aqueles provenientes de outros países foram apenas 5%.

A origem predominante no período do inverno foi a de outros estados, representada por 60% das respostas obtidas. Na sequência, os usuários residentes de Curitiba foram 19%, aqueles provenientes da região metropolitana foram 6%, de outras cidades do Paraná 8% e de outros países 7%.

Neste período da primavera a origem predominante dos usuários do Jardim Botânico de Curitiba foi outros estados, representando 57%, seguida dos residentes de Curitiba, os quais foram 31% do total de entrevistados. Os usuários residentes da região metropolitana e outras cidades do Paraná foram 3% e 5% respectivamente, enquanto aqueles provenientes de outros países foram apenas 4%.

No período do verão a origem predominante foi dos residentes de Curitiba 47% seguida dos usuários de outras cidades do Paraná com 38%. Os residentes da região metropolitana e de outros estados foram 5% e 10% respectivamente. Neste período não foi entrevistado nenhum usuário proveniente de outro país.

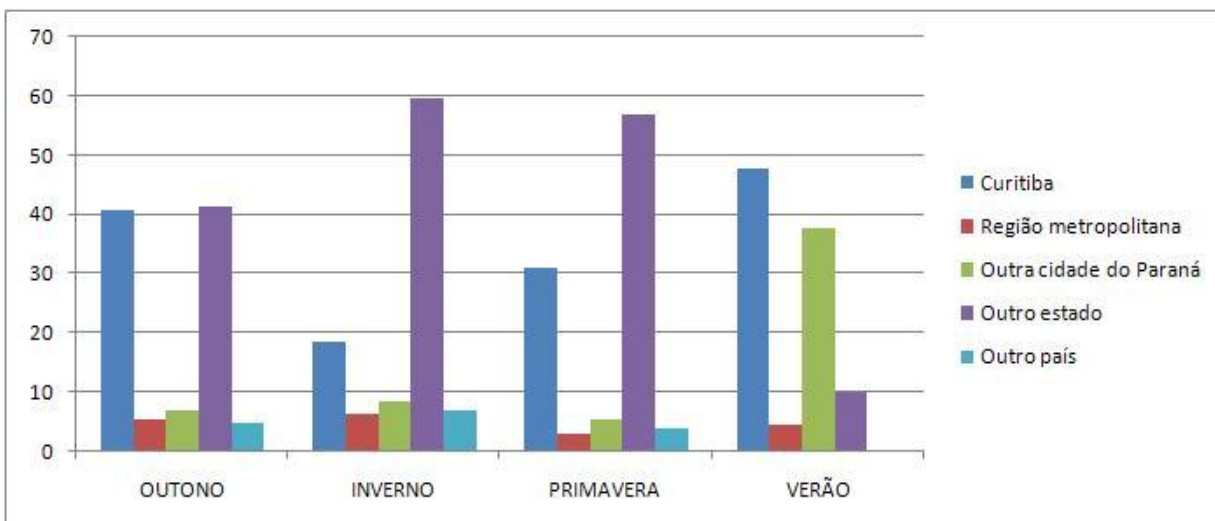


FIGURA 8 – ORIGEM GEOGRÁFICA DOS USUÁRIOS DO J.B.C POR ESTAÇÃO DO ANO
 FONTE: A autora (2011).

c) Faixa etária

No período do outono a faixa etária predominante neste período da coleta foi a de 19 a 30 anos com um total de 38%, seguida do grupo entre 31 a 45 anos com 24% do total dos usuários. As faixas etárias de até 18 anos e de 46 a 60 anos foram 11% e 19% respectivamente, e a que apresentou a menor porcentagem foi a faixa etária de mais de 60 com 8%.

No período do inverno a faixa etária predominante neste período da coleta manteve-se como a estação anterior, com um total de 39% de usuários entre 19 a 30 anos, seguida do grupo de 31 a 45 anos com 33% do total de entrevistados. As faixas etárias de 46 a 60 anos, até 18 anos e mais de 60 anos foram as que apresentaram a menor porcentagem, sendo 11%, 12% e 5% respectivamente.

No período da primavera a faixa etária predominante também foi a de 19 a 30 anos com um total de 41%, na sequência ficou o grupo entre 31 a 45 anos com 26% e o grupo de 46 a 60 anos com 16%. As faixas etárias de até 18 anos e mais de 60 anos foram as que apresentaram a menor porcentagem, sendo 11% e 6% respectivamente.

No período do verão a faixa etária predominante foi a de mais de 60 anos com 38% seguida da faixa etária de até 18 anos com 24%. A faixa etária de 46 a 60 anos figurou na sequência com 15% e a faixa etária de 31 a 45 anos com 13%. A menor porcentagem foi a faixa etária de 19 a 30 anos com 10%, conforme demonstra a figura 9.

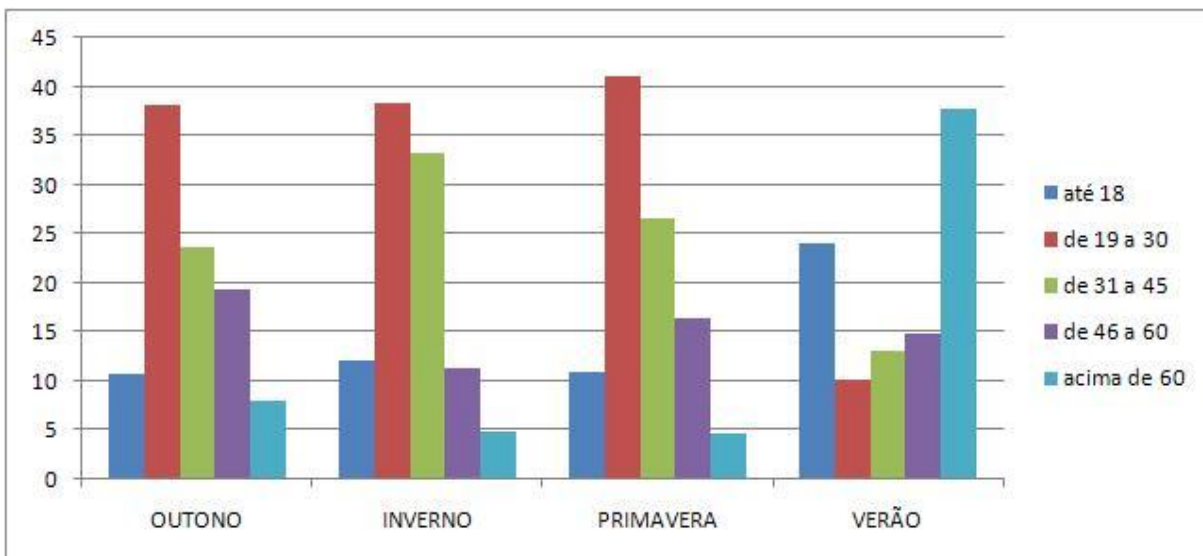


FIGURA 9 – FAIXA ETÁRIA DOS USUÁRIOS DO J.B.C POR ESTAÇÃO DO ANO
 FONTE: A autora (2011).

d) Escolaridade

No período do outono o nível de escolaridade predominante dos usuários do Jardim Botânico de Curitiba foi o ensino médio, com 34%, em seguida 32% afirmaram terem concluído a graduação, 21% a pós graduação e 13% o ensino fundamental.

No período do inverno o nível de escolaridade predominante dos usuários foi a pós graduação com 35%, em seguida 27% afirmaram terem concluído a graduação. Os usuários que concluíram o ensino médio foram 31% e aqueles que concluíram o ensino fundamental foram 7%.

No período da primavera o nível de escolaridade predominante dos usuários foi a graduação com 41%, seguido dos 29% daqueles que afirmaram terem concluído o ensino médio. Os usuários com pós graduação desta etapa da pesquisa foram 17% e aqueles com ensino fundamental 13%.

No período do verão o nível de escolaridade predominante dos usuários foi o ensino fundamental com 48%, seguido dos 16% daqueles que afirmaram terem concluído a pós graduação. Os usuários com graduação foram 7% e aqueles com ensino médio 28%, conforme demonstra a figura 10.

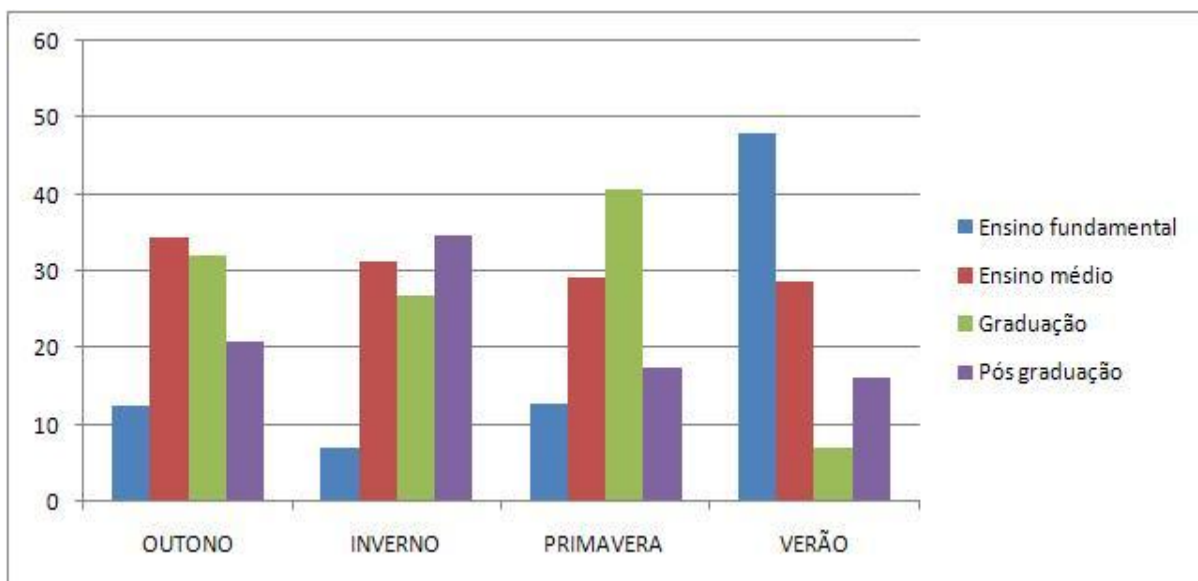


FIGURA 10 – NÍVEL DE ESCOLARIDADE DOS USUÁRIOS DO J.B.C POR ESTAÇÃO DO ANO
 FONTE: A autora (2011).

4.1.2 Influência climática no turismo do Jardim Botânico de Curitiba

A junção do fator climático com a diversidade de atrações turísticas, com destaque para as áreas verdes, presentes no roteiro da Linha Turismo faz da cidade de Curitiba um destino diferenciado, devido também a capacidade local de atender uma pluralidade de público.

Neste sentido, Nikolopoulou (2001) em seu estudo sobre os efeitos do clima no uso de espaços abertos destinados ao turismo e a recreação no ambiente urbano, ressalta que o sucesso dessas áreas colabora até mesmo para promover a imagem de uma cidade.

Becken (2010), também afirma a existência de uma relação entre clima e atividades recreacionais, sendo ambos de fundamental importância para o turismo. Além disso, o clima também é capaz de influenciar a qualidade e a apreciação da visita principalmente em atividades realizadas em espaços abertos.

Sendo o Jardim Botânico de Curitiba um atrativo localizado em espaço aberto, coube aqui uma análise para identificar a existência ou não de uma relação entre turismo e clima, justificando assim a coleta de dados em quatro etapas distintas, nos meses maio, julho, outubro e dezembro com o intuito de representar as quatro estações do ano e observar se há variação no perfil dos usuários.

Para efeito desta análise, consideraram-se os fatores precipitação e temperatura, os quais tem suas médias mensais descritas na tabela 1.

TABELA 1 - CONDIÇÕES CLIMÁTICAS DE CURITIBA NO PERÍODO DA COLETA DE DADOS

Mês/Ano	Precipitação (mm)	Temperatura (°C)				
		Max Abs	Min Abs	Max	Med	Min
Mai/11	30,4	25,9	5,2	21,01	14,94	10,91
Jul/11	203,8	26,5	1,4	20,43	14,27	9,74
Out/11	197,4	33,0	9,4	23,67	17,29	13,03
Dez/11	123,2	33,2	11,4	26,14	19,74	15,40

FONTE: SIMEPAR (2011).

Adaptação: A autora (2011).

Conforme os dados do SIMEPAR, o mês de maio apresentou o menor índice de precipitação e temperatura média que variou em torno de 14°C. Nesta primeira etapa da pesquisa foi possível a realização de um maior número de entrevistas, totalizando 325 questionários aplicados.

As variáveis de destaques no perfil do usuário deste período foram gênero e origem geográfica, pois em relação às demais estações, apenas o outono apresentou uma porcentagem maior de usuários do sexo masculino e um equilíbrio entre aqueles provenientes de Curitiba e de outros estados.

Por outro lado, o mês de julho apresentou o maior índice de precipitação e a menor temperatura média. A quantidade de questionários aplicados nesta etapa foi a menor em relação às demais estações, totalizando 141 entrevistas.

Em relação ao perfil do usuário, as variáveis que apresentaram uma porcentagem maior em relação às demais, bem como em relação às outras estações, foi a da origem geográfica e escolaridade, sendo expressiva a porcentagem daqueles provenientes de outros estados e pós-graduados.

Considerando as condições climáticas adversas deste período, notou-se que o residente de Curitiba não se sente motivado a visitar o atrativo Jardim Botânico de Curitiba, enquanto que aqueles provenientes de outros estados, os quais permanecem na cidade por poucos dias não vêem o clima como fator limitante para visitação, principalmente aos finais de semana conforme observado em campo.

O mês de outubro apresentou índice de precipitação semelhante ao mês de julho e temperatura média em torno de 17° C. Nesta etapa foram entrevistados 236 usuários do Jardim Botânico de Curitiba, dentre os quais as porcentagens do gênero feminino e de graduados foram as mais expressivas em relação às demais estações.

Por fim, o mês de dezembro apresentou índice de precipitação semelhante ao mês de julho e a maior temperatura média, em relação aos demais meses considerados nesta pesquisa. Nesta etapa foram entrevistados 283 usuários do

Jardim Botânico de Curitiba e observou-se variação no nível de escolaridade e faixa etária, sendo expressiva a quantidade de usuários com o nível fundamental de escolaridade, nas faixas etárias até 18 anos e mais de 60 anos. Compreendeu-se que há um grande número de idosos sem um nível elevado de escolaridade e a presença de muitos adolescentes na área de estudo como um reflexo das férias escolares.

As demais variáveis consideradas no questionário aplicado no Jardim Botânico de Curitiba não apresentaram significativas variações e algumas delas mantiveram-se semelhantes em relação à porcentagem nas quatro etapas da pesquisa.

Contudo, notaram-se diferenças no perfil dos usuários em relação às estações do ano, entretanto a ausência de pesquisas exploratórias sobre o perfil de usuários de atrativos turísticos relacionado com o clima, especificamente com as estações do ano, não permitiu uma discussão mais aprimorada dos resultados aqui encontrados.

4.1.3 Quantificação dos equipamentos e serviços do Jardim Botânico de Curitiba

Com a finalidade de analisar a qualidade dos equipamentos e serviços turísticos do Jardim Botânico de Curitiba, optou-se por inserir no questionário uma questão referente aos seguintes itens: sinalização, estacionamento, banheiros, lixeiras, loja de souvenir, bancos para sentar, área de alimentação, educação ambiental, exercício físico, e informação turística. A tabela 2 demonstra em números a presença destes equipamentos e serviços.

TABELA 2 – EQUIPAMENTOS E SERVIÇOS TURÍSTICOS DO J. B. C

Elementos observados	Quantidade
Sinalização	43
Estacionamento	1
Área de alimentação	1
Área de educação ambiental	1
Área de exercícios físicos	2
Banheiros	2
Lixeiras	39
Informações turísticas	0
Venda de suvenires	1
Bancos para sentar	37
Bebedouro	1

FONTE: A Autora (2011).

Considerando que a metodologia estabelecida por SETU (2008) para avaliação de atrativos é voltada ao planejamento e é aplicada no momento do inventário turístico ou elaboração de roteiro turístico para determinada localidade, verificou-se a impossibilidade da mesma ser aplicada ao atrativo em estudo, pois foi desenvolvida para um todo, como por exemplo, um município e não para um atrativo isolado.

Observou-se, ainda, que nesta metodologia a descrição das características que definem a escala de valores para a avaliação do atrativo apresenta-se de forma inexata, dificultando também entendimento devido à subjetividade de seus termos.

Assim, diante destas dificuldades em relação à aplicabilidade da metodologia de análise e avaliação de atrativo, optou-se por utilizar nesta pesquisa um questionário onde os usuários presentes na área de estudo, ao respondê-lo, analisaram e avaliaram os equipamentos e serviços turísticos do Jardim Botânico de Curitiba.

A limitação desta metodologia foi, portanto, a ausência de percepção em um número expressivo dos usuários em relação aos itens abordados no questionário. Por esta razão houve a necessidade de inserir no questionário aplicado, junto às opções (sim) e (não), a opção (não observou).

