

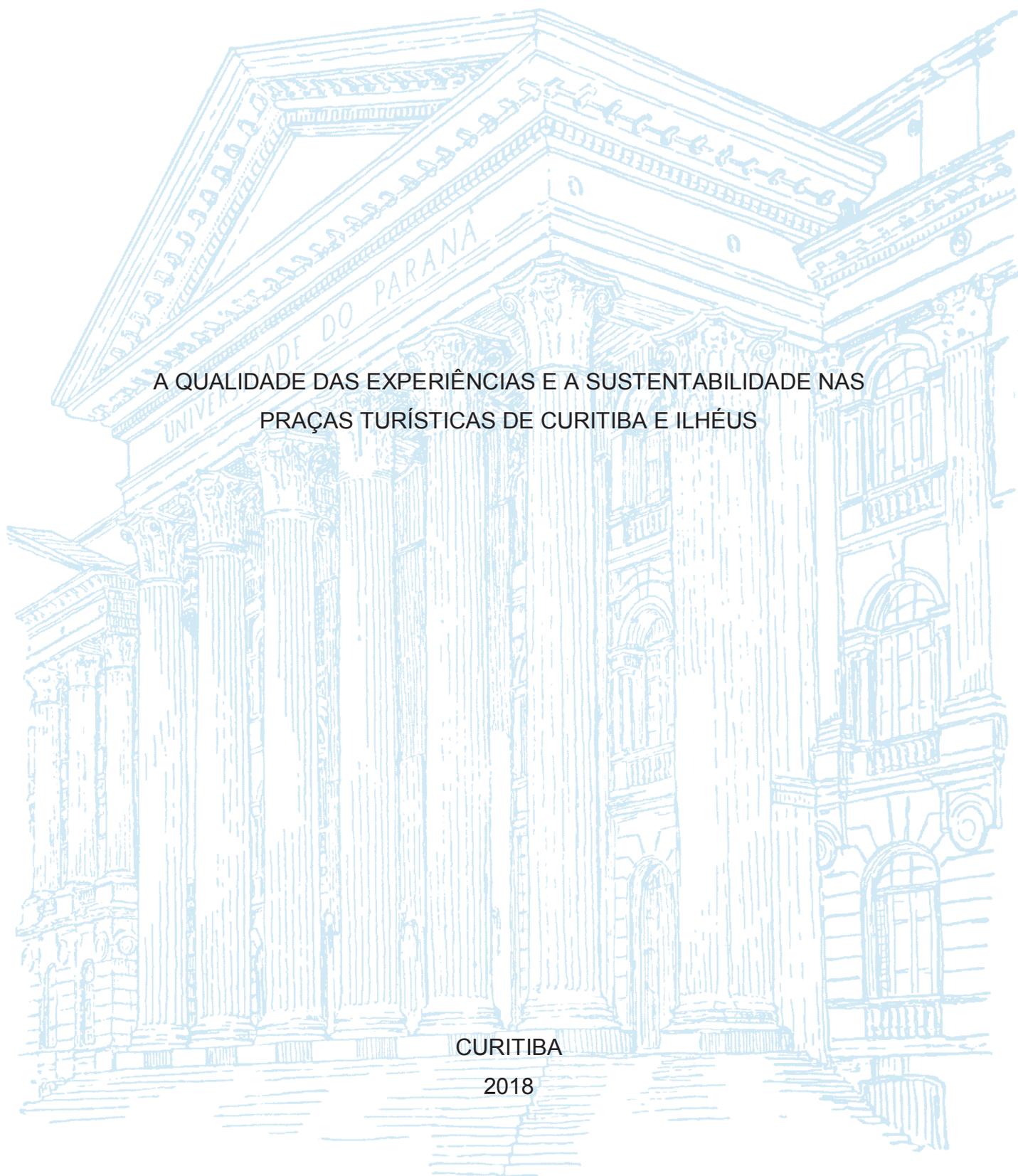
UNIVERSIDADE FEDERAL DO PARANÁ

SAULO RONDINELLI XAVIER DA SILVA

A QUALIDADE DAS EXPERIÊNCIAS E A SUSTENTABILIDADE NAS
PRAÇAS TURÍSTICAS DE CURITIBA E ILHÉUS

CURITIBA

2018



SAULO RONDINELLI XAVIER DA SILVA

A QUALIDADE DAS EXPERIÊNCIAS E A SUSTENTABILIDADE NAS
PRAÇAS TURÍSTICAS DE CURITIBA E ILHÉUS

Tese apresentada ao curso de Pós-Graduação em Geografia, Setor de Ciências da Terra, Universidade Federal do Paraná, como requisito parcial à obtenção do título de Doutor em Geografia.