4.1.3.1 Equipamentos no Jardim Botânico de Curitiba

Os equipamentos presentes no atrativo em estudo, os quais são utilizados para fins turísticos, considerados para análise e avaliação desta pesquisa foram: área de exercícios físicos, bancos, sinalização, bebedouros e lixeiras.

A figura 11 expressa a avaliação dos equipamentos turísticos do Jardim Botânico de Curitiba, concedida pelos 985 usuários que participaram desta pesquisa.

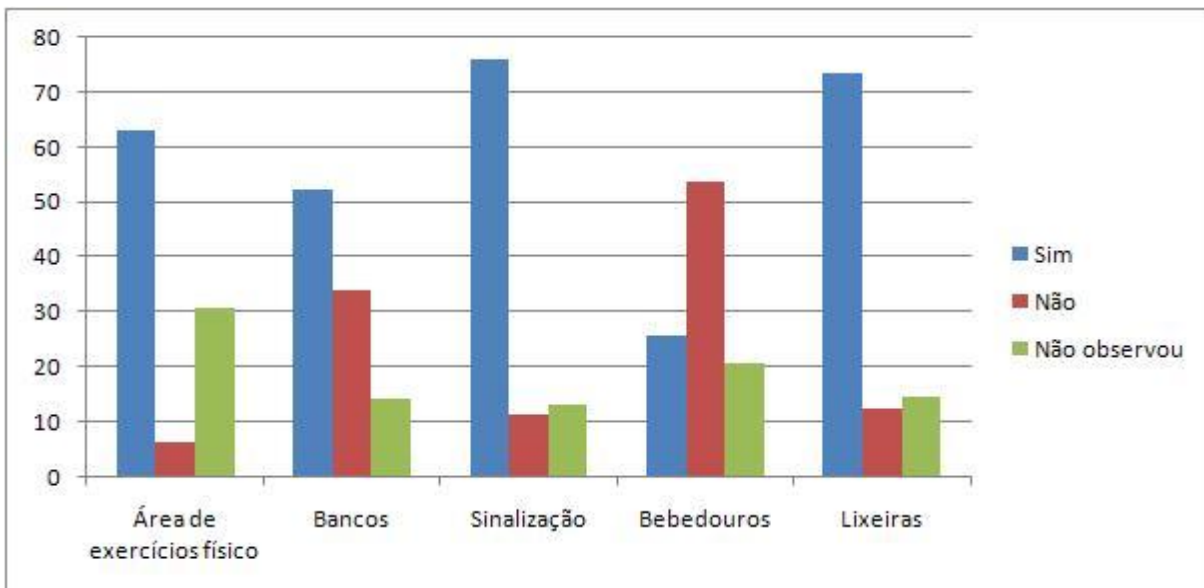


FIGURA 11 - AVALIAÇÃO DOS EQUIPAMENTOS TURÍSTICO DO J. B. C. PELOS USUÁRIOS
 FONTE: A Autora (2011).

a) Área de exercícios físicos

Este equipamento foi avaliado de maneira positiva por 63% dos usuários, enquanto que apenas 6% destes afirmaram não estarem satisfeitos e 31% não observaram o equipamento em avaliação.

Os resultados encontrados demonstram a importância deste espaço para práticas de exercícios físicos, conforme já diagnosticado em estudos conduzidos por Torrens e Santos (2003), Zannin e Szeremetta (2003) e Silva *et al.* (2003) no Jardim Botânico de Curitiba, e seus resultados confirmam que a presença deste espaço no atrativo em estudo constitui-se em uma ponte entre turismo, lazer e bem estar para os usuários.

b) Bancos

Neste quesito, 52% dos usuários se mostraram satisfeitos com a quantidade de bancos existentes no atrativo, enquanto que 14% não observaram este equipamento e a justificativa encontrada para esse número é a localização centralizada dos bancos, os quais estão em sua maioria em volta do jardim francês e em frente à estufa. Os não satisfeitos totalizaram 34%.

De acordo com Pearce (2001) e Ignarra (2003), no planejamento e na gestão de atrativos turísticos, há de se providenciar serviços de apoio aos diversos tipos de usuários.

No caso do Jardim Botânico de Curitiba, a quantidade e distribuição dos bancos pode ser considerado sim um serviço de apoio, o qual deve ser observado pela gestão, pois conforme observado em campo, há uma demanda de usuários que possuem limitações físicas e por esta razão não conseguem caminhar longas distâncias sem descansar por alguns minutos.

Neste sentido, há um decreto específico sobre acessibilidade (BRASIL, 2004), o qual estabelece normas e critérios básicos objetivando promover a acessibilidade de pessoas portadoras de deficiências ou com mobilidade reduzida a todos os ambientes, inclusive em locais destinados a atividades de lazer e turismo.

Segundo este decreto, os assentos devem estar bem distribuídos nos locais e possuir boa visibilidade. Observou-se que os bancos do Jardim Botânico de Curitiba não estão bem distribuídos e também não estão totalmente visíveis em toda extensão do atrativo, conforme estabelece a legislação.

c) Sinalização

Ao questionar sobre este equipamento ressaltou-se que se tratava da sinalização interna do Jardim Botânico de Curitiba e não da externa. Em campo observou-se que em alguns pontos a indicação presente nas placas é confusa, fato comprovado por 10% dos usuários que afirmaram a insuficiência da quantidade e qualidade das placas indicativas. Poucos foram os usuários que não observaram este equipamento 13 %, enquanto que 77% do total dos usuários afirmaram estarem satisfeitos.

A importância de uma boa sinalização é uma prioridade e constitui-se uma deficiência em alguns jardins botânicos, conforme diagnosticado por Reis e Neto (2007) junto aos usuários do Jardim Botânico Adolpho Ducke, localizado na cidade de Manaus e por Oliveira (2007), Oliveira e Nishida (2011) em estudo conduzido junto aos usuários do Jardim Botânico Benjamim Maranhão, localizado na cidade de João Pessoa.

Apesar de não ser uma deficiência do Jardim Botânico de Curitiba, o quesito sinalização poderia receber melhorias e adequações. Considerando o destaque do atrativo frente aos demais existentes na cidade de Curitiba e a presença de usuários de outras nacionalidades, a presença de placas em inglês e espanhol é um imperativo.

d) Bebedouros

Neste quesito, 54% dos usuários afirmaram não estarem satisfeitos, e a justificativa observada em campo foi a localização deste equipamento e a quantidade, pois o único bebedor disponível encontra-se em uma área de difícil acesso para aqueles que visitam o Jardim Botânico de Curitiba pela primeira vez. Apenas 26% dos usuários afirmaram estarem satisfeitos e 20% deles não observaram a presença deste equipamento.

Considerado o uso do Jardim Botânico de Curitiba, os serviços de apoio comentados por Pearce (2001) e Ignarra (2003), a ausência de bebedouros em quantidade suficiente para atender a demanda de usuários é uma fragilidade do atrativo em estudo.

e) Lixeiras

Um número considerável de usuários, 73 %, afirmaram estarem satisfeitos com a quantidade de lixeiras distribuídas na área do Jardim Botânico de Curitiba. A quantidade daqueles que não estavam satisfeitos e daqueles que não observaram, não foi expressiva, sendo 12% e 15% respectivamente.

A política ambiental relacionada à coleta e separação de lixo reciclável, praticada no município (CURITIBA, 2011), reflete-se também nos atrativos turísticos, a partir da implantação de lixeiras específicas para cada tipo de lixo, justificando assim o resultado satisfatório encontrado nas respostas relacionadas a este equipamento.

4.1.3.2 Serviços turísticos no Jardim Botânico de Curitiba

Os serviços presentes no atrativo em estudo, os quais são utilizados para fins turísticos, considerados para análise e avaliação desta pesquisa foram: área de alimentação; área de educação ambiental; banheiros; estacionamento; informação turística e loja de souvenir.

A figura 12 expressa em números gerais a avaliação, concedida pelos 985 usuários entrevistados que participaram desta pesquisa, em relação à adequação dos serviços turísticos ao usuário do Jardim Botânico de Curitiba.

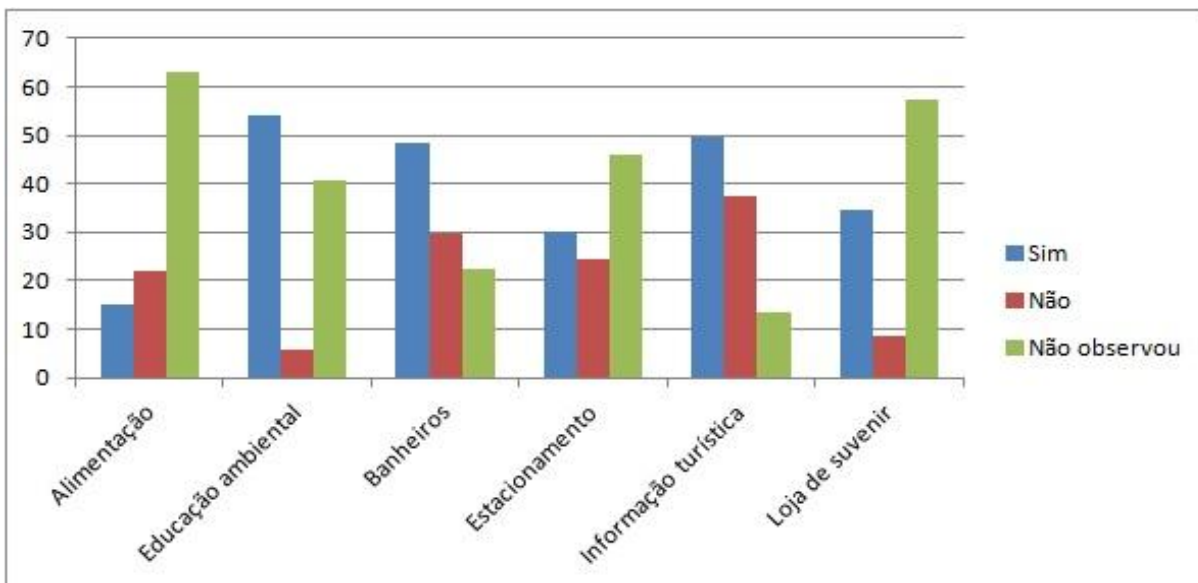


FIGURA 12 - AVALIAÇÃO DOS SERVIÇOS TURÍSTICO DO J. B. C. PELOS USUÁRIOS
 FONTE: A Autora (2011).

a) Área de alimentação

Quando questionados sobre a área de alimentação disponível dentro do Jardim Botânico de Curitiba, 63% dos usuários afirmaram não terem observado este serviço, já que não o utilizaram, e apenas 15% dos usuários afirmaram estarem satisfeitos.

Entretanto, notou-se que entre as afirmações negativas e positivas quanto à satisfação com este serviço, a existência de 22% dos usuários insatisfeitos, devido à ausência de diversidade de alimentos, os altos preços dos produtos comercializados, e o tamanho do estabelecimento.

Situações semelhantes no quesito insatisfação dos usuários com a área de alimentação foram diagnosticadas por Oliveira, (2007), Oliveira e Nishida, (2011) no Jardim Botânico Benjamim Maranhão, na cidade de João Pessoa, Paraíba e também por Reis e Neto (2007) em estudo conduzido no Jardim Botânico Adolpho Ducke, localizado na cidade de Manaus.

O serviço de alimentação é de importância relevante em atrativos turísticos, e em alguns casos constitui-se até mesmo em elemento de identidade local (MASCARENHAS; GÂNDARA, 2009). É notável, portanto, que uma avaliação positiva neste serviço também contribui para um bom desenvolvimento da atividade turística.

b) Área de educação ambiental

No quesito educação ambiental a afirmação positiva quanto à satisfação com este serviço se sobressaiu diante das demais, obtendo 54% de respostas positivas. Os usuários mostraram-se surpresos com a diversidade de informações ambientais presentes no Museu Botânico.

Este resultado assemelha-se aos resultados de estudos realizados em outros jardins botânicos, os quais demonstraram na prática que a educação ambiental está entre os objetivos destes espaços, estejam eles localizados em âmbito nacional ou internacional (VIEIRA, *et al.*, 2005, BALLANTYNE, *et al.*, 2008, WARD, *et al.*, 2010).

Os entrevistados comentaram ainda que o Jardim Botânico de Curitiba, em sua totalidade, é um espaço de educação ambiental. Ainda assim, houve 40% dos usuários que não tiveram esta percepção, pois afirmaram não terem observado. Por fim, a afirmação de insatisfação com este serviço foi expressa por apenas 6% dos usuários.

c) Banheiros

Neste quesito 44% usuários afirmaram estarem satisfeitos, enquanto que 29% não expressaram satisfação em relação a este serviço. Segundo Pearce (2001) e Ignarra (2003) a presença de banheiros é um dos serviços de apoio que deve ser observado pela gestão dos atrativos turísticos. Conforme observado nas respostas obtidas, este item não está sendo contemplado em sua totalidade na gestão do atrativo em estudo.

Os 27% dos usuários que não observaram este serviço, segundo seus próprios comentários, foi justificada pela localização do mesmo, o qual se situa na área central do atrativo e não está facilmente visível. Este fato também não condiz com as normas de acessibilidade para pessoas com deficiências ou com mobilidade reduzida (BRASIL, 2004).

d) Estacionamento

As respostas obtidas em relação a este serviço foram expressivas entre aqueles que consideravam suficientes e aqueles que não observaram, sendo 30% e 46%, respectivamente.

Este resultado pode explicar-se devido ao fato observado no momento da coleta de dados de que muitos dos usuários não chegavam ao atrativo em carro particular e sim se utilizavam da Linha Turismo ou ônibus de excursão, enquanto outros são vizinhos do atrativo e por esta razão também não utilizam este serviço.

Segundo resultados de estudo sobre os parques públicos de Curitiba, Ribeiro e Silveira (2006), a utilização da Linha Turismo é o principal meio de acesso aos atrativos turísticos de Curitiba.

Os 24% dos usuários que expressaram insatisfação com o estacionamento do Jardim Botânico de Curitiba, apresentaram como justificativa o número reduzido de vagas, especialmente aos finais de semana, e a falta de segurança.

e) Informação turística

As respostas quanto ao serviço de informação turística ficaram divididas entre o sim e o não, sendo 49% e 37%, respectivamente, e 14% dos usuários que não observaram o serviço em análise.

Apesar da proximidade dos resultados entre os usuários que afirmaram estar satisfeitos e aqueles que negaram, foi possível notar em campo que a ausência de um guia interno e de um posto de informação são fragilidades do atrativo, as quais, no contexto de serviço de apoio ao usuário comentado por Ignarra (2003), deveriam ser compreendidas como prioridade de ação pela gestão local.

Por outro lado, uma informação relevante encontrada junto às respostas dos usuários foi a de que alguns deles afirmaram que não se sentiram bem caso houvesse uma quantidade excessiva de informações ou de pessoas destinada a atendê-los dentro do atrativo, pois preferiam não ter ninguém “incomodando-os” no percurso de seu passeio.

f) Loja de souvenir

A quantidade de usuários que não observaram este serviço se destaca frente aos demais, totalizando 57%, e a justificativa, conforme observação em campo, para a ausência de percepção do usuário foi o tempo reduzido de permanência dentro do atrativo e a localização da loja de souvenir.

Os 9% dos usuários que expressaram sua insatisfação com este serviço o fizeram pela ausência de diversidade de produtos comercializados e o alto valor dos

mesmos. Ainda assim, 34% dos usuários afirmaram estarem satisfeitos com a loja de souvenir disponível no atrativo.

A presença de comércio dentro espaços turísticos, faz parte do conjunto de serviços públicos necessários ao ato de consumir, o qual é característico das atividades relacionadas ao turismo (IGNARRA, 2003).

Após a avaliação individual dos usuários quantos aos equipamentos e serviços disponíveis no Jardim Botânico de Curitiba, solicitou-se uma avaliação geral, considerando a existência significativa da parcela daqueles que não observaram diversos itens, e ainda assim, afirmaram estarem satisfeitos. Observou-se ao final que nenhum dos usuários expressou insatisfação com o atrativo, conforme demonstra a tabela 3.

TABELA 3 - AVALIAÇÃO GERAL DOS SERVIÇOS E QUIPAMENTOS DO J. B. C

Totalmente satisfeito	
Quantidade	778
Porcentagem	79%
Parcialmente satisfeito	
Quantidade	207
Porcentagem	21%
Insatisfeito	0
Total quantidade	985
Total porcentagem	100

FONTE: A autora (2011).

4.1.3.3 Sugestões dos usuários do Jardim Botânico de Curitiba

Os usuários tiveram também um espaço para expressarem suas sugestões e idéias sobre como o atrativo poderia ser aprimorado. Estas informações são fatores importantes e complementares na gestão de atrativos turísticos, pois une a teoria dos gestores à prática dos usuários sobre a realidade local.

As sugestões para o atrativo foram relacionadas com os elementos turísticos que não estão suficientes para o atendimento satisfatório dos usuários, tais como a ampliação da quantidade de bebedouros e banheiros, a implementação de um posto de informação turística como apoio dentro do Jardim Botânico de Curitiba, ampliação do estacionamento e da área de alimentação.

4.2 ANÁLISE PAISAGÍSTICA

4.2.1 Tipologia e composição paisagística dos cartões postais do Jardim Botânico de Curitiba

Para a realização da análise paisagística desta pesquisa, analisaram-se os dez (10) cartões postais que ilustram o Jardim Botânico de Curitiba (FIGURAS 13 a 22). Estes cartões postais estão disponíveis nos estabelecimentos de souvenirs da cidade.

Na análise, inicialmente definiu-se em qual tipologia de paisagem o cartão postal se enquadrava, de acordo com as definições de Biondi (2010), e na seqüência quantificou-se os elementos antrópicos, naturais e culturais presentes em cada paisagem.

4.2.2 Paisagem cartão postal n°12



FIGURA 13 – PAISAGEM CARTÃO POSTAL N°12
FONTE: Curitiba (2011a).

Este cartão postal (FIGURA 13) apresenta uma paisagem focada, pois a ênfase da paisagem está na estufa de vidro (palácio de cristal), apesar de este elemento não estar em primeiro plano. Quanto aos elementos paisagísticos a predominância é do elemento natural céu, o qual ocupa 42,5% da totalidade das quadrículas.

Seguindo a ordem de predominância, encontra-se o elemento natural, classificado dentro do critério vegetação e especificado como gramado, o qual ocupa 25,2% das quadrículas.

O elemento antrópico, dentro do critério construção e especificado como estrutura física, aqui representada pela estufa e pela luminária, ocupa 15,2% das quadrículas. Em seguida figura o elemento natural especificado como relevo, aqui representado como solo, com 12% de ocupação na totalidade das quadrículas.

Os elementos naturais, dentro do critério vegetação e especificados como arbóreas, junto ao elemento água, obtiveram uma ocupação insignificante na totalização das quadrículas desta paisagem, com os valores 2,8 e 0,3% respectivamente.

O elemento antrópico dentro do critério construção e especificado como urbanização, aqui representados pelos prédios que figuram ao fundo da paisagem, também não possui uma quantidade expressiva de quadrículas neste cartão postal, representando apenas 1,5% de seu total.

Por fim, o elemento cultural no critério pessoas é o que menos aparece na paisagem analisada, perfazendo um total ínfimo de 0,5% dos elementos quantificados, conforme demonstra a tabela 4.

TABELA 4 – PAISAGEM CARTÃO POSTAL Nº 12

Elementos	Critérios	Quadrículas	Porcentagem
Naturais	Vegetação		
	Arbórea	22	2,8
	Gramado	201	25,2
	Céu	339	42,5
	Água	3	0,3
	Relevo	96	12
Antrópicos	Construções		
	Estrutura física	121	15,2
	Urbanização	12	1,5
Culturais	Pessoas	4	0,5
Subtotal elementos naturais		661	82,8
Subtotal elementos antrópicos		133	16,7
Subtotal elementos culturais		4	0,5
Total		798	100

FONTE: A autora (2011).

4.2.3 Paisagem cartão postal n° 14

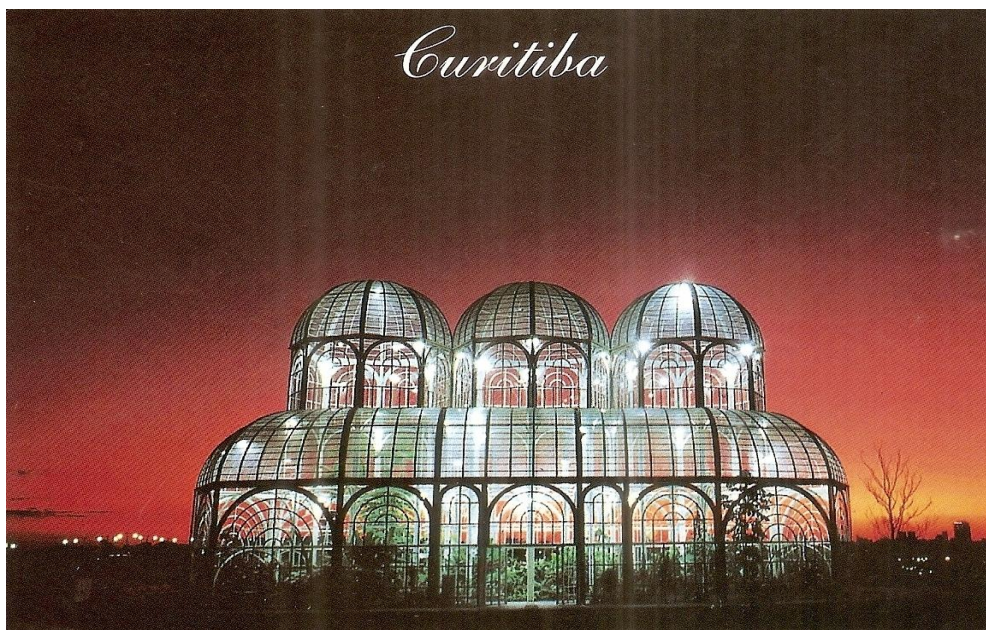


FIGURA 14 - PAISAGEM CARTÃO POSTAL N°14
FONTE: Curitiba (2011b).

O cartão postal n° 14 (FIGURA 14) apresenta uma paisagem centralizada e temporária, pois coloca a estufa de vidro em um primeiro plano e retrata um entardecer no Jardim Botânico de Curitiba, onde o elemento natural céu domina a cena, ocupando 60,5 % das quadrículas.

Em seguida, na ordem de predominância dos elementos, está o elemento antrópico no critério construção e especificado como estrutura física, aqui representada pela estufa de vidro com uma ocupação de 26,2% do total das quadrículas.

Os elementos naturais no critério vegetação, especificado como arbórea e gramado estão representando uma pequena parcela da quantificação das quadrículas, sendo 0,3 e 3,4% respectivamente. Ainda nos elementos naturais, o critério relevo, aqui representado pela quantificação de quadrículas que representam o solo ocupa 6,1% da totalidade deste cartão postal.

O elemento antrópico, dentro do critério construção e especificado como urbanização, aqui representados pelos prédios que são visualizados ao fundo da paisagem, ocupa uma porcentagem mínima de 3,5% das quadrículas, conforme demonstra a tabela 5.

TABELA 5 - PAISAGEM CARTÃO POSTAL Nº 14

Elementos	Critérios	Quadrículas	Porcentagem
Naturais	Vegetação		
	Arbórea	3	0,3
	Gramado	27	3,4
	Céu	483	60,5
	Relevo	48	6,1
Antrópicos	Construções		
	Estrutura física	209	26,2
	Urbanização	28	3,5
Subtotal elementos naturais		561	70,3
Subtotal elementos antrópicos		237	29,7
Total		798	100

FONTE: A autora (2011).

4.2.4 Paisagem cartão postal nº 43

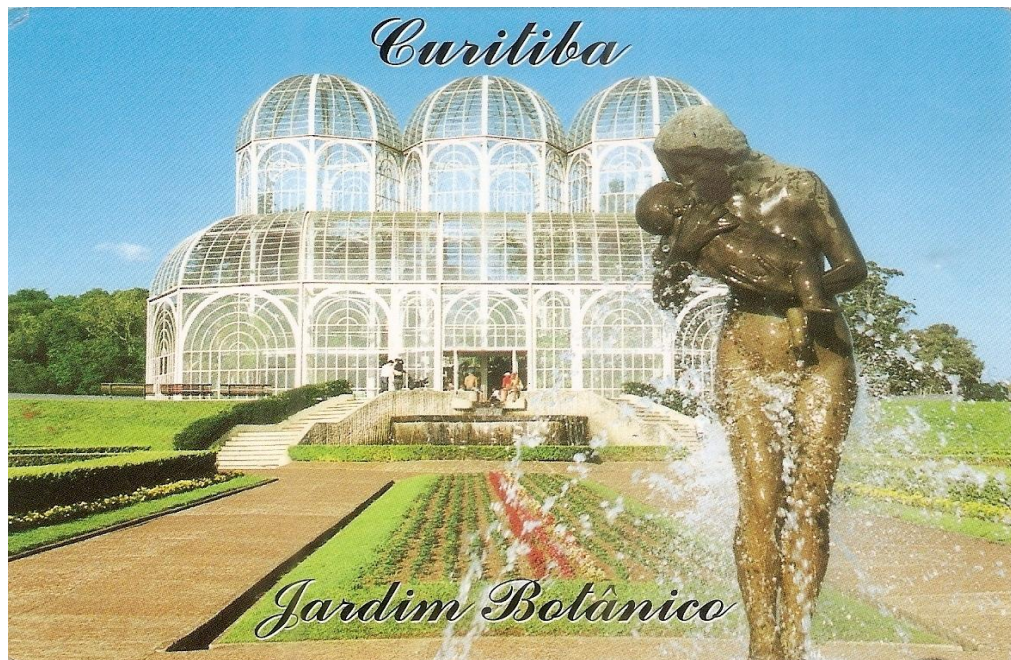


FIGURA 15 - PAISAGEM CARTÃO POSTAL Nº43

FONTE: Curitiba (2011c).

O cartão postal nº 43 (FIGURA 15) apresenta uma paisagem centralizada na estufa de vidro, entretanto, o monumento em primeiro plano destaca-se visualmente, deixando a estufa em segundo plano.

Quanto à predominância de elementos paisagísticos, este postal é dominado pelo elemento natural céu, ocupando 25,3% do total das quadriculas, seguido do elemento antrópico no critério estrutura física, aqui representada pela estufa de vidro com um total de 20,6% das quadriculas.

Ainda no elemento natural, o critério relevo, aqui representado pelo caminho em direção a estufa de vidro, ocupa uma porcentagem de 14,8% das quadriculas deste postal. Os elementos no critério vegetação e especificados como arbórea e ornamental não perfazem um total significativo, sendo ambos representados por 3,5% de ocupação das quadriculas. O elemento natural no critério água representa 9,4% da totalidade das quadriculas.

No elemento cultural, os critérios monumento e pessoas ocupam respectivamente 9,9 e 0,4% da quantidade total de quadriculas do cartão postal, conforme demonstra a tabela 6.

TABELA 6– PAISAGEM CARTÃO POSTAL N° 43

Elementos	Critérios	Quadriculas	Porcentagem
Naturais	Vegetação		
	Arbórea	28	3,5
	Gramado	101	12,6
	Herbácea e arbusto	28	3,5
	Céu	202	25,3
	Água	75	9,4
Antrópicos	Relevo	118	14,8
	Construções		
Culturais	Estrutura física	164	20,6
	Monumento	79	9,9
	Pessoas	3	0,4
Subtotal elementos naturais		552	69,2
Subtotal elementos antrópicos		164	20,5
Subtotal elementos culturais		82	10,3
Total		798	100

FONTE: A Autora (2011).

4.2.5 Paisagem postal n° 44



FIGURA 16 - PAISAGEM CARTÃO POSTAL N°44
FONTE: Curitiba (2011d).

O cartão postal n°44 (FIGURA 16) apresenta uma paisagem limitada e panorâmica, devido ao enquadramento e a localização da estufa no portal, que a coloca em terceiro plano na imagem, concedendo uma visão limitada da estufa e panorâmica do Jardim Botânico de Curitiba.

Os elementos naturais do critério vegetação e especificados como gramado e céu predominam em quantidade de quadrículas representando 32,7 e 31,9% respectivamente nesta paisagem, enquanto que ainda no critério vegetação, a quantificação de arbóreas e ornamentais ocupa uma pouca quantidade de quadrículas, sendo 3 e 4,4% respectivamente.

O elemento natural, no critério água, não ocupa uma quantidade expressiva de quadrículas, sendo apenas 0,1% da totalidade desta paisagem.

O elemento natural no critério relevo, aqui representado pelo caminho que conduz a estufa ocupou 16,4% da totalidade de quadrículas.

O elemento antrópico, no critério construção e especificados como estrutura física, aqui representada pela estufa, o arco de entrada e a placa que figuram na paisagem ocupando 10,3% das quadrículas. Ainda no critério construção, a especificidade urbanização não ocupou um número expressivo de quadrículas, representando apenas 0,1%.

O elemento cultural e especificado como pessoas, aparece em 1,1% das quadrículas desta paisagem, conforme demonstram os números da tabela 7.

TABELA 7 – PAISAGEM CARTÃO POSTAL N° 44

Elementos	Critérios	Quadrículas	Porcentagem
Naturais	Vegetação		
	Arbórea	24	3
	Gramado	261	32,7
	Herbácea e arbusto	35	4,4
	Céu	254	31,9
	Água	1	0,1
Antrópicos	Relevo	131	16,4
	Construções		
	Estrutura física	82	10,3
Culturais	Urbanização	1	0,1
	Pessoas	9	1,1
Subtotal elementos naturais		706	88,5
Subtotal elementos antrópicos		83	10,4
Subtotal elementos culturais		9	1,1
Total		798	100

FONTE: A Autora (2011).

4.2.6 Paisagem cartão postal n°63



FIGURA 17 - PAISAGEM CARTÃO POSTAL N°63

FONTE: Curitiba (2011e).

O postal n° 63 (FIGURA 17) apresenta uma paisagem panorâmica, sendo que a ênfase é para uma parcela do jardim francês e para os elementos que compõem o critério construção, especificado como urbanização, aqui representado pelos prédios ao fundo da composição da paisagem. A estufa de vidro, em

contrapartida, encontra-se desfocada e por conta de sua má localização no canto direito superior do postal não é visualmente atrativa.

Assim, o elemento natural no critério vegetação e especificado como gramado predomina a composição paisagística deste postal, ocupando 34,3% do total das quadrículas, e em seguida na ordem de predominância encontra-se o elemento antrópico, no critério construção e especificado como estrutura física, aqui representada pela estufa de vidro, com 11,4% de ocupação na quantificação das quadrículas.

O elemento natural no critério vegetação e especificado como arbórea, junto ao relevo, aqui representado pelo caminho que conduz a estufa, ocuparam 9,5 e 4,5% respectivamente das quadrículas.

O elemento antrópico no critério construção e especificado como urbanização, aqui representado pelos prédios que compõem o fundo da paisagem analisada apresenta uma pequena quantidade de quadrículas, representando apenas 5,5% do total de elementos.

Por fim, o elemento cultural no critério pessoas é o que menos aparece, com um total de 0,7% do total de quadrículas, conforma demonstra a tabela 8.

TABELA 8 – PAISAGEM CARTÃO POSTAL N° 63

Elementos	Critérios	Quadrículas	Porcentagem
Naturais	Vegetação		
	Arbórea	76	9,5
	Gramado	274	34,3
	Céu	271	34
	Relevo	36	4,5
Antrópicos	Construções		
	Estrutura física	91	11,4
	Urbanização	44	5,5
Culturais	Pessoas	6	0,7
Subtotal elementos naturais		657	82,3
Subtotal elementos antrópicos		135	17
Subtotal elementos culturais		6	0,7
Total		798	100

FONTE: A Autora (2011).

4.2.7 Paisagem cartão postal n° 64



FIGURA 18 - PAISAGEM CARTÃO POSTAL N°64
FONTE: Curitiba (2011f).

O postal n° 64 (FIGURA 18) apresenta uma paisagem temporária, pois em primeiro plano está a floração das cerejeiras do Japão, assim o elemento natural no critério vegetação especificado como herbáceas e arbustos ocupam o segundo lugar na ordem de predominância de elementos neste postal, representando 26,3% do total das quadrículas. O elemento natural céu encontra-se em primeiro lugar com 32,2 de ocupação das quadrículas desta paisagem.

Na sequência aparecem os elementos naturais também no critério vegetação e especificados como gramado e arbórea com 19,5 e 10,5 respectivamente de ocupação nas quadrículas. O elemento natural com menor porcentagem nesta paisagem foi o relevo com 4,1% de ocupação das quadrículas.

O elemento antrópico no critério construção e especificado como estrutura física, aqui representada pelas duas estufas, a de vidro e a experimental, além das luminárias ocupou o total de 7,4% das quadrículas, conforme ilustra a tabela 9.

TABELA 9 – PAISAGEM CARTÃO POSTAL N° 64

Elementos	Crítérios	Quadrículas	Porcentagem
Naturais	Vegetação		
	Arbórea	84	10,5
	Gramado	156	19,5
	Herbácea e arbusto	210	26,3
	Céu	257	32,2
	Relevo	32	4,1
Antrópicos	Construções		
	Estrutura física	59	7,4
Subtotal elementos naturais		739	92,6
Subtotal elementos antrópicos		59	7,4
Total		798	100

FONTE: A Autora (2011).

4.2.8 Paisagem cartão postal n°71



FIGURA 19 - PAISAGEM CARTÃO POSTAL N°71

FONTE: Curitiba (2011g).

O cartão postal n° 71 (FIGURA 19) apresenta uma paisagem detalhe, enfatizando o portal do Jardim Botânico de Curitiba, o qual se encontra em um segundo plano na imagem, sendo que em primeiro plano está o gramado. Assim, os elementos paisagísticos que predominam neste cartão postal são o céu, totalizando 33,8% do total das quadrículas, seguido do elemento natural no critério vegetação e especificado como gramado, o qual ocupa 26,8% das quadrículas.

Ainda no elemento natural, no critério vegetação especificada como ornamental, há um destaque de 17,5% do total de quadrículas, as quais se localizam exclusivamente no arco na entrada do Jardim Botânico de Curitiba.