Orientador: Prof. Dr. José Manoel Gonçalves Gândara.

CURITIBA

2018

Catálogo na Fonte: Sistema de Bibliotecas, UFPR
Biblioteca de Ciência e Tecnologia

S586q Silva, Saulo Rondinelli Xavier da

A qualidade das experiências e a sustentabilidade nas praças turísticas de Curitiba e Ilhéus [recurso eletrônico] / Saulo Rondinelli Xavier da Silva, 2018.

Tese (doutorado) - Programa de Pós-Graduação em Geografia, Setor de Ciências da Terra, Universidade Federal do Paraná
Orientador: Prof. Dr. José Manoel Gonçalves Gândara.

1. Espaço urbano - Curitiba. 2. Turismo – desenvolvimento. I.
Universidade Federal do Paraná. II. Gândara, José Manoel Gonçalves.
III. Título.

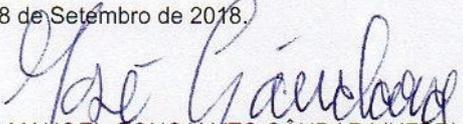
CDD 910.98162

Bibliotecária: Vilma Machado CRB9/1563

TERMO DE APROVAÇÃO

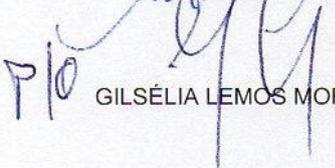
Os membros da Banca Examinadora designada pelo Colegiado do Programa de Pós-Graduação em GEOGRAFIA da Universidade Federal do Paraná foram convocados para realizar a arguição da Tese de Doutorado de **SAULO RONDINELLI XAVIER DA SILVA**, intitulada: **A QUALIDADE DAS EXPERIÊNCIAS E A SUSTENTABILIDADE NAS PRAÇAS TURÍSTICAS DE CURITIBA E ILHÉUS.**, após terem inquirido o aluno e realizado a avaliação do trabalho, são de parecer pela sua aprovação no rito de defesa. A outorga do título de Doutor está sujeita à homologação pelo colegiado, ao atendimento de todas as indicações e correções solicitadas pela banca e ao pleno atendimento das demandas regimentais do Programa de Pós-Graduação.

Curitiba, 18 de Setembro de 2018.


JOSÉ MANOEL GONÇALVES GÂNDARA(UFPR)

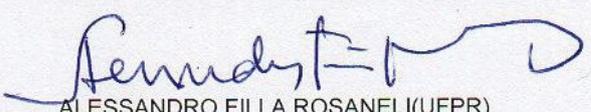
(Presidente da Banca Examinadora)


SALETE KOZEL TEIXEIRA(UFPR)


GILSÉLIA LEMOS MOREIRA(UESC)


SANDRO CAMPOS NEVES(UFPR)


GRAZIELA SCALISE HORODYSKI(UEPG)


ALESSANDRO FILLA ROSANELI(UFPR)

AGRADECIMENTOS

Agradeço a Deus por tornar reais todos os meus sonhos, e, por me fortalecer nos momentos de dificuldade.

Agradeço aos meus familiares, em especial a minha esposa Orlene Serqueira Silva, pela parceria constante e pela compreensão, fundamentais nesse processo; e a minha mãe, Hildete Alves Xavier da Silva, pelo exemplo, pelo incentivo, e por todos os ensinamentos.

Meus agradecimentos ao Professor José Manoel Gonçalves Gândara, meu orientador, pelos ensinamentos e pelo apoio imprescindível durante a realização deste Curso. Também agradeço pela parceria em pesquisas e pela confiança depositada em mim, o que me dão a certeza de estar trilhando os melhores caminhos. Ter a sua orientação é motivo de muito orgulho!