Os elementos naturais relevo, considerado aqui o caminho que conduz a estufa e a vegetação especificada como arbórea, representam uma porcentagem pequena neste cartão postal, sendo 7,3 e 3,9% respectivamente.

No elemento antrópico, o critério construção especificado como urbanização, aqui representado pelos prédios, e estrutura física, aqui representada pelo material de composição do arco de entrada do Jardim Botânico, representam igualmente porcentagens pequenas, sendo 5,9 e 3,9% respectivamente.

Por fim, o elemento cultural no critério pessoas é o que menos aparece na imagem analisada, perfazendo um total ínfimo de 0,9% dos elementos quantificados, conforme demonstra a tabela 10.

TABELA 10 – PAISAGEM CARTÃO POSTAL N° 71

Elementos	Critérios	Quadrículas	Porcentagem
Naturais	Vegetação		
	Arbórea	31	3,9
	Gramado	214	26,8
	Herbácea e arbusto	140	17,5
	Céu	270	33,8
Antrópicos	Relevo	58	7,3
	Construções		
	Estrutura física	31	3,9
	Urbanização	47	5,9
Culturais	Pessoas	7	0,9
Subtotal elementos naturais		713	89,3
Subtotal elementos antrópicos		78	9,8
Subtotal elementos culturais		7	0,9
Total		798	100

FONTE: A Autora (2011).

4.2.9 Paisagem cartão postal n° 85

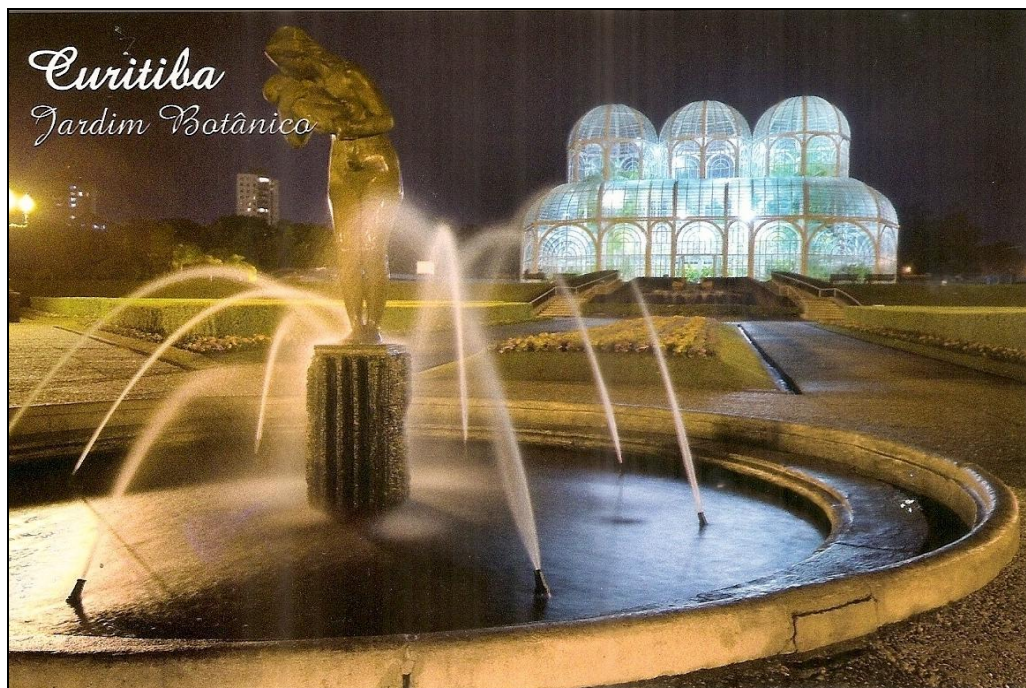


FIGURA 20 - PAISAGEM CARTÃO POSTAL N°85
FONTE: Curitiba (2011h).

O cartão postal n° 85 (FIGURA 20) apresenta uma paisagem temporária por representar o Jardim Botânico de Curitiba no período noturno. O elemento natural água predomina na composição desta paisagem, representando um total de 31% das quadrículas. Na sequência de predominância aparece o elemento céu com 22,9% e o elemento relevo, aqui representado pelos caminhos que conduzem a estufa, com 21,6% das quadrículas.

Ainda no elemento natural, o critério vegetação especificado como arbórea, gramado e ornamental ocuparam números inexpressivos de quadrículas, sendo eles 2,6%, 4,5% e 1% respectivamente.

O elemento antrópico com o critério construção e especificado como estrutura física, aqui representada pela estufa e luminárias, e urbanização, representada pelos prédios que compõe o fundo da paisagem ocuparam respectivamente 8,8 e 1,6% da totalidade das quadrículas deste cartão postal.

O elemento cultural especificado como monumento ocupou 6% das quadrículas, conforme expressam os números na tabela 11.

TABELA 11 – PAISAGEM CARTÃO POSTAL N° 85

Elementos	Crítérios	Quadrículas	Porcentagem
Naturais	Vegetação		
	Arbórea	21	2,6
	Gramado	36	4,5
	Herbácea e arbusto	8	1
	Céu	183	22,9
	Água	247	31
Antrópicos	Relevo	172	21,6
	Construções		
	Estrutura física	70	8,8
	Urbanização	13	1,6
Culturais	Monumento	48	6
Subtotal elementos naturais		667	83,6
Subtotal elementos antrópicos		83	10,4
Subtotal elementos culturais		48	6
Total		798	100

FONTE: A Autora (2011).

4.2.10 Paisagem cartão postal n° 88

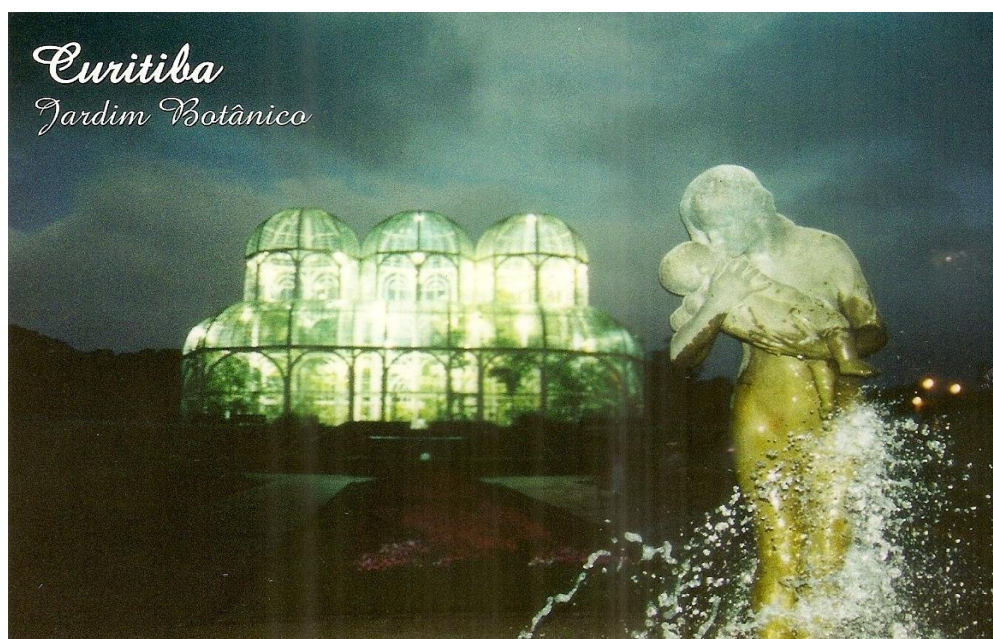


FIGURA 21 - PAISAGEM CARTÃO POSTAL N°88
 FONTE: (Curitiba 2011i).

O cartão postal n°88 (FIGURA 21) apresenta uma paisagem temporária e focada, representando o Jardim Botânico de Curitiba no período da noite e focada na estufa de vidro, apesar do monumento se encontrar em primeiro plano na paisagem.

O céu destaca-se por sua cor e dominação frente aos demais elementos paisagísticos, ocupando 42,4% da totalidade de quadrículas e na ordem de predominância de elementos, em segundo lugar está o elemento natural relevo, aqui representado pelas duas vias de acesso a estufa, com um total de 12,1% de ocupação nas quadrículas.

O elemento natural água vem em seguida com 7,8% de ocupação nas quadrículas. Ainda no elemento natural no critério vegetação especificada como arbórea, gramado e ornamental, a quantificação das quadrículas não foi expressiva, perfazendo um total de 2,8%, 9% e 3,5%.

O elemento antrópico no critério construção e especificado como estrutura física, aqui representa pela estufa e luminárias, aparece em 13% das quadrículas. O critério urbanização, aqui representado pelos prédios localizados ao fundo da paisagem representa apenas 1,4% das quadrículas.

O elemento cultural especificado como monumento ocupa 8% da totalidade das quadrículas, conforme ilustra a tabela 12.

TABELA 12 – PAISAGEM CARTÃO POSTAL N° 88

Elementos	Crítérios	Quadrículas	Porcentagem
Naturais	Vegetação		
	Arbórea	22	2,8
	Gramado	72	9
	Herbácea e arbusto	28	3,5
	Céu	338	42,4
	Água	62	7,8
	Relevo	97	12,1
Antrópicos	Construções		
	Estrutura física	104	13
	Urbanização	11	1,4
Culturais	Monumento	64	8
Subtotal elementos naturais		619	77,5
Subtotal elementos antrópicos		115	14,5
Subtotal elementos culturais		64	8
Total		798	100

FONTE: A Autora (2011).

4.2.11 Paisagem cartão postal n° 89



FIGURA 22 - PAISAGEM CARTÃO POSTAL N°89
FONTE: Curitiba (2011j).

O cartão postal n° 89 (FIGURA 22) apresenta uma paisagem panorâmica, onde o elemento natural céu domina a cena e ocupa 52,5% das quadrículas, seguido pelo elemento natural dentro do critério vegetação e especificado como herbáceas e arbustos com 25,9% das quadrículas.

Os demais elementos naturais dentro do critério vegetação não representam uma quantidade expressiva na quantificação das quadrículas, sendo arbóreas 3,4% e gramado 7,9%.

O elemento relevo, aqui representado pelo caminho que conduz a estufa, ocupa um total de 5,5% das quadrículas. Por fim, dentro do quesito elemento natural, a água aparece na paisagem ocupando 0,1% das quadrículas.

TABELA 13 – PAISAGEM CARTÃO POSTAL N° 89

Elementos	Critérios	Quadrículas	Porcentagem
Naturais	Vegetação		
	Arbórea	27	3,4
	Gramado	63	7,9
	Herbácea e arbusto	206	25,9
	Céu	419	52,5
	Água	1	0,1
	Relevo	44	5,5
Antrópicos	Construções		
	Estrutura física	33	4,1
	Urbanização	5	0,6
Subtotal elementos naturais		760	95,2
Subtotal elementos antrópicos		38	4,8
Total		798	100

FONTE: A Autora (2011).

O elemento antrópico no critério construção e especificado como estrutura física, aqui representada pelas luminárias e pelas duas estufas, a de vidro e a experimental, ocuparam 4,1% das quadrículas. Enquanto que a especificidade urbanização ocupou apenas 0,6% do total das quadrículas, conforme demonstram os números a tabela 13.

Após a análise dos elementos paisagísticos presentes nos dez (10) cartões postais do Jardim Botânico de Curitiba, selecionaram-se três, considerando aqueles com a maior porcentagem de elementos naturais, antrópicos e culturais, para serem apresentados aos usuários com o intuito de conhecer suas preferências paisagísticas.

O uso de apenas três cartões postais, no momento da aplicação do questionário mostrou-se eficiente nos quesito tempo e espaço, pois se tratando de um atrativo turístico, tempo é de fundamental importância, já que os usuários não o querem “perder” com outras atividades que não estejam em seu roteiro, enquanto que o pequeno espaço ocupado pelos cartões postais no momento da avaliação possibilitou um fácil manuseio tanto da pesquisadora como dos usuários participantes da pesquisa.

Assim, a tabela 14 apresenta a quantificação geral dos elementos presentes nas dez paisagens dos cartões postais analisados nesta pesquisa.

TABELA 14 - QUANTIFICAÇÃO ELEMENTOS PAISAGÍSTICOS CARTÕES POSTAIS

Paisagem cartão postal	Elemento natural	Elemento antrópico	Elemento cultural
n° 12	82,8	16,7	0,5
n° 14	70,3	29,7	0
n° 43	69,2	20,5	10,3
n° 44	88,5	10,4	1,1
n° 63	82,3	17	0,7
n° 64	92,6	7,4	0
n° 71	89,3	9,8	0,9
n° 85	83,6	10,4	6
n° 88	77,5	14,5	8
n° 89	95,2	4,8	0

FONTE: A autora (2011).

Observou-se que a paisagem do cartão postal n° 14 apresentou uma maior porcentagem de elementos antrópicos. Enquanto que a paisagem do cartão postal n° 43 apresentou uma maior porcentagem de elementos culturais. Por fim, a paisagem do cartão postal n° 89 apresentou uma maior porcentagem de elementos naturais. A Figura 23 representa estes três cartões postais selecionados e utilizados na avaliação da preferência paisagística do usuário do Jardim Botânico de Curitiba.



FIGURA 23 - PREDOMINÂNCIA ELEMENTOS PAISAGÍSTICOS NOS CARTÕES POSTAIS DO JARDIM BOTÂNICO DE CURITIBA.

FONTE: Curitiba (2011b, 2011c, 2011j).

ELABORAÇÃO: A autora (2011).

Notou-se, entretanto que as paisagens dos cartões postais 14 e 89 não possuem o elemento cultural em sua composição paisagística, assim foi verificada junto aos usuários a hipótese da preferência paisagística ser influenciada pela ausência ou presença de alguns dos elementos definidos para essa análise.

Assim, as quatro últimas perguntas do questionário elaborado para esta pesquisa (APÊNDICE 1) referiram-se a paisagem do Jardim Botânico de Curitiba representada nos três cartões postais previamente selecionados.

Inicialmente perguntou-se se aos usuários se a paisagem do Jardim Botânico de Curitiba estava bem conservada e 985 dos usuários responderam que sim, conforme demonstra a tabela 15.

TABELA 15 – CONSERVAÇÃO DA PAISAGEM PERCEPÇÃO DO USUÁRIO

Paisagem - conservada?	Quantidade	Porcentagem
Sim	985	100
Não	0	0
Total	985	100

FONTE: A Autora (2011).

A conservação da paisagem do ambiente de estudo foi observada durante o período de coleta de dados e a constante manutenção da área é a razão pela qual não houve resposta negativa a esta primeira questão.

Na seqüência foi solicitado aos usuários que colocassem os cartões postais previamente selecionados, os quais foram apresentados no momento da aplicação do questionário, em uma ordem de preferência de 1 a 3.

As duas últimas perguntas foram de caráter aberto, onde os usuários puderam expressar livremente sua opinião. Assim, perguntou-se o porquê da preferência pelo primeiro e pelo último cartão postal.

4.3 PREFERÊNCIA PAISAGÍSTICA GERAL

Na preferência paisagística geral, dentre os três cartões postais apresentados aos 985 usuários, 35% destes, elegeram o cartão postal 14 e 43 em primeiro lugar. Enquanto que 41% elegeram o cartão postal 14 em segundo lugar e 52% elegeram o cartão postal 89 terceiro lugar, conforme demonstra a figura 24.

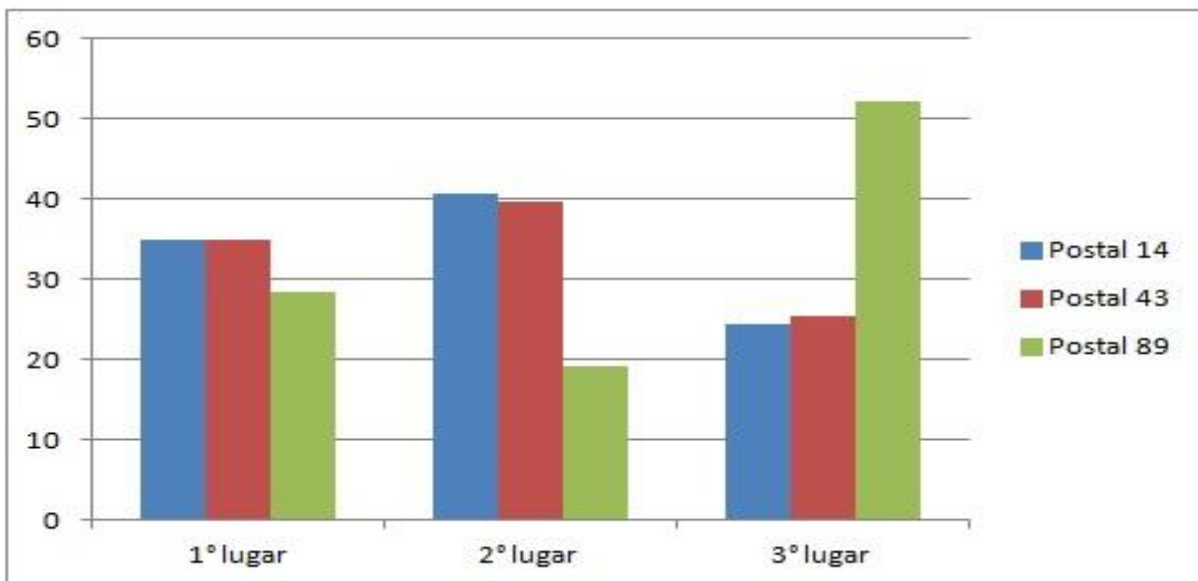





FIGURA 24 - PREFERÊNCIA PAISAGÍSTICA GERAL
 FONTE: A Autora (2011).

As respostas às perguntas referentes às justificativas para eleger o primeiro e o último cartão postal, indicaram que a percepção paisagística geral dos usuários frente às imagens selecionadas para este estudo, repetiu-se independente das variáveis utilizadas nesta pesquisa.

Por esta razão, optou-se pela apresentação dos resultados destas últimas questões por cartão postal e não por variável, apontando os pontos positivos e negativos, de cada um dos três cartões postais de acordo com a percepção dos usuários (QUADRO 1).

1º Lugar Cartão Postal n° 43 	1º e 2º Lugar Cartão Postal n° 14 	3º Lugar Cartão Postal n° 89 
<p>Aspecto positivo</p> <p>Diversidade de elementos: 49%</p> <p>Aspecto negativo</p> <p>Elemento cultural monumento: 46%</p> <p>Elemento Natural água: 5%</p>	<p>Aspecto positivo</p> <p>Elemento natural céu: 37%</p> <p>Iluminação artificial: 48%</p> <p>Aspecto negativo</p> <p>Representatividade: 15%</p>	<p>Aspecto positivo</p> <p>Elemento natural vegetação: 35%</p> <p>Aspecto negativo</p> <p>Paisagem panorâmica – distância: 41%</p> <p>Proporção elemento céu: 15%</p> <p>Tonalidade das cores: 11%</p>

QUADRO 1 – PERCEPÇÃO PAISAGÍSTICA DOS CARTÕES POSTAIS DO JARDIM BOTÂNICO DE CURITIBA.

FONTE: Curitiba (2011b, 2011c, 2011j).

ELABORAÇÃO: A Autora (2011).

a) Cartão Postal n° 43 - pontos positivos e negativos

O aspecto positivo apontado por 49% dos usuários em relação a este cartão postal foi a junção dos elementos cultural, natural e antrópico em um mesmo cenário, resultando, segundo Biondi e Leal (2002), em uma combinação representativa da intensidade máxima de uma paisagem, por possuir um conjunto paisagístico atrativo em sua totalidade.

Neste sentido, Bastarz (2009) em seu estudo sobre preferência paisagística em Morretes, Paraná, também apontou como ponto positivo a diversidade de componentes paisagísticos e turísticos presentes nas paisagens avaliadas.

A diversidade expressa variedade paisagística e possui maior valor do que uma paisagem homogênea, devido à presença de elementos visuais distintos e a ausência de monotonia (CANTERAS, 1992).

Com relação aos aspectos negativos, a presença do elemento água na paisagem deste cartão postal foi mencionada por 5% dos usuários como algo que retirariam da paisagem, no sentido de torná-la mais atrativa.

Este resultado diverge das afirmações sobre a influência positiva da água, bem como a atratividade visual que exerce sobre os observadores de paisagens (TUAN, 1980, ZUBE, *et al.*, 1983, YU, 1995, GONZAGA, *et al.*, 2004, Fyhri, *et al.*, 2009).

A quantidade inexpressiva deste elemento no postal avaliado, talvez possa justificar a valoração negativa recebida por parte dos entrevistados.

Outro aspecto negativo mencionado em relação à paisagem do cartão postal nº 43 foi o elemento cultural, representado pelo monumento, o qual recebe maior destaque no cenário e contrasta fortemente com os demais elementos, sendo considerado por 46% dos usuários um depreciador da paisagem, os quais afirmaram ainda que o retirariam da imagem, a fim de tornar o postal mais atrativo visualmente.

Segundo Biondi e Leal (2002), a presença de elementos contrastantes na paisagem é responsável pelo aumento ou diminuição de sua qualidade visual. Assim, na opinião dos usuários do Jardim Botânico de Curitiba a qualidade visual deste cartão postal diminuiu devido ao contraste de elementos na paisagem.

b) Cartão Postal nº14 - pontos positivos e negativos

Os aspectos positivos apontados por 37% dos usuários foi a tipologia da paisagem temporária, representada pelo pôr do sol por meio da variação das tonalidades de cores que tornam o elemento natural céu mais atrativo ao final do dia. Enquanto que 48% dos usuários citaram a luminosidade presente no interior da estufa do Jardim Botânico de Curitiba, como fator positivo do cartão postal nº 14.

A presença de elementos naturais é um fator de valoração positiva na paisagem destinada ao uso turístico (LEMES; NEVES, 2007). Desta forma, apesar do cartão postal nº14 possuir predominância de elementos antrópicos em sua composição paisagística, sua tipologia temporária confirma a existência de uma estreita ligação entre o turismo e a preferência por paisagens naturais.

Por outro lado, a iluminação artificial, que é um dos principais elementos de composição da arquitetura, e pode ser cênica ou de efeito de acordo com os objetivos dos projetos desenvolvidos (BRONDANI, 2006), tem importante papel na paisagem urbana, sendo que a presença de uma luminosidade artificial cênica tem como função enfatizar pontos de destaque e interesse, além de vitalizar os espaços públicos e turísticos.

Segundo Barbosa (2007), a iluminação artificial também é um fator de profunda influência nas reações humanas ao ambiente, sendo que estas reações podem variar desde a simples visão do obvio até a percepção da beleza dramática de uma paisagem iluminada. A representação noturna do Palácio de Cristal do Jardim Botânico de Curitiba no cartão postal nº14 reuniu, portanto, todas estas características.

Em relação ao aspecto negativo presente neste cartão postal, 15% dos usuários, apontaram a ausência de representatividade, pois afirmaram que apenas a imagem do Palácio de Cristal não é suficiente para identificar o atrativo turístico, Jardim Botânico de Curitiba, e demonstrar a totalidade de sua beleza paisagística.

Segundo Gândara (2008), a imagem de uma localidade turística deve corresponder à realidade, ser acreditável, ser de fácil compreensão, além de ser atrativa e capaz de despertar o desejo de visitar determinado destino. No cartão postal nº14 estes requisitos não foram totalmente contemplados, tendo em vista que a compreensão dos elementos presentes no local e dos signos do Jardim Botânico de Curitiba não são possíveis ao observador da imagem.

c) Cartão Postal nº89 - pontos positivos e negativos

A presença do elemento natural vegetação, representado pelos jardins e flores que compõem o cenário da paisagem deste cartão postal foi valorado positivamente por 33% dos usuários do Jardim Botânico de Curitiba.

Este resultado coincide com estudos anteriores, os quais afirmaram ser a presença de vegetação um fator que incrementa a qualidade paisagística (GONZAGA, *et al.*, 2004) e (CORRAZZA, 2008).

Como aspecto negativo deste cartão postal, 15% dos usuários citaram a proporção do elemento natural céu na paisagem, o qual recebeu uma valoração negativa nesta pesquisa. Bobrowski *et al.* (2010) também encontrou uma correlação negativa entre a qualidade visual e o componente céu na paisagem, afirmando que a

maior proporção deste componente afetou a heterogeneidade das paisagens utilizadas na avaliação paisagística de seu trabalho.

Entretanto, em outras pesquisas este componente não influenciou nem positiva nem negativamente os resultados quanto à preferência paisagística dos entrevistados, sendo considerado um elemento de valoração neutra na paisagem (BASTARZ, 2009) e (KISCHALAT, 2004).

Desta forma, notou-se que a preferência pelo elemento céu na paisagem é totalmente subjetiva, podendo variar de uma valoração positiva a negativa de acordo com o observador. Cabe ressaltar, portanto, que o equilíbrio entre a proporção dos elementos componentes da paisagem é essencial para elevar sua qualidade visual, e o cartão postal nº 89 não atende este requisito.

Outro aspecto negativo, apontado por 11% dos usuários, em relação a este cartão postal foi a tonalidade de cores não atrativas, consideradas por eles como apagadas e com aspecto de imagem antiga.

Este resultado confirma as afirmações de Litton (1972), Gonzales (1981), e Canteras (1992), de que a principal propriedade visual de uma superfície é o seu colorido, sendo as principais propriedades estéticas de uma paisagem determinadas em grande parte pela combinação de suas cores. Neste sentido, Gama (2009) afirma ainda que os contrastes visuais são a combinação das cores e estas são responsáveis por conceder vida a paisagem.

A ausência de tonalidades de cores visualmente atrativas foi um dos aspectos que definitivamente corroboraram para a valoração negativa deste postal.

O último aspecto negativo apontado por 41% dos usuários foi a tipologia panorâmica da paisagem apresentada neste cartão postal, a qual, apesar de permitir uma visualização ampla do Jardim Botânico, não foi atrativa devido à distância e o tamanho pequeno do atrativo principal, a estufa, ou Palácio de Cristal, demonstrado na imagem.

Este resultado difere do considerado por Griffith (1983), em seu estudo sobre os recursos visuais de um parque nacional, de que o visitante é atraído pelo alcance e a magnitude das vistas panorâmicas.

Conforme observado, este cartão postal apresentou mais aspectos negativos do que positivos, justificando assim, sua colocação geral em último lugar na preferência dos usuários do atrativo Jardim Botânico de Curitiba.

4.3.1 Preferência paisagística por gênero

Após a prévia apresentação das justificativas de escolhas para cada cartão postal, devido à concordância das afirmações, foram consideradas ainda quatro variáveis para determinar a preferência paisagística dos usuários do Jardim Botânico, iniciando com o fator gênero.

Dentre os três cartões postais apresentados, aos 524 usuários do gênero feminino, 31% elegeram o cartão postal nº 43 em primeiro lugar. Enquanto que 43% elegeram o cartão postal nº 14 em segundo lugar e 51% elegeram o cartão postal nº 89 em terceiro lugar, conforme demonstra a figura 25.

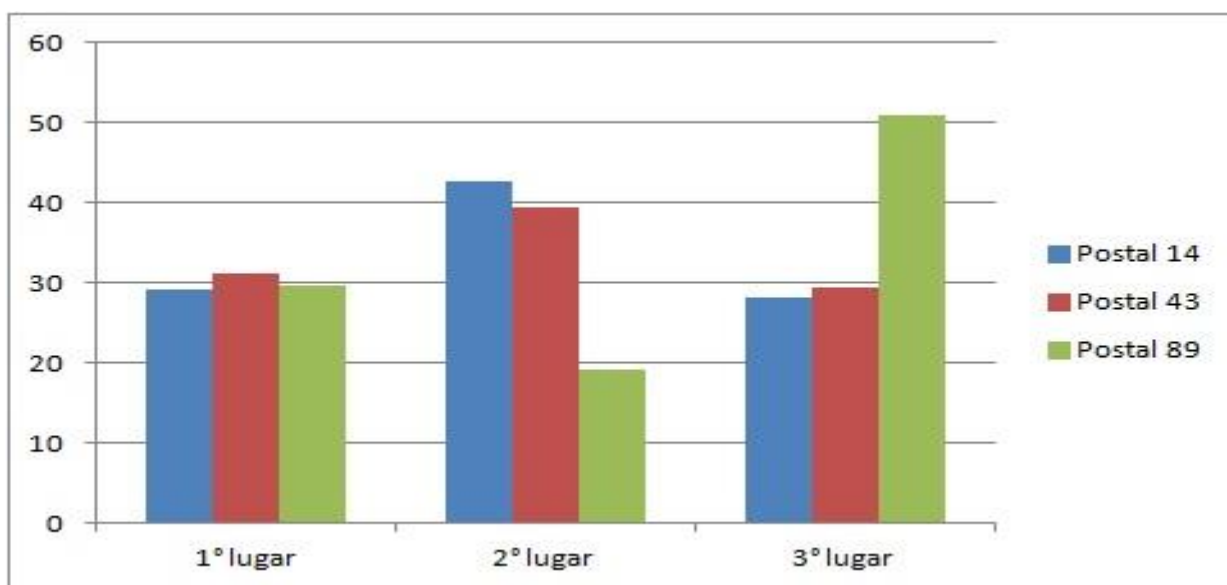


FIGURA 25 - PREFERÊNCIA PAISAGÍSTICA FEMININA
FONTE: A Autora (2011).

Conforme a opinião dos 461 usuários do gênero masculino, o cartão postal nº 14 foi eleito em primeiro lugar com 41% da preferência paisagística masculina. Enquanto que o cartão postal nº 43 com 42% foi eleito em segundo lugar e o cartão postal nº 89 com 54% foi eleito em terceiro lugar, conforme demonstra a figura 26.

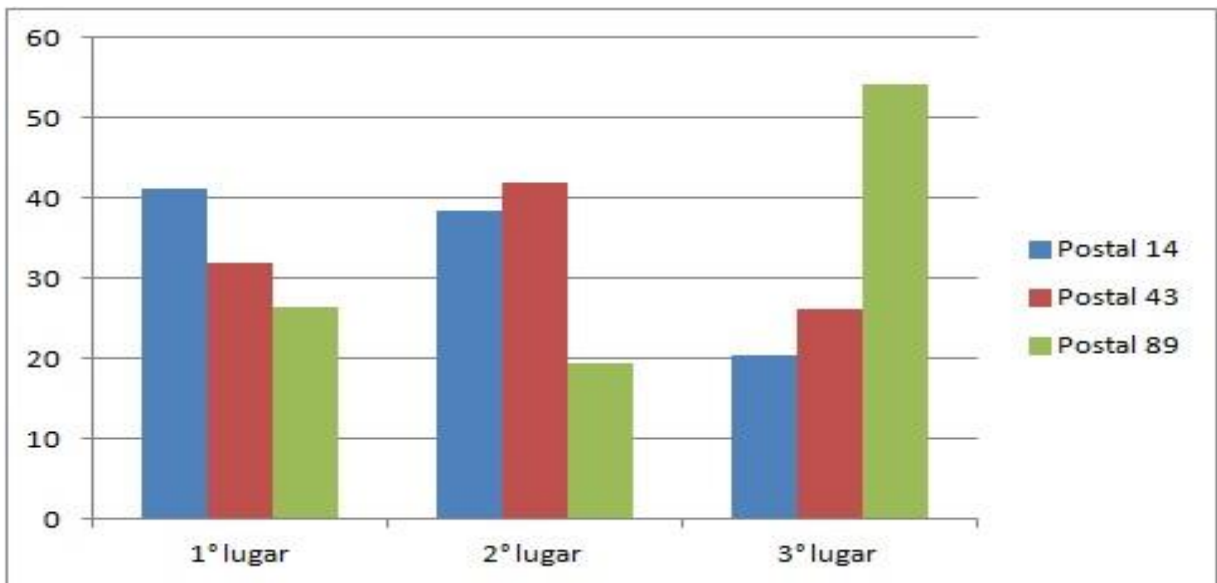


FIGURA 26 - PREFERÊNCIA PAISAGÍSTICA MASCULINA
 FONTE: A Autora (2011).

Os resultados encontrados confirmam a hipótese de que a preferência paisagística é influenciada pelo gênero do observador.

A preferência dos usuários do gênero masculino pelo cartão postal nº 14, o qual apresenta uma paisagem mais escura e predominância de tonalidades de vermelho, corrobora com o encontrado por Ficek e Ellis (2000) em estudo sobre a preferência de cores de acordo com o gênero, onde indivíduos do sexo masculino mostraram uma tendência em preferir o vermelho em detrimento de outras cores, enquanto que as mulheres mostraram-se menos favoráveis a sombras escuras de vermelho.

A preferência dos usuários do gênero feminino pelo cartão postal nº 43, o qual apresenta o verde e o azul como cores dominantes na paisagem também corroboram com o resultado encontrado por Ficek e Ellis (2000), pois no ranking de preferência de cores entre indivíduos do sexo feminino estas cores figuraram em primeiro e segundo lugar respectivamente.

Maciá (1979) em seu estudo sobre a percepção visual entre diferentes gêneros e personalidades também apontou para a existência de influência do fator gênero na preferência paisagística, quando associado a fatores de personalidade.

Por outro lado, Yu (1995), e Conrad *et al.* (2010) em estudos sobre a preferência paisagística na China e Gozo, Ilha de Malta, não encontraram correlação entre o gênero dos entrevistados e as respostas concedidas.

Contudo, Tuan (1980) afirma que o fator gênero, quando comparado a outras categorias, tais como personalidade, influencia congênita e variação de humor, é uma variável segura para justificar as atitudes humanas.

4.3.2 Preferência paisagística por faixa etária

Ao se considerar a variável idade, foi perceptível a diferenciação na preferência paisagística entre as diferentes faixas etárias, sendo que os grupos de usuários na faixa etária de até 18 anos e de 19-30 anos foram os únicos a posicionarem o cartão postal nº14 em primeiro lugar e o cartão postal nº 89 em último lugar.

Na sequência, o grupo de usuários na faixa etária de 31-45 anos posicionou o cartão postal nº 43 em primeiro e segundo lugar e o cartão postal nº 89 se manteve em último lugar.