Agradeço ao Programa de Pós-graduação em Geografia da Universidade Federal do Paraná, professores, funcionários e colegas. E, à Coordenação de Aperfeiçoamento de Pessoal de Nível Superior – CAPES, pelo apoio financeiro.

Pelas valiosas contribuições desde a avaliação do Relatório de Qualificação, agradeço aos professores que participaram da banca: Alessandro Filla Rosaneli, Salete Kozel Teixeira, e Sandro Campos Neves. Os seus pareceres foram essenciais para a continuidade da pesquisa e para a perspectiva adotada. Agradeço aos membros da banca de defesa desta tese, composta por Alessandro Filla Rosaneli, Gilsélia Lemos Moreira, Graziela Scalise Horodyski, Salete Kozel Teixeira, e Sandro Campos Neves, pelo interesse em nos prestigiar com suas contribuições e avaliações. Muito obrigado!

Agradeço aos Professores do Colegiado de Geografia da Universidade Estadual de Santa Cruz - UESC, que sempre me apoiaram, não apenas na realização do Estágio Supervisionado em Prática de Docência de Ensino Superior, mas, desde a minha graduação. Em especial, Gilsélia Lemos Moreira,

Gilmar Alves Trindade, Ednice de Oliveira Fontes Baitz e Maria Cristina Rangel, pelo apoio contínuo, pela amizade construída, e pelas parcerias futuras.

Meus agradecimentos ao Professor Marco Aurélio Avila, que me oportunizou muitos aprendizados desde o Curso de Mestrado em Cultura e Turismo, e, permanece presente, sempre me incentivando. Atualmente, tenho o orgulho em ter a sua parceria e por fazer parte da equipe editorial da CULTUR – Revista de Cultura e Turismo.

Ao meu irmão, Sérgio Ricardo Xavier da Silva.

Aos amigos que estiveram do meu lado, e, comigo, viram as dificuldades se transformarem em desafios como convites ao sucesso. Em especial a Keyla Dias Rodrigues, Jadson Serqueira, Fabiane Silva e Erbson Cardoso Silva, que sempre estiveram dispostos a colaborar através de ensinamentos e experiências.

“O lugar encarna as experiências e aspirações das pessoas. O lugar não é só um fato a ser explicado na ampla estrutura do espaço, ele é a realidade a ser esclarecida e compreendida sob a perspectiva das pessoas que lhe dão significado” (TUAN, 1979, p. 387).

RESUMO

A pesquisa teve o objetivo compreender a percepção dos turistas sobre a qualidade das experiências e a sustentabilidade nas praças turísticas de Curitiba (PR) e Ilhéus (BA). A partir de pesquisa teórica, o estudo se desenvolveu em discussões sobre praças, considerando suas significações e funções, tendo em vista o conceito de espaço turístico, no que se refere ao espaço público, a qualidade da experiência turística, a sustentabilidade, e novos instrumentos de gestão de destinos turísticos. A pesquisa define Praças Turísticas como sendo espaços públicos da cidade que se destacam por possuírem elementos patrimoniais (naturais e/ou culturais) representativos das sociedades, e que estabelecem um significado social e econômico para seus frequentadores, refletido nas experiências de moradores e visitantes. Essas experiências derivam da percepção do espaço pelo sujeito. Para desenvolver a análise da percepção dos turistas sobre a qualidade das experiências, e a sustentabilidade nas praças turísticas de Curitiba e Ilhéus, reconhecemos, entre outros elementos, a percepção e a representação do espaço e de seus patrimônios pelos visitantes. Mediante análise das experiências de visitantes e frequentadores sobre as praças, registradas em fotografias e depoimentos veiculados em plataforma de reputação *online*, o website *TripAdvisor*. A pesquisa, do tipo qualitativa/interpretativa, foi aplicada selecionando praças de Curitiba e de Ilhéus, e a seleção das fotografias correspondeu a uma categorização baseada nas significações das praças, e a partir da análise da qualidade da experiência, contida nas avaliações (fotografias e depoimentos). Os resultados relacionam as experiências de visitantes nas praças selecionadas, partindo das imagens fotográficas e dos comentários, com base no referencial teórico, possibilitando analisar a qualidade das experiências e da sustentabilidade nas praças estudadas. As análises sobre a percepção dos turistas sobre a qualidade das experiências e a sustentabilidade nas praças turísticas de Curitiba e Ilhéus demonstram uma eficácia do método, podendo ser aplicado em outras realidades. Sendo assim, o procedimento adotado pode contribuir para a gestão desses espaços, aprimorando o turismo e gerando desenvolvimento social e econômico às cidades.