No entanto, o resultado mais expressivo foi obtido nas faixas etárias de 46-60 anos e mais de 60 anos, onde o cartão postal nº 89 foi posicionado em primeiro lugar e o cartão postal nº 14 em último lugar, conforme demonstra a figura 27.

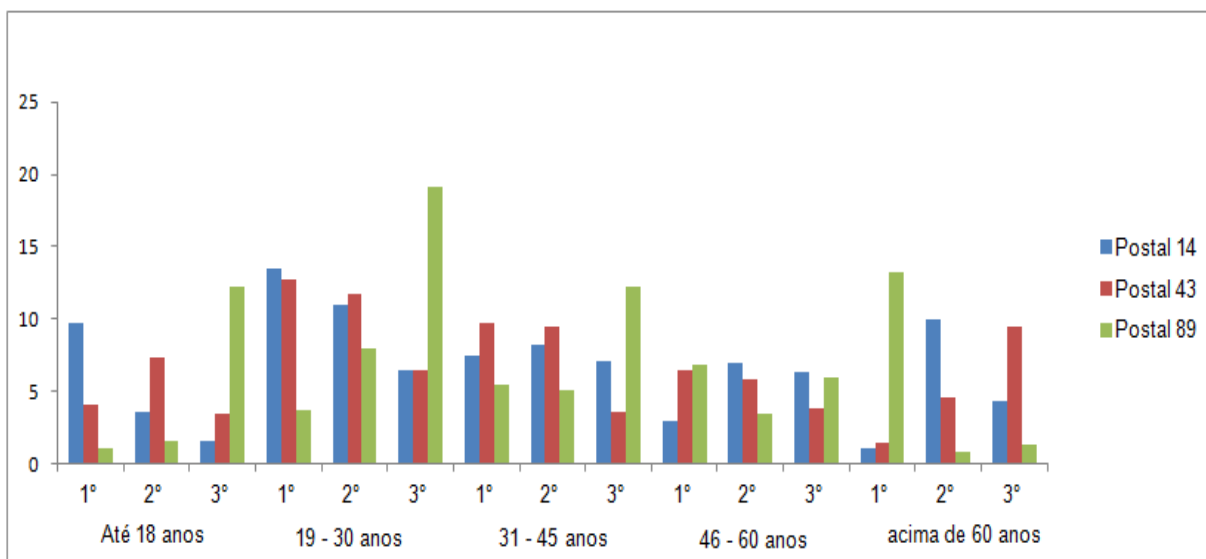


FIGURA 27 - PREFERÊNCIA PAISAGÍSTICA POR FAIXA ETÁRIA

FONTE: A Autora (2011).

Observou-se, ainda que, a preferência predominante, dos entrevistados da faixa etária a partir de 46 até mais de 60, pelo cartão postal nº 89, o qual possui as cores frias verde e azul como dominantes na paisagem, coincide com a afirmação

de Tuan (1980), de que a preferência por cores quentes diminui com o aumento da idade.

Assim, a variação de preferências, de acordo com a faixa etária, encontrados nesta pesquisa, condiz com o estudo de Zube, *et al.* (1983), o qual avaliou a preferência paisagística considerando a faixa etária de crianças, adultos e idosos e identificou que as correlações dos resultados entre adultos com mais de 65 anos e outros adultos apresentaram variações significativas na preferência por paisagem.

4.3.3 Preferência paisagística por nível de escolaridade

Observou-se que o cartão postal nº 14 posicionou-se em primeiro lugar entre os usuários com ensino fundamental e graduação. Houve um empate de primeiro e segundo lugar entre os cartões postais nº 14 e nº43 entre os usuários com pós graduação.

Apenas os usuários com ensino médio posicionaram o cartão postal nº 43 em primeiro lugar, sendo que muitos dos usuários que afirmaram ter concluído o ensino médio não eram jovens e sim adultos.

Observou-se que de forma geral os resultados considerando o nível de escolaridade coincidiram com o encontrado na preferência paisagística por faixa etária, pelo fato de que os usuários de determinadas faixa etárias possuem o mesmo nível de escolaridade.

Em relação ao cartão postal nº 89, os usuários de todos os níveis de escolaridade o posicionaram em último lugar, conforme demonstra a figura 28.

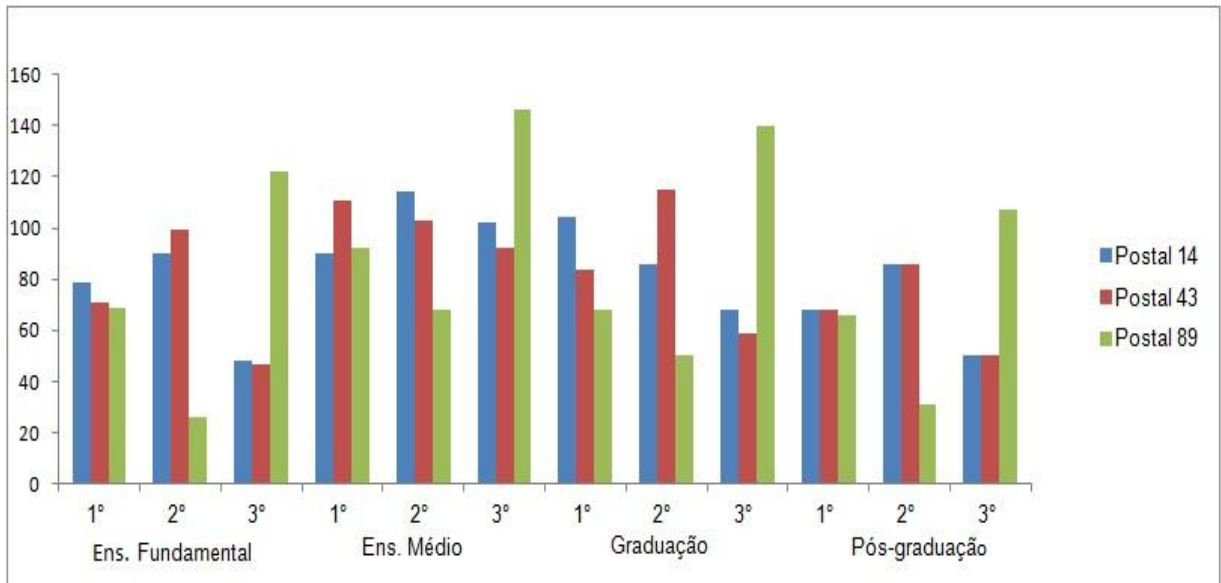


FIGURA 28 - PREFERÊNCIA PAISAGÍSTICA POR ESCOLARIDADE
 FONTE: A Autora (2011).

YU (1995) em seu estudo com grupo de chineses e ocidentais especialistas em paisagem encontrou influência do nível de escolaridade geral na preferência paisagística. Afirmou ainda que um nível geral de educação aliado a experiência com o ambiente em estudo influenciou mais a preferência dos entrevistados do que o nível de especialidade no assunto.

Nesta pesquisa a variável escolaridade também se mostrou um fator influenciável na preferência paisagística, mesmo sem considerar o nível de especialidade dos usuários em relação aos elementos considerados no estudo da paisagem.

4.3.4 Preferência paisagística por origem geográfica

Observou-se que em relação à origem geográfica dos usuários, apenas os residentes de Curitiba posicionaram o cartão postal nº 14 em primeiro lugar.

Cabe ressaltar que apesar de este cartão postal possuir como um dos aspectos negativos a ausência de representatividade, para os residentes em Curitiba esta paisagem não é estranha e dentre os demais cartões postais que retratam o Jardim Botânico foi considerada a mais atrativa.

Os usuários procedentes da região metropolitana de outros estados e de outros países posicionaram o cartão postal nº 43 em primeiro lugar. Este cartão postal foi o que apresentou a maior diversidade de elementos e posicionou-se em

primeiro lugar na preferência paisagística geral, justificando assim a escolha pelos usuários destas três categorias.

Apenas os usuários provenientes de outras cidades do Paraná posicionaram o cartão postal n° 89 em primeiro lugar, enquanto que todos os demais usuários o posicionaram em último lugar, conforme demonstra a figura 29.

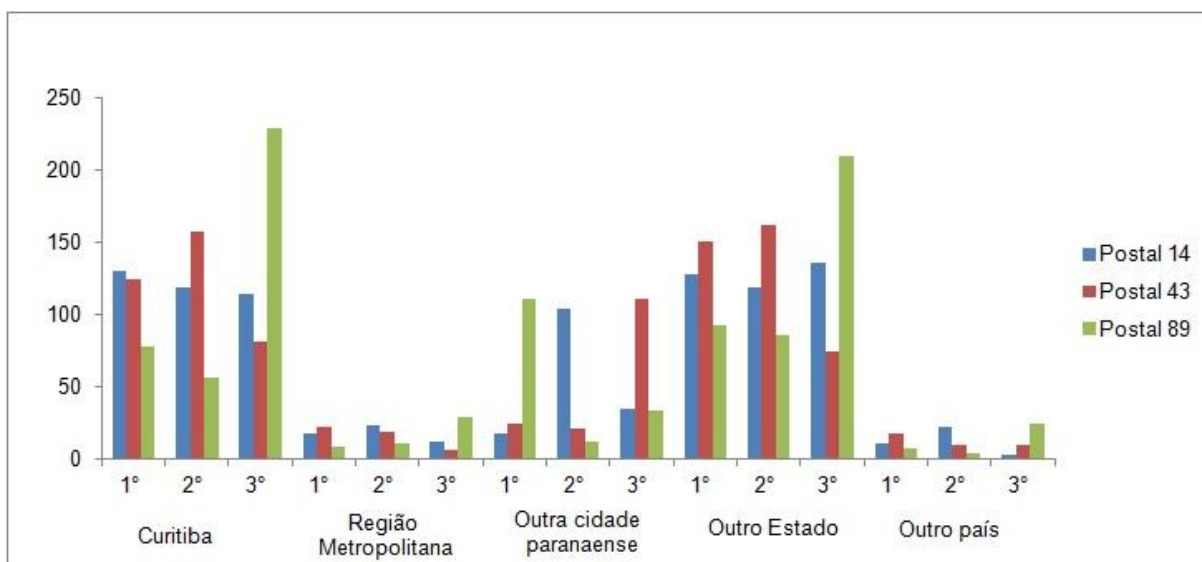


FIGURA 29 - PREFERÊNCIA PAISAGÍSTICA POR ORIGEM GEOGRÁFICA
 FONTE: A Autora (2011).

Há estudos que subsidiam a afirmação de que a preferência paisagística é influenciada por fatores culturais (YANG; BROWN, 1992, YU, 1994, GOVER; GO, 2009), ressaltando que as características sociodemográficas, possuem impacto na percepção que as pessoas tem dos lugares.

Por outro lado, Bobrowski *et al.* (2010) em seu estudo sobre a preferência paisagística de um parque de Curitiba não encontrou correlação entre o perfil dos entrevistados com a preferência pelas paisagens utilizadas no estudo.

Nesta pesquisa, a variável origem geográfica foi um fator influenciável na preferência paisagística. Contudo, a ausência de estudos sobre a relação entre preferência paisagística e origem geográfica brasileira não permite discussões mais aprofundadas sobre o assunto.

4.3.5 Preferência paisagística e divulgação de atrativo turístico

Os resultados encontrados, nesta pesquisa, sobre a preferência paisagística, utilizando como recurso os cartões postais como substitutos da paisagem,

apontaram pontos negativos e positivos referentes à disposição, composição e combinação dos elementos estéticos para representação do Jardim Botânico de Curitiba.

Em relação aos elementos negativos, observou-se que os demais meios de divulgação visual do atrativo, tais como imagens públicas disponíveis em sítios eletrônicos, aproximam-se mais da realidade ao retratar sua paisagem quando comparados aos cartões postais.

Independentemente do meio utilizado para divulgação, nota-se uma estreita relação entre mídia e turismo devido, entre outras razões, a intangibilidade dos serviços turísticos. Desta forma, o conhecimento prévio de um destino por meio de imagens é fundamental, pois este influencia o comportamento do turista desde a formação do imaginário sobre o local até a decisão final pela viagem.

Atualmente os meios de divulgação de uma localidade turística são diversos e incluem desde cartões postais, anúncios, a opinião de pessoas que já estiveram no local que se deseja viajar, documentários, programas televisivos, agências de viagens, literatura, filmes, sítios eletrônicos, dentre muitos outros.

Apesar de toda a tecnologia disponível ao turista, bem como os diversos tipos de mídia para a divulgação de um atrativo turístico, os cartões postais figuram entre os poucos produtos promocionais de uma localidade que continuam a influenciar os turistas mesmo após o retorno da viagem, pois eles são ferramentas utilizadas para compartilhar recordações (GOVERS; GO, 2009), além de servirem como uma espécie de demonstração da experiência em curso durante a viagem.

A partir do entendimento da importância da mídia em geral na divulgação de localidades turísticas, especialmente os cartões postais, é imperativo que estes sejam visualmente atrativos, com a ressalva de que ao divulgar imagens que não expressam a totalidade da realidade local corre-se o risco de atribuir a um atrativo valor negativo erroneamente.

Tendo em vista a importância do atrativo “Jardim Botânico de Curitiba” para o turismo local, junto ao fato de que este possui visitação expressiva, além de ser literalmente considerado “cartão postal da cidade”, urge a necessidade de que os cartões postais com as paisagens deste atrativo realcem e não diminuam sua beleza.

4.4 SUBSÍDIOS PARA A GESTÃO TURÍSTICA E PAISAGÍSTICA DO JARDIM BOTÂNICO DE CURITIBA

O planejamento turístico tem como função ordenar as ações humanas sobre uma localidade turística, direcionando a construção de equipamentos e facilidades visando evitar efeitos negativos nos recursos utilizados para fins turísticos, mantendo assim sua atratividade, por meio também do planejamento e da conservação da paisagem (RUSCHMANN; WILDMER, 2000).

No quadro 2 são apresentados os resultados desta pesquisa, obtidos junto com os usuários do Jardim Botânico de Curitiba, os quais apontaram elementos do turismo e da paisagem que já estão consolidados (quando são suficientes), bem como aqueles que necessitam de implementação (quando são inexistentes) e os que necessitam de ampliação (quando a quantidade existente não é suficiente).

ATRIBUTOS TURÍSTICOS E PAISAGÍSTICOS	CONSOLIDADOS	IMPLEMENTAÇÃO	AMPLIAÇÃO
Estacionamento			X
Área de alimentação			X
Área de educação ambiental	X		
Área de exercícios físicos	X		
Quantidade de banheiros	X		
Quantidade de lixeiras	X		
Informação turística		X	
Loja de souvenir	X		
Quantidade de bancos	X		
Quantidade de bebedouros			X
Paisagem em geral	X		
Substitutos da paisagem (cartões postais)		X	
Monumento	X		
Vegetação	X		
Estufa (Palácio de Cristal)	X		

QUADRO 2 – SUBSÍDIOS PARA A GESTÃO TURÍSTICA E PAISAGÍSTICA DO J. B. C
 FONTE: A Autora (2011).

No sentido de subsidiar a gestão dos atributos turísticos dentro do atrativo, segundo a opinião dos usuários, como consolidados, por serem suficientes para um atendimento satisfatório, estão as áreas de educação ambiental e de exercícios físicos, a loja de souvenir e a quantidade de bancos e lixeiras (ver item 4.1.3.1). Há uma única necessidade de implementação, que é um posto de informações turísticas, o qual ainda é inexistente no atrativo (ver item 4.1.3.2). Os elementos que

necessitam de ampliação, por serem insuficientes são: estacionamento, área de alimentação e quantidade de bebedouros (ver itens 4.1.3.1 e 4.1.3.2).

Os serviços de estacionamento e alimentação, apesar de terem sido considerados suficientes, na opinião dos usuários, apresentaram resultados próximo aos que os consideraram insuficientes, e dentre as sugestões houve algumas ressalvas quanto a esses serviços (ver item 4.1.3.2).

O estacionamento aos finais de semana torna-se um problema devido ao grande número de veículos em relação à quantidade reduzida de vagas. A área de alimentação não serve refeições, pratica valores altos, e não possui diversidade de produtos. Quanto ao bebedouro, há apenas um em toda a extensão do Jardim Botânico de Curitiba.

Os elementos citados nas colunas implementação e ampliação da tabela 17, são fundamentais como apoio aos usuários de locais turísticos, pois são parte do planejamento turístico, possuem o objetivo de proporcionar uma visita agradável, e, além disso, agregam valor aos atrativos (ANDRADE, 2006; BENI, 2004; COOPER, 2001).

Moraes (2008), em sua análise sobre atrativos turísticos, afirma também que o investimento em infraestrutura pode elevar o patamar de qualidade de um atrativo, criar uma expectativa de uma nova visita e a promover a indicação do local a terceiros.

No sentido de subsidiar a gestão dos atributos paisagísticos todos os elementos elencados no quadro 2 estão consolidados segundo a opinião dos usuários, com exceção aos substitutos da paisagem, os cartões postais, os quais não retratam com fidelidade a beleza paisagística existente no atrativo (ver item 4.3.5).

Meneses (2002) ressalta que apesar dos cartões postais serem catalisadores poderosos de marcos paisagísticos, estes marcos nem sempre correspondem a realidade.

Sobrinho (2004), neste sentido, destaca a necessidade do entendimento de que o turismo se utiliza dos recursos do “olhar”, do “lugar” e das “imagens”, estando, portanto, o turismo estreitamente relacionado com a paisagem dentre outros aspectos, por meio dos cartões postais como ferramentas de divulgação de atrativos turísticos.

No Jardim Botânico de Curitiba observou-se ainda junto aos usuários uma valoração extremamente positiva em relação à conservação da paisagem, em todos seus aspectos, desde a identificação das plantas, o cuidado com o gramado, a manutenção dos jardins franceses da entrada, as representações dos ecossistemas brasileiros e a manutenção constante em toda área do atrativo por parte do quadro dos funcionários do local.

Cabe ressaltar aqui que a gestão do Jardim Botânico de Curitiba, diferente dos demais jardins botânicos do país, é municipal, o que lhe confere um cuidado mais específico, há também uma parceria com o setor privado, o grupo o Boticário, e, além disso, existe uma associação denominada amigos do Jardim Botânico de Curitiba.

Conforme já destacado por Luchiari (1998), a participação dos vários segmentos da sociedade e a mobilização destes vários grupos de interesse para debater e adequar o planejamento local é o que determina a força de um lugar.

Ao relacionar o turismo com o planejamento e conservação da paisagem no Jardim Botânico de Curitiba, observou-se que em seu planejamento são compreendidos em partes o âmbito turístico e paisagístico, entretanto, embora a satisfação geral dos usuários em relação aos equipamentos e serviços turísticos e a conservação da paisagem presentes no local tenham sido elevadas, os apontamentos aqui discutidos devem ser considerados para aprimorar a experiência de visita e mantê-lo como referência de atrativo turístico.

5 CONCLUSÕES

Face aos resultados alcançados foram obtidas as seguintes conclusões

I – Quanto a análise turística do JBC

- a) Em geral as características predominantes dos usuários são: gênero feminino; faixa etária de 19 a 30 anos; nível médio de escolaridade; origem geográfica de outro estado; dois (2) a cinco (5) dias de permanência na cidade de Curitiba e motivação de viagem o lazer.
- b) O gênero feminino foi predominante em todas as estações do ano, exceto no inverno. A faixa etária de 19 a 30 anos foi predominante no outono, no inverno e na primavera, sendo que no verão predominaram as faixas etárias de até 18 anos e a de mais de 60 anos.
- c) A origem geográfica predominante no outono e no verão foi a cidade de Curitiba. Usuários de outros estados foram mais frequentes também no outono, no inverno e na primavera. No verão também houve uma frequência maior de usuários de outras cidades do Paraná. A quantidade de usuários da região metropolitana e de outros países não foi expressiva em nenhuma das estações.
- d) Em relação aos equipamentos e serviços, apesar do número expressivo daqueles que não observaram os itens abordados no questionário, em geral foram considerados totalmente satisfatórios para o atendimento dos usuários.
- e) Como subsídios para a gestão turística do Jardim Botânico de Curitiba, de acordo com os apontamentos e sugestões dos usuários estão os elementos que necessitam serem implementados, (um posto de informação turística), e aqueles que necessitam serem ampliados, (estacionamento, área de alimentação, quantidade de banheiros, lixeiras e bebedouros).

II - Quanto a análise paisagística do JBC

- a) Dentre os dez (10) cartões postais com a temática “Jardim Botânico de Curitiba”, em relação aos elementos da composição paisagística, o

cartão postal nº 14 foi o que apresentou a maior quantidade de elementos antrópicos, o cartão postal nº 43 apresentou a maior quantidade de elementos naturais e cartão postal nº 89 apresentou a maior quantidade de elementos culturais.

- b) Na preferência paisagística geral, por meio de substitutos da paisagem, o cartão postal nº43 posicionou-se em primeiro lugar, o cartão postal nº 14 posicionou-se em segundo lugar e o cartão postal de nº 89 posicionou-se em último lugar.
- c) Na preferência paisagística de acordo com as variáveis utilizadas nesta pesquisa, o cartão postal de nº 43 foi eleito em primeiro lugar pelos usuários do gênero feminino; pelos usuários na faixa etária de 31 a 45 anos; pelos usuários com nível médio de escolaridade; pelos usuários provenientes da região metropolitana, de outros estados e de outros países.
- d) Na preferência paisagística de acordo com as variáveis utilizadas nesta pesquisa, o cartão postal de nº14 foi eleito em primeiro lugar pelos usuários do gênero masculino; pelos usuários nas faixas etárias de até 18 anos e a de 19 a 30 anos; pelos usuários com o ensino fundamental e graduação, sendo que os usuários com pós graduação elegeram com empate o primeiro e segundo lugar para os cartões postais nº14 e nº43; pelos usuários residentes de Curitiba.
- e) Na preferência paisagística de acordo com as variáveis utilizadas nesta pesquisa, o cartão postal de nº89 foi eleito em primeiro lugar pelos usuários de 46 a 60 anos e com mais de 60 anos; pelos usuários provenientes de outras cidades do Paraná.
- f) Os usuários de todos os níveis de escolaridade posicionaram o cartão postal nº 89 em último lugar.
- g) Todos os usuários afirmaram estarem satisfeitos com a conservação da paisagem.
- h) Como subsídio para a gestão paisagística do Jardim Botânico de Curitiba, de acordo com os apontamentos e sugestões dos usuários está o aprimoramento das imagens de divulgação do atrativo por meio de cartões postais, devido a ausência de atratividade visual destes e a ausência de correspondência entre a beleza real e a retratada.

Para os objetivos propostos nesta pesquisa o método direto e indireto utilizado mostrou-se eficiente ao fornecer resultados que contemplaram os temas paisagem e turismo no Jardim Botânico de Curitiba. Considerando que ainda são muito incipientes os parâmetros utilizados na avaliação de equipamentos e serviços turísticos, o uso de método que leva em conta a percepção dos usuários demonstrou uma boa ferramenta de gestão e pode servir de base para futuras investigações que visem aprimorar a qualidade dos atrativos turísticos.

6 REFERÊNCIAS

ANDRADE, J. V. **Turismo Fundamentos e Dimensões**. 8. ed. São Paulo: Ática, 2006.

BALLANTYNE, R.; HUGHES, K. Environmental awareness, interests and motives of botanic gardens visitors: implications for interpretative practice. **Tourism Management**, v. 29, n. 3, p. 439-444, 2008.

BARBOSA, L. A. G. **História e conceitos de iluminação**. Pós-graduação em Projetos de Iluminação. Universidade Estácio de Sá, Rio de Janeiro, 2007.

BASTARZ, C. **Análise da preferência da paisagem do município de Morretes, Paraná como subsídio ao planejamento do turismo**. 123 f. Dissertação. (Mestrado em Engenharia Florestal). Setor de Ciências Agrárias, UFPR, Curitiba, 2009.

BECKEN, S. The importance of climate and weather for tourism. Land Environment & People (LEAP). New Zealand, 2010.

BENI, M. C. **Análise estrutural do turismo**. 10. ed. São Paulo: Senac São Paulo, 2004.

BIONDI, D. **Paisagismo**. Recife: Imprensa Universitária da UFRPE, 1990.

_____. Disciplina Estudo da Paisagem. Programa de pós-graduação em Ciências Florestais. UFPR. **Notas de aula**, 2010.

BIONDI, D. O fogo e a paisagem. In: SOARES, R. V.; NUNES, J. R. S.; BATISTA, A. C. **Incêndios florestais no Brasil: o estado da arte**. Curitiba: Ronaldo Viana Soares e Antônio Carlos Batista, 2009, p. 215-232.

BIONDI, D.; LEAL, C. T. Análise da capacidade paisagística do Parque Estadual de Vila Velha, PR. In: **III CONGRESSO BRASILEIRO DE UNIDADES DE CONSERVAÇÃO**, 2002. Fortaleza: FBPN. p. 359-367.

BOLÓS y CAPDEVILA, M. **Manual de Ciencia del Paisaje: Teoría, Métodos e Aplicaciones**. Barcelona: Masson S.A., 1992.

BOULLÓN, R. C. (trad. Josely Vianna Baptista). **Planejamento do Espaço Turístico**. Bauru, SP: EDUSC, 2002.

BRASIL. **Constituição da República Federativa do Brasil, 1988**. Disponível em: <http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/constituicao/constitui%C3%A7ao.htm>. Acesso em: 20/12/2011.

BRASIL. **Lei nº 6.938, de 17 de janeiro de 1981**. Dispõe sobre a Política Nacional do Meio Ambiente, seus fins e mecanismos de formulação e aplicação, e dá outras

providências. Disponível em: <http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/leis/L6938.htm>. Acesso em: 20/12/2011.

BRASIL. **Lei 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. Disponível em: <http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/leis/L9985.htm>. Acesso em: 20/12/2011.

BRASIL. **Resolução Conama nº 266 de 03 de agosto de 2000**. Estabelece diretrizes para a criação de jardins botânicos. Disponível em: <<http://www.jbrj.gov.br/cnjb/INSTRU.pdf>>. Acesso em: 20/12/2011.

BRASIL. **Resolução Conama nº 287 de 30 de agosto de 2001**. Complementa a resolução 266 de 03 de agosto de 2000. Disponível em: <<http://www.jbrj.gov.br/cnjb/INSTRU.pdf>>. Acesso em: 20/12/2011.

BRASIL. **Decreto nº 5296 de 02 de dezembro de 2004**. Regulamenta as Leis nºs 10.048, de 8 de novembro de 2000, que dá prioridade de atendimento às pessoas que especifica, e 10.098, de 19 de dezembro de 2000, que estabelece normas gerais e critérios básicos para a promoção da acessibilidade das pessoas portadoras de deficiência ou com mobilidade reduzida, e dá outras providências. Disponível em: <http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/_ato2004-2006/2004/decreto/d5296.htm>. Acesso em: 20/12/2011.

BRONDANI, S. A. **A percepção da luz artificial no interior de ambientes edificadas**. 153 f. Tese (Doutorado em Engenharia de Produção). Programa de Pós-Graduação em Engenharia de Produção, UFSC, Florianópolis, 2006.

CANTERAS, J. C. **Introducción al paisaje**. Santander: Universidad de Cantabria, 1992.

CASTROGIOVANNI, A. C. (org.). **Turismo Urbano**. São Paulo: Contexto, 2000.

CONNELL, J. The purest of human pleasures: the characteristics and motivations of garden visitors in Great Britain. **Tourism Management**, n. 25, v. 19, p. 229–247, 2004.

CONRAD, E., CHRISTIE, M., FAZEY, I. Understanding public perceptions of landscape: A case study from Gozo, Malta. **Applied Geography**, v. 31, p. 1-17, 2011.

COOPER, C.; FLETCHER, J.; WANHILL, S.; GILBERT, D.; SHEPHERD, R. (trad. Roberto Cataldo Costa). **Turismo, Princípios e Práticas**. 2. ed. Porto Alegre: Bookman, 2001.

CURITIBA. Instituto Municipal de Turismo. **Pesquisa de demanda turística, perfil e opinião**. Curitiba, 2009.

_____. Prefeitura Municipal de Curitiba. **Lixo**. Disponível em: <<http://www.curitiba.pr.gov.br/servicos/cidadao/coleta-de-lixo-que-nao-e-lixo-lixo-reciclavavel/530>>. Acesso em: 29/08/2010.

_____ : Jardim Botânico. Paraná – Brasil. Curitiba: Mundial Postais. [012-].1 cartão postal: color.

_____ : Jardim Botânico (Noturno). Paraná – Brasil. Curitiba: Mundial Postais. . [014-].1 cartão postal: color.

_____ : Jardim Botânico. Paraná – Brasil. Curitiba: Mundial Postais. [043-].1 cartão postal: color.

_____ : Jardim Botânico. Paraná – Brasil. Curitiba: Mundial Postais. [044-].1 cartão postal: color.

_____ : Jardim Botânico. Paraná – Brasil. Curitiba: Mundial Postais. [063-].1 cartão postal: color.

_____ : Jardim Botânico. Paraná – Brasil. Curitiba: Mundial Postais. [064-].1 cartão postal: color.

_____ : Jardim Botânico. Paraná – Brasil. Curitiba: Mundial Postais. [071-].1 cartão postal: color.

_____ : Jardim Botânico. Paraná – Brasil. Curitiba: Mundial Postais. [085-].1 cartão postal: color.

_____ : Jardim Botânico – Vista Noturna. Paraná – Brasil. Curitiba: Mundial Postais. [088-].1 cartão postal: color.

_____ : Botânico. Paraná – Brasil. Curitiba: Mundial Postais. [089-].1 cartão postal: color.

CRUZ, RITA C. A. As paisagens artificiais criadas pelo turismo. In: YÁZIGI, E. (org). **Turismo e paisagem**. São Paulo: Contexto, 2002, p. 107-119.

DE ANGELIS, B. L. D; DE ANGELIS NETO, G. Paisagem, turismo e planejamento urbano. **Acta Scientiarum**, v. 20, n.4, p.537-543,1998.

ENGLISH TOURISM COUNCIL. **Action for attractions**. London: English Tourism Council, 2000.

FELIPPE, G.; ZAIDAN, L. P. **Do Éden ao Éden: Jardins Botânicos e a aventura das plantas**. São Paulo: Senac, 2008.

FERRONATO, M. Z.; CARDOZO, P. F. **Criação de uma nova metodologia de avaliação e hierarquização: estudo de caso no município de Irati - PR**. Disponível em: <[http:// www.partes.com.br/turismo/poliana/novametodologia.asp](http://www.partes.com.br/turismo/poliana/novametodologia.asp) >. Acesso em: 20 /09/ 2010.

FICEK, C.; ELLIS, L. Color preferences according to gender and sexual orientation. **Personality and Individual Differences**, v. 31, n. 8, p. 1375 – 1379, 2001.

FYHRI, A.; JACOBSEN, J. K. S.; TØMMERVIK, H. Tourists' landscape perceptions and preferences in a Scandinavian coastal region. **Landscape and Urban Planning**, v. 91, n. 4, p. 202–211, 2009.

GALVÃO, W.; SANTOS, A. C.; PIACESKI, C.; GOOD, P. L.; NUCCI, J.C. Conservação da natureza no município de Curitiba/PR. **GEOUERJ**. Rio de Janeiro, 2003 (CD ROM).

GAMA, L. L. M. F. Testagem de instrumentos de valoração da qualidade visual da paisagem para fins de planejamento paisagístico. In: **Simpósio Nacional de Geografia Física Aplicada**, 2009, Viçosa – MG. Disponível em: <http://www.geo.ufv.br/simposio/simposio/trabalhos/resumos_expandidos/eixo12/021.pdf>. Acesso em 22/12/2011.

GÂNDARA, J.M.G. A imagem dos destinos turísticos urbanos. **Revista Eletrônica de Turismo Cultural**. Disponível em: <<http://www.eca.usp.br/turismocultural/numeroespecial.htm>>. Acesso em: 18/11/2011.

GONZALEZ-BERNALDEZ, F. **Ecología y Paisaje**. Madrid: H. Blume Ediciones, 1981.

GONZAGA, C. A. M.; WANDEMBRUCK, A.; SEGER, C. D.; BIONDI, D. 2004. Análise paisagística da trilha recreativa do Parque Municipal do Passaúna, Curitiba, Paraná. **Cad. Biodivers.**, v. 4, n. 2, p. 66-73, 2004.

GOOGLE EARTH. **Mapa Jardim Botânico Municipal**. Curitiba, 2009.

GUZZO, P. **Áreas verdes urbanas**. Disponível em: <<http://www.educar.sc.usp.br/biologia/prociencias/areasverdes.html>>. Acesso em: 18/09/ 2010.

GRIFFITH, J. J. Análise dos recursos visuais do Parque Nacional do Caparaó. **Floresta**, v. 14, n. 2, p. 15-21, 1983.

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

HILDEBRAND, E.; GRAÇA, L. R.; HOEFLICH, V. A. “Valoração Contigente” na avaliação econômica de áreas verdes urbanas. **Floresta**, v. 32, n. 1, p. 121-132, 2002.

IGNARA, L. R. **Fundamentos do turismo**. São Paulo: Pioneira Thomson, 2003.

INSTITUTO DE PESQUISA E PLANEJAMENTO URBANO DE CURITIBA (IPPUC). **Histórico dos Parques e Bosques**. Disponível em: <<http://www.ippuc.org.br>>. Acesso em: 31/05/ 2010.

Estatística - Demanda Turística de Curitiba, 2007. Disponível em: <http://www.ippuc.org.br/.../Curitiba_em_dados_Pesquisa.asp>. Acesso em: 31/05/2010.

Novidades. Prêmios recebidos pela cidade de Curitiba. Disponível em: <http://www.ippuc.org.br/Bancodedados/Curitibaemdados/Curitiba_em_dados_Pesquisa.asp?ampliar=n%C3%A3o>. Acesso em: 30/11/2010.

Meio Ambiente. Áreas verdes e de lazer. Disponível em: <http://www.ippuc.org.br/Bancodedados/Curitibaemdados/Curitiba_em_dados_Pesquisa.asp?ampliar=n%C3%A3o>. Acesso em: 29/08/2011.