Palavras-chave: Praça. Espaço público turístico. Experiência turística. Sustentabilidade. Curitiba. Ilhéus.

ABSTRACT

The research aimed to understand the perception of tourists about the quality of experiences and sustainability in the tourist squares of Curitiba (PR) and Ilhéus (BA). Based on theoretical research, the study was developed in discussions about squares, considering their significations and functions, considering the concept of tourist space, with regard to public space, quality of tourism experience, sustainability, and new instruments management of tourist destinations. The research defines Tourist Squares as being public spaces of the city that stand out because they possess patrimonial elements (natural and/or cultural) representative of the societies, and that establish a social and economic significance for its regulars, reflected in the experiences of residents and visitors. These experiences derive from the perception of space by the subject. In order to develop the analysis of the perception of the tourists about the quality of the experiences and the sustainability in the tourist squares of Curitiba and Ilhéus, we recognize, among other elements, the perception and the representation of the space and its patrimony by the visitors. By analyzing the experiences of visitors and regulars on the squares, recorded in photographs and comments posted on a reputed online platform, the *TripAdvisor* website. The qualitative/interpretive research was applied selecting Curitiba and Ilhéus squares, and the selection of the photographs corresponded to a categorization based on the significations of the squares, and from the analysis of the quality of the experience, contained in the evaluations (photographs and comments). The results relate the experiences of visitors in the selected squares, starting from the photographic images and the comments, based on the theoretical reference, allowing to analyze the quality of the experiences and the sustainability in the squares studied. The analysis of the perception of tourists on the quality of experiences and sustainability in the tourist squares of Curitiba and Ilhéus demonstrate an effectiveness of the method and can be applied in other realities. Therefore, the adopted procedure can contribute to the management of these spaces, improving tourism and generating social and economic development to cities.

Keywords: Square. Public tourist squares. Tourist experience. Sustainability. Curitiba. Ilhéus.

LISTA DE FIGURAS

Figura 1 – Mapa-síntese de Curitiba-PR com indicação de bairros e localização das praças analisadas.	72
Figura 2 – Roteiro da Linha Turismo, Curitiba-PR	73
Figura 3 – Mapa da cidade de Ilhéus-BA	75
Figura 4 – Área central da cidade de Ilhéus-BA, com localização das praças analisadas	76
Figura 5 - Representação da relação Visitante-Atrativo-Visitante	78
Figura 6 – Vista aérea da Praça do Japão, de Curitiba-PR.	84
Figura 7 – Praça do Japão, por “mmnogueira”, (mai. 2014). Curitiba-PR.	85
Figura 8 – Praça do Japão, por “Andressa T”, (mar. 2015). Curitiba-PR.	86
Figura 9 – Praça do Japão, por “105 countries”, (fev. 2015). Curitiba-PR.	87
Figura 10 – Praça do Japão, por “saimonrio”, (mar. 2014). Curitiba-PR....	88
Figura 11 – Vista aérea da Praça da Espanha, de Curitiba-PR.	89
Figura 12 – Praça da Espanha, por “Gisele G”, (abr. 2014). Curitiba-PR... ..	91
Figura 13 – Praça da Espanha, por “Greicy L”, (set. 2015). Curitiba-PR....	91
Figura 14 – Praça da Espanha, por “HellenSaimi”, (out. 2013). Curitiba-PR.	92
Figura 15 – Praça da Espanha, por “Giuliano C”, (jan. 2016). Curitiba-PR.	93
Figura 16 – Praça da Espanha, por “Kacotait”, (fev. 2015). Curitiba-PR....	94
Figura 17 – Praça da Espanha, por “Renato Aurelio C”, (nov. 2015). Curitiba-PR.	95
Figura 18 – Praça da Espanha, por “LuizadeSa”, (abr. 2015). Curitiba-PR.	96
Figura 19 – Praça da Espanha, por “Lais O”, (ago. 2015). Curitiba-PR.....	97
Figura 20 – Vista aérea da Praça Santos Andrade, de Curitiba-PR	98
Figura 21 – Praça Santos Andrade, destaque para chafariz e, ao fundo, prédio histórico da Universidade Federal do Paraná. Curitiba-PR, por “Alairce”, (jan. 2015).	99

Figura 22 – Praça Santos Andrade, destaque para monumento a Rui Barbosa e Águia de Haia, e jardins da Praça Santos Andrade. Curitiba-PR, por “Eduardo-da-Costa”, (abr. 2016).	101
Figura 23 – Vista da fachada do Teatro Guaíra, localizado na praça, no lado oposto à UFPR. Curitiba-PR, por “NortonG”, (dez. 2015)...	102
Figura 24 – Vista parcial da Praça Santos Andrade. Curitiba-PR, por “NortonG”, (dez. 2015)	103
Figura 25 – Praça da Espanha, por “Gleicon”, (jul. 2016). Curitiba-PR.....	105
Figura 26 – Praça do Japão, por “criisfz”, (dez. 2016). Curitiba-PR.....	105
Figura 27 – Praça da Espanha, por “LeoniZ”, (jan. 2017). Curitiba-PR.....	107
Figura 28 – Praça do Japão, por “Aglare M”, (dez. 2016). Curitiba-PR....	107
Figura 29 – Praça da Espanha, por “Luciane D”, (nov. 2016). Curitiba-PR.	108
Figura 30 – Praça do Japão, por “Bruna N”, (set. 2016). Curitiba-PR.....	108
Figura 31 – Praça da Espanha, por “Paula C”, (jul. 2016). Curitiba-PR.....	109
Figura 32 – Praça do Japão, por “JeffersonVeras”, (jun. 2015). Curitiba-PR.	110
Figura 33 – Vista aérea da Praça Garibaldi, de Curitiba-PR	112
Figura 34 – Localização da Praça Dom Eduardo, Ilhéus-BA.	113
Figura 35 – Vista parcial da Praça Garibaldi, por “rvdamara1” (jun. 2016). Curitiba-PR.	115
Figura 36 – Catedral de São Sebastião. Praça D. Eduardo, por “ifr1022” (out. 2015). Ilhéus-BA.	116
Figura 37 – Vista parcial da Praça Garibaldi, por “Evelyn D”. (jan. 2018). Curitiba-PR.	117
Figura 38 – Avaliação da visitante “Marcilley B”. (mar. 2016). Ilhéus-BA.	118
Figura 39 – Praça Garibaldi, registro da visitante “KatiaFonseca”, Curitiba-PR. (jan. 2016).	118
Figura 40 – Avaliação da visitante “KatiaFonseca”, sobre a Praça Garibaldi, Curitiba-PR.	119
Figura 41 – Frequentação de moradores e turistas na Praça Dom Eduardo,	

por “Fabio M”. Ilhéus-BA. (jan.2016).	120
Figura 42 – Avaliação do visitante “Fabio M”, sobre a Praça Dom Eduardo, Ilhéus-BA.	120
Figura 43 – Registo do morador “Betão49”. Praça Garibaldi, Curitiba-PR. (abr. 2016).	121
Figura 44 – Área externa do Bar Vesúvio, registro do visitante “dncunha” (fev. 2016). Praça D. Eduardo, Ilhéus-BA.	122
Figura 45 – Frequentação de pessoas na Praça Garibaldi, Curitiba-PR, por “Gilberto S”. (dez.2014).	123
Figura 46 – Avaliação do visitante “Gilberto S.”, sobre a Praça Garibaldi, Curitiba-PR.	123
Figura 47 – Avaliação do visitante “dncunha”, sobre a Praça Dom Eduardo, Ilhéus-BA.	124
Figura 48 – Avaliação da visitante “VaniaPereira90”, sobre a Praça Dom Eduardo, Ilhéus-BA.	125
Figura 49 – Localização da Praça do Cacau, Ilhéus-BA.	127
Figura 50 – Localização da Praça do Castro Alves, Ilhéus-BA.	128
Figura 51 – Imagem da página de apresentação das avaliações do atrativo	129
Figura 52 – Praça do Cacau, por “Adriana G” (jun. 2015). Ilhéus-BA.....	130
Figura 53 – Vista parcial da Praça Castro Alves, por “dncunha” (fev. 2016). Ilhéus-BA.	131
Figura 54 – Depoimento da visitante “Ana D” (jun. 2017). Ilhéus-BA.....	131
Figura 55 – Cacaueiro. Praça do Cacau, por “RogerioCunha”. (mar. 2015). Ilhéus-BA.	132
Figura 56 – Depoimento sobre a Praça do Cacau, por “RogerioCunha”. (mar. 2015). Ilhéus-BA.	133
Figura 57 – Vista parcial da Praça Castro Alves, por “dncunha”. (fev. 2016). Ilhéus-BA.	134
Figura 58 – Vista parcial da Praça Castro Alves, por “dncunha”. (fev. 2016). Ilhéus-BA.	135
Figura 59 – Depoimento da visitante “Karllauna”, sobre a Praça Castro Alves.	

(abr. 2016). Ilhéus-BA.	135
Figura 60 – Demonstração de amêndoas de cacau por Guia de Turismo. Praça do Cacau, Ilhéus-BA, por “lgams_si”. (jun. 2018).	136
Figura 61 – Maquete de fazenda de cacau. Praça do Cacau, Ilhéus-BA. Registro do visitante “lgams_si”. (jun. 2018).	137
Figura 62 – Frequentação de moradores e turistas na Praça Castro Alves, por “dncunha”. (fev. 2016). Ilhéus-BA.	138
Figura 63 – Depoimento sobre a Praça Castro Alves, por “dncunha”. (fev. 2016). Ilhéus-BA.	138
Figura 64 – Vista parcial da Praça do Cacau, por “Adriana G”. (jun. 2015). Praça do Cacau. Ilhéus-BA.	139
Figura 65 – Depoimento sobre a Praça do Cacau, por “G A”. (mar. 2015). Ilhéus-BA.	140
Figura 66 – Vista parcial da Praça Castro Alves, Ilhéus-BA, por “dncunha”. (fev. 2016).	141
Figura 67 – Depoimento sobre a Praça Castro Alves, Ilhéus-BA, por “solange51”. (mar. 2016).	141
Figura 68 – Depoimento sobre a Praça Castro Alves, Ilhéus-BA, por “_filosofia_a”. (fev. 2016).	142
Figura 69 – Vista aérea da Praça Tiradentes, de Curitiba-PR.	144
Figura 70 – Vista aérea da Praça Osório, de Curitiba-PR.	144
Figura 71 – Praça Tiradentes, por “LuizadeSa”, (abr. 2015). Curitiba-PR..	145
Figura 72 – Praça Gal. Osório, por “AiltonShibata”, (jan. 2018). Curitiba-PR.	146
Figura 73 – Praça Tiradentes, por “Katiafonseca”, (jan. 2016). Curitiba-PR.	148
Figura 74 – Praça General Osório, por “Leona B”, (fev. 2018). Curitiba-PR.	149
Figura 75 – Praça Tiradentes, por “AugustoSM974”, (ago. 2015). Curitiba-PR.	150
Figura 76 – Praça General Osório, por “Marcelo R”, (dez. 2014). Curitiba-PR.	151

Figura 77 – Praça Tiradentes, por “Eliane M”, (abr. 2015).	
Curitiba-PR.	152
Figura 78 – Praça General Osório, por “Alexandre F”, (abr. 2016).	
Curitiba-PR.	152
Figura 79 – Avaliação da Praça Tiradentes, por “Pedro K”. (jun. 2015).	
Curitiba-PR.	154
Figura 80 – Avaliação da Praça Tiradentes, por “ClaudiaBoeira”.	
(jun. 2015). Curitiba-PR.	154
Figura 81 – Avaliação da Praça Osório, por “Luaventura3”. (ago. 2016).	
Curitiba-PR.	155

LISTA DE QUADROS

QUADRO 1 - CATEGORIAS DE ANÁLISE DO ESPAÇO URBANO-TURÍSTICO	33
QUADRO 2 – DEFINIÇÕES DAS SIGNIFICAÇÕES DAS PRAÇAS URBANAS	38
QUADRO 3 – DEFINIÇÕES DAS FUNÇÕES DAS PRAÇAS URBANAS	40
QUADRO 4 – SIGNIFICADO DAS DIMENSÕES DA EXPERIÊNCIA	42
QUADRO 5 – CLASSIFICAÇÃO DE PRAÇAS A PARTIR DE SUAS SIGNIFICAÇÕES	44
QUADRO 6 – RELAÇÃO DAS PRAÇAS ESTUDADAS COM O ROTЕIRO DA LINHA TURISMO, CURITIBA-PR	74
QUADRO 7 – SÍNTESE DAS INFORMAÇÕES DE REPUTAÇÃO <i>ONLINE</i> SOBRE AS PRAÇAS ESTUDADAS	80
QUADRO 8 – ANÁLISE DA QUALIDADE DA EXPERIÊNCIA E SUSTENTABILIDADE DAS PRAÇAS TURÍSTICAS	182

LISTA DE SIGLAS

BA	Bahia
COPEL	Companhia Paranaense de Energia
Embratur	Instituto Brasileiro de Turismo
IPPUC	Instituto de Pesquisa e Planejamento Urbano de Curitiba
PR	Paraná
TICs	Tecnologias da Informação e Comunicação
UFPR	Universidade Federal do Paraná

SUMÁRIO

1 INTRODUÇÃO	19
2 FUNDAMENTAÇÃO TEÓRICA	23
2.1 A compreensão das praças como espaços turísticos	23
2.1.1 Percepção e Representação da cidade em discursos verbais e não-verbais	23
2.1.2 Espaço Urbano, Espaço Público Turístico e Praça Turística	28
2.1.3 Aspecto sociocultural e dimensão simbólica das praças	34
2.2 A qualidade das experiências nas praças turísticas	37
2.2.1 Significações das praças	37
2.2.2 Funções das praças	39
2.2.3 A experiência turística	41
2.2.4 As praças como espaços públicos de experiências turísticas	43
2.3 A sustentabilidade das praças.....	47
2.3.1 Aspectos físicos	48
2.3.2 Aspectos ecológicos	53
2.3.3 Aspectos socioculturais	56
2.3.4 Aspectos econômicos	58
2.4 Novos instrumentos de gestão de destinos turísticos	61
2.4.1 O destino turístico	62
2.4.2 Reputação <i>online</i> e gestão de destinos turísticos.....	65
3 PROCEDIMENTOS METODOLÓGICOS	68
3.1 Tipo de pesquisa.....	68
3.2 Tipo de amostragem	70
3.3 Métodos de análise e interpretação dos dados	77
4 O ESPAÇO PERCEBIDO E REPRESENTADO SOCIALMENTE	83
4.1 Análise da qualidade da experiência de visitantes na Praça do Japão, Curitiba, sob a perspectiva da imagem fotográfica	83
4.2 Análise da qualidade da experiência de visitantes na Praça da Espanha, Curitiba, sob a perspectiva da imagem fotográfica	89

4.3 Análise da qualidade da experiência de visitantes na Praça Santos Andrade, Curitiba, sob a perspectiva da imagem fotográfica.....	97
4.4 Relacionando as análises da qualidade das experiências de visitantes nas praças da Espanha e do Japão, de Curitiba, sob a perspectiva da imagem fotográfica	104
4.5 Relacionando as análises da qualidade das experiências de visitantes nas praças Garibaldi, de Curitiba, e Dom Eduardo, de Ilhéus, sob a perspectiva da imagem fotográfica e de comentários	111
4.6 Relacionando as análises da qualidade das experiências de visitantes nas praças do Cacau e Castro Alves, de Ilhéus, sob a perspectiva da imagem fotográfica e de comentários	126
4.7 Relacionando as análises da qualidade das experiências de visitantes nas praças Tiradentes e Osório, de Curitiba, sob a perspectiva da imagem fotográfica e de comentários	142
5 ANÁLISE DA QUALIDADE DAS EXPERIÊNCIAS E DA SUSTENTABILIDADE NAS PRAÇAS TURÍSTICAS DE CURITIBA E ILHÉUS	156
I) Significação Visual.....	157
II) Significação Simbólica	162
III) Significação Recreativa.....	168
IV) Significação Circulação	174
6 CONSIDERAÇÕES FINAIS	185
REFERÊNCIAS	192

1 INTRODUÇÃO

O espaço apresenta profundas marcas, impregnadas pelos sinais do tempo ao longo da história. Essas marcas são testemunhos do mundo como produto social, e também são sinais de sua constante (re)produção. Adquirindo uma conotação simbólica, o espaço é parte do sujeito, e na memória deste, é ponto de referência de seu presente e de seu passado (CARLOS, 2011; GOMES, 1997).

Os espaços públicos são os locais onde as pessoas se encontram, onde fatos importantes ocorreram, ocorrem ou são ali evocados. Nas cidades, a praça constitui-se num espaço público que não só é o agente físico que harmoniza o ambiente circundante, mas um elemento que congrega e referencia a paisagem local permitindo atividades culturais, recreativas e de repouso, através de uma interação entre a população e o meio ambiente (DE ANGELIS, 2000; POCKOCK, 1981; SILVA, 2010).

De acordo com o Código Civil, art. 99, I, são bens públicos os de uso comum do povo, tais como rios, mares, estradas, ruas e praças (BRASIL, 1995). O termo público tem variados significados, e seu sentido também está vinculado ao uso coletivo. Tendo o espaço o sentido de uso comum, não significa não pertencer a ninguém, ao contrário, está disponível para variadas formas de apropriação ao longo do tempo. Logo, é merecedor do cuidado por parte de todos.

Ademais, considerar público aquele tipo de local que é juridicamente estabelecido como tal, significa, talvez, inverter a lógica de um sentido que não deve partir apenas do texto da lei que regulamenta, mas não define, a existência de um espaço que, na verdade, deve preceder a própria lei que, desse modo, simplesmente o reconhece. Em outras palavras, esses espaços públicos correspondem, talvez, a necessidade que podem se manifestar segundo modalidades concretas que não se originam no discurso jurídico, o qual apenas as reconhece e regula (CASTRO; GOMES & CORRÊA, 2012, p. 22).

As praças sempre foram lugares de reunião de grupos, espaços abertos que permitem que o público se socialize e interaja no espaço. Como espaço público, a praça pode ser definida como um espaço de livre acesso, caracterizado por manter marcas e signos de uso comum dos sujeitos, ao longo do tempo. Como afirma Manosso (2015, p. 93),

cada momento vivenciado/experenciado na cidade é repleto de sentimentos e associações a significados, portanto há uma constante construção de signos e significados, pois a cidade é mais do que aquilo que é visto por aqueles que a vivenciam, a cidade é aquilo que pode ser sentido e experienciado em seu cotidiano.

Partindo dessa análise, pela ampla possibilidade de usos, o cotidiano das praças passa a ser cada vez mais divulgado, não somente por estar vinculado as relações de afetividade desenvolvidas pelos indivíduos em relação ao lugar, ou da diversidade de significados derivados da percepção de uma paisagem (SANTOS, 1996; TUAN, 1980). Mas, também, pela evolução tecnológica, em particular, dos meios de comunicação, com maior destaque para a imagem fotográfica, que, principalmente pela divulgação de cenas urbanas, se destaca nesse processo (SILVA, 2008).

O espaço turístico acaba por produzir um conjunto de imagens e representações capaz de caracterizá-lo, de defini-lo. Nesta perspectiva, é possível pensar a paisagem além da sua materialidade, considerando também as construções simbólicas que a constitui. Pensar em paisagem nos faz pensar em percepção, desse modo, a interpretação das paisagens nos leva a campos interdisciplinares, favorecendo uma compreensão geográfica da produção e do uso da paisagem, e de seu papel como um componente constitutivo dos processos sociais (DUNCAN, 2004; SILVA, 2010).

Esse procedimento pode contribuir para a própria gestão dos espaços públicos e, paralelamente, para a valorização da cultura. Dessa forma, trataremos, mediante análise das experiências dos visitantes, do reconhecimento e identificação de elementos culturais, naturais, e econômicos, e a sua gestão, no que se refere à preservação e manutenção desses espaços. Nesse contexto, considerando uma praça como espaço público turístico, este trabalho também pode se desenvolver a partir da seguinte questão: A compreensão da percepção dos turistas sobre a qualidade das experiências e

a sustentabilidade nas praças turísticas de Curitiba e Ilhéus pode facilitar na gestão das mesmas?

Através da análise das experiências de visitantes e frequentadores sobre as praças urbanas de Curitiba-PR e Ilhéus-BA, a pesquisa