Clima. Características climáticas de Curitiba. Disponível em: <http://www.ippuc.org.br/Bancodedados/Curitibaemdados/anexos/2001%20desde%201998_Caracter%C3%ADsticas%20Clim%C3%A1ticas%20de%20Curitiba.pdf>. Acesso em: 19/11/2011.

KAICK, J. A. M. **Percepção de Parques e Áreas Similares para a Atratividade do Turismo em Curitiba, Paraná.** 158 f. Dissertação (Mestrado em Gestão Urbana). Centro de Ciências Exatas e de Tecnologia, PUC, Curitiba, 2007.

KAICK, J. A. M., HARDT, L. P., OBA, L. T. **Contribuição dos Parques Urbanos e Áreas Verdes como Atrativos Turísticos em Curitiba – Paraná.** In: Encontro da ANPPAS, III, Brasília /DF, 23 – 26/05/2006. Disponível em: <<http://www.anppas.org.br/encontro.../TA331-06032006-120013.DOC>>. Acesso em: 23/11/2010.

KISCHLAT, E. **Metodologia para Avaliação da Preferência Visual de Recursos Naturais da Paisagem para Fins Turísticos. Estudo de Caso nos Municípios de Benedito Novo e Dr. Pedrinho – SC.** 145 f. Dissertação (Mestrado em Engenharia Florestal). Setor de Ciências Agrárias, UFPR, Curitiba, 2004.

LEASK, A. Progress in visitor attraction research: Towards more effective management. **Tourism Management**, v. 31, n. 2, p.155–166, 2010.

LEMES, F. B.M; NEVES, S. C. Dos ecos do turismo aos ecos da paisagem: análises das tendências do ecoturismo e a percepção de suas paisagens. **Pasos, Revista de Turismo y Patrimônio Cultural**, v. 5, n. 2, p. 209-223, 2007.

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, II, São Luiz/MA, 18-24/09/94. **Anais**. p. 539-550.

LITTON Jr., R. B. Aesthetic Dimensions of Landscape. In: KRUTILLA, J. V. **Natural Enviroments: studies in Theoretical and Applied analysis**. Baltimore: Johns Hopkins, 1972, p. 263-291.

LOBODA, C. R.; DE ANGELIS, B. L. D. Áreas verdes públicas urbanas: conceitos, usos e funções. **Revista Ambiência**, v.1 n.1, p. 157-185, 2005.

LUCHIARI, M. T. D. P. Urbanização turística. Um novo nexos entre o lugar e o mundo. In: LIMA, L. C. **Da cidade ao campo. A diversidade do saber-fazer turístico**. Fortaleza: UECE, 1998, p.15-29.

MARENZI, R. C. **Estudo da Valoração da Paisagem e Preferências Paisagísticas no Município da Penha – SC**. Curitiba: UFPR, 1996. (Dissertação de Mestrado)

MACEDO, S. S.; SAKATA, F. G. Parques Urbanos no Brasil. Brazilian Urban Parks. 3. ed. São Paulo: Editora da Universidade de São Paulo, 2010.

McHARG, I. L. **Proyectar con la Naturaleza**. Barcelona: Editorial Gustavo Gili, SA, 2000.

MAACK, R. **Geografia Física do Estado do Paraná**. 2. ed., Livraria José Olímpio Editora, Curitiba, 1981.

MASCARENHAS, R. G. T., GÂNDARA, J. M. G. A diversidade gastronômica como elemento de identidade e atrativo turístico na região dos Campos Gerais do Paraná: um estudo de caso no município de Castro. **Revista Geografar**. Disponível em: <<http://ojs.c3sl.ufpr.br/ojs2/index.php/geografar/article/viewFile/14360/9663>>. Acesso em: 20/09/ 2011.

MENESES, U. T. B. A paisagem como fato cultural. In: YÁZIGI, E. (org). **Turismo e paisagem**. São Paulo: Contexto, 2002, p. 29-64.

MORAES, A. V. **Análise da Infraestrutura dos Atrativos Naturais do Município de Jardim**. 60 f. Monografia (Graduação em Turismo). Universidade Estadual do Mato Grosso do Sul, Dourados, Mato Grosso do Sul, 2008.

NIKOLOPOULOU, M. **The effect of climate on the use of open spaces in the urban environment: relation to tourism**. Disponível em< http://www.mif.uni-freiburg.de/isb/ws/papers/14_nikolopoulou.pdf>. Acesso em: 22/12/2011.

OLIVEIRA, S. C. C. **Percepção dos visitantes sobre as trilhas interpretativas do Jardim Botânico Benjamim Maranhão, João Pessoa (Paraíba, Brasil)**. 106 f. Monografia. (Graduação em Turismo) Universidade Federal da Paraíba, João Pessoa, Paraíba, 2007.

OLIVEIRA, S. C. C.; NISHIDA, A. K. A interpretação ambiental como instrumento de diversificação das atividades recreativas e educativas das trilhas do Jardim Botânico Benjamim Maranhão, João Pessoa (Paraíba, Brasil). **Revista Turismo Visão e Ação**, v. 13, n. 2, p. 166-185, 2011.

OMT - Organização Mundial do Turismo. (trad. Roberto Cataldo Costa). **Turismo internacional: uma perspectiva global**. 2. ed. Porto Alegre: Bookmann, 2003.

- PAVLIKAKIS, G. E.; TSIHRINTZIS, V.A. Perceptions and preferences of the local population in Eastern Macedonia and Thrace National Park in Greece. **Landscape and Urban Planning**, v. 77, n. 1, p. 1-16, 2006.
- PEARCE, P. Analysing tourist attractions. **Journal of Tourism Studies**, v. 2, n. 1, p. 46-55, 1991.
- PEIXOTO, A.L.; GUEDES-BRUNI, R. R. Apresentação: Jardins Botânicos. **Ciência e Cultura**, v. 62, n. 1, p. 18-19, 2010.
- PEREIRA, M. C. B. **Política para a conservação de áreas verdes urbanas particulares de Curitiba – percepção dos proprietários de imóveis na bacia hidrográfica do rio Belém**. 121 f. 323 f. Dissertação (Mestrado em Engenharia Florestal). Setor de Ciências Agrárias, UFPR, Curitiba, 2004.
- PEREIRA, T. S.; COSTA, M. L. M. N. Os Jardins Botânicos brasileiros: desafios e potencialidades. **Ciência e Cultura**, v. 62, n. 1, p. 23-25, 2010.
- PURCELL, A. T.; LAMB, R. J. Preferences and Naturalness: an Ecological Approach. **Landscape and Urban Planning**, v. 42, n. 1, p. 57-66, 1998.
- REDE BRASILEIRA DE JARDINS BOTÂNICOS (RBJB). Jardim Botânico Municipal FMGR. **Diversidade biológica nos jardins botânicos brasileiros**. Rio de Janeiro, 2004.
- REIS, R. S.; NETO, A. R. C. Planejamento e organização do espaço das unidades de conservação de Manaus para a promoção turística. **Aboré**, v. 3, n.1, p. 1-11, 2007.
- RIBEIRO, R. M.; SILVEIRA, M. A. T. Planejamento Urbano, Lazer e Turismo: Os Parques Públicos em Curitiba – PR. **Turismo Visão e Ação**, v. 8, n. 2, p. 309 - 321 2006.
- RODRIGUES, A. B. **Turismo e Espaço: rumo a um conhecimento transdisciplinar**. São Paulo: Hucitec, 2001.
- RUSCHMANN, D. V. M; WIDMER, G. M. Planejamento turístico. In: ANSARAH, M. G. R. (org.). **Turismo como aprender como ensinar** . São Paulo: Senac São Paulo, 2000, p. 65-86.
- SEGAWA, H. **Ao amor do público: jardins no Brasil**. São Paulo: Studio Nobel FAPESP, 1996.
- SETU. Secretaria de Estado do Turismo. **Orientação para gestão municipal do turismo**. Curitiba, 2008. Disponível em: <http://www.setu.pr.gov.br/arquivos/File/pdf/programas/Orientacao_para_Gestao_Municipal_do_Turismo.pdf>. Acesso em: 12/10/2010.
- SILVA, D. A. S.; PETROSKI, E. L.; REIS, R. S. Barreiras e facilitadores de atividades físicas em freqüentadores de parques públicos. **Motriz**, v.15, n.2, p.219-227, 2009.

SILVA, M. G. L. **Cidades Turísticas: Identidades e Cenários de Lazer**. São Paulo: Aleph, 2004 (Série Turismo).

SIMEPAR. **Dados das Estações Telemétricas do Simepar. Estatística Mensal Meteorológica Estação de Curitiba** Disponível em:

<[http://C:\Users\Raquel\Downloads\dados mensais \(1\).mht](http://C:\Users\Raquel\Downloads\dados mensais (1).mht)>. Acesso em: 17/11/2011.

SOBRINHO, F. L. A. Lugares, olhares e imagens: uma breve discussão sobre planejamento turístico. **Múltipla**, v. 10, n.16, p. 71 – 91, 2004

SWARBROOKE, J.; HORNER, S. (trad. Saulo Krieger). **O comportamento do consumidor no turismo**. São Paulo: Aleph, 2002. (Série Turismo).

TORRENS, L. G. S.; SANTOS, M. G. Atuação do profissional de Educação Física em parques. **Revista Brasileira Ciência e Movimento**, v. 11 n. 1 p. 41-44, 2003.

TRIGO, L. G. G. **Turismo básico**. 4. ed. São Paulo: Editora Senac São Paulo, 2000. (Apontamentos Turismo).

TUAN, Y. F. (trad. Lívia de Oliveira). **Topofilia: um estudo da percepção, atitudes e valores do meio ambiente**. São Paulo: Difel, 1980.

TVEIT, M. S. Indicators of visual scale as predictors of landscape preference: a comparison between groups. **Journal of Environmental Management**, v. 90, n. 9, p. 2882–2888, 2009.

URBS – URBANIZAÇÃO DE CURITIBA. **Linha turismo**. Disponível em: <http://www.urbs.curitiba.pr.gov.br/PORTAL/linha_turismo/>. Acesso em: 23/11/2010.

VIEIRA, V.; BIACONI, M. L.; DIAS, M. Espaços não-formais de ensino e o currículo de ciências. **Ciência e Cultura**, v.57, n.4, p. 21-23, 2005.

XI REUNIÃO de jardins botânicos brasileiro: os jardins botânicos e as cidades. Recife/PE, 15-19 julho de 2002. **Anais**.

WARD, C.; PARKER, C. M.; SHACKLETON, C. M. The use and appreciation of botanical gardens as urban green spaces in South Africa. **Urban Forestry & Urban Greening**, v. 9, n. 1, p. 49-55, 2010.

YANG, B-E; BROWN, T. J. A cross-cultural comparison of preferences for landscape styles and landscape elements. **Environment and Behavior**, v. 24, n. 4, p. 471-507, 1992.

YU, K. Cultural variations in landscape preference: comparisons among Chinese sub-groups and Western design experts. **Landscape and Urban Planning**, v. 32, n. 2, p.107–126, 1995.

ZANNIN, P. H. T.; SZEREMETTA, B. Avaliação da poluição sonora no parque Jardim Botânico de Curitiba, Paraná, Brasil. **Caderno Saúde Pública**, v.19, n. 2, p. 683-686, 2003.

ZUBE, L. H.; PITT, D. G.; EVANS, G. W. A lifespan developmental study of landscape assessment. **Jornal of Environment Psychology**, v. 3, n. 2, p. 115-128, 1983.

ANEXO

AUTORIZAÇÃO DE PESQUISA.....	103
------------------------------	-----



Prefeitura Municipal de Curitiba
Secretaria Municipal do Meio Ambiente
Superintendência de Obras e Serviços
Departamento de Produção Vegetal
Divisão do Jardim Botânico Municipal
Av. Eng. Ostoja Roguski, s. n.
CEP- 80.210-390 Jardim Botânico
Fone: (41) 3264-6994 Fax (41)3262-4568
www.curitiba.pr.gov.br

Autorização nº 23/2011

Autorizamos a aluna Raquel Ribeiro de Souza Silva do Curso de Pós Graduação em Engenharia Florestal a coletar dados através de Pesquisa Científica no Jardim Botânico Municipal de Curitiba, no período de maio a dezembro de 2011.

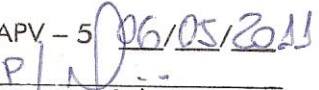
Para conclusão de sua dissertação de mestrado.

- * Proibido venda de qualquer natureza.
 - * Preservar o livre trânsito de pedestres.
 - * Proibido veiculação de publicidade no local.
 - * Proibido amarrar cartazes ou faixas em árvores, postes, placas de sinalização, ou canteiros.
 - * Proibido a utilização de equipamentos sonoros, veículo automotor, bicicleta, bola, patins ou semelhantes e no interior do Jardim.
- * Ficará responsáveis a aluna Raquel Ribeiro de Souza Silva responsável por quaisquer danos causados durante a coleta seja de ordem material ou pessoal.

OBS: horário de funcionamento do Jardim Botânico Municipal
Verão 06h as 21horas
Inverno: 06h as 20horas

ELY DE MORAES CUNHA
MAPV-5

MAPV - 5 06/05/2011


ELY DE MORAES CUNHA MARCELINO
CHEFE DE DIVISÃO
MATR. 71367

APÊNDICE

QUESTIONARIO AVALIAÇÃO TURISMO E PAISAGEM J. B. C.....	105
--	-----

Universidade Federal do Paraná
Programa de Pós-Graduação em Engenharia Florestal

Local da coleta _____ Data _____ Dia da semana _____ Clima _____

Avaliação Turismo	
1. Gênero do entrevistado:	<input type="checkbox"/> Feminino <input type="checkbox"/> Masculino
2. Qual sua faixa etária?	<input type="checkbox"/> até 18 anos <input type="checkbox"/> de 19 a 30 anos <input type="checkbox"/> de 31 a 45 <input type="checkbox"/> de 46 a 60 anos <input type="checkbox"/> acima de 60 anos
3. Qual seu grau de escolaridade?	<input type="checkbox"/> Ens.Fundamental <input type="checkbox"/> Ens.Médio <input type="checkbox"/> Graduação <input type="checkbox"/> Pós-graduação
4. Qual a região de sua residência?	<input type="checkbox"/> Curitiba <input type="checkbox"/> Região Metropolitana de Curitiba <input type="checkbox"/> Outra cidade do estado do Paraná <input type="checkbox"/> Outro estado <input type="checkbox"/> Outro país
5. Visitante: Quanto tempo ficar em Curitiba?	<input type="checkbox"/> 1 dia <input type="checkbox"/> de 2 a 5 dias <input type="checkbox"/> mais de 5 dias
6. Qual o motivo da sua visita ao Jardim Botânico de Curitiba?	<input type="checkbox"/> Lazer <input type="checkbox"/> Turismo <input type="checkbox"/> Pesquisa <input type="checkbox"/> Outros
7. Em sua opinião os serviços e equipamentos listados abaixo e disponíveis no Jardim Botânico de Curitiba são suficientes para atender aos visitantes e turistas?	
Sinalização	<input type="checkbox"/> sim <input type="checkbox"/> não <input type="checkbox"/> não observou
Estacionamento	<input type="checkbox"/> sim <input type="checkbox"/> não <input type="checkbox"/> não observou
Área de alimentação	<input type="checkbox"/> sim <input type="checkbox"/> não <input type="checkbox"/> não observou
Área de educação ambiental	<input type="checkbox"/> sim <input type="checkbox"/> não <input type="checkbox"/> não observou
Área de exercícios físicos	<input type="checkbox"/> sim <input type="checkbox"/> não <input type="checkbox"/> não observou
Banheiros	<input type="checkbox"/> sim <input type="checkbox"/> não <input type="checkbox"/> não observou
Bebedouros	<input type="checkbox"/> sim <input type="checkbox"/> não <input type="checkbox"/> não observou
Lixeiras	<input type="checkbox"/> sim <input type="checkbox"/> não <input type="checkbox"/> não observou
Informações turísticas	<input type="checkbox"/> sim <input type="checkbox"/> não <input type="checkbox"/> não observou
Venda de suvenires	<input type="checkbox"/> sim <input type="checkbox"/> não <input type="checkbox"/> não observou
Bancos para sentar	<input type="checkbox"/> sim <input type="checkbox"/> não <input type="checkbox"/> não observou
8. Indique sua avaliação quanto aos serviços e equipamentos em geral oferecidos aos visitantes do Jardim Botânico de Curitiba	<input type="checkbox"/> Totalmente satisfeito <input type="checkbox"/> Parcialmente satisfeito <input type="checkbox"/> Insatisfeito
Manifeste suas sugestões e ideias para melhorias no Jardim Botânico de Curitiba.	
Avaliação Paisagem	
1. Em sua opinião a paisagem do Jardim Botânico de Curitiba está bem conservada? <input type="checkbox"/> Sim <input type="checkbox"/> Não – Porque?	
2. Atribuindo valores de 1 a 3 coloque estes postais em uma ordem de acordo com sua preferência: Postal 1 () Postal 2 () Postal 3 ()	
3. Porque eleger o primeiro?	
4. Porque eleger o último?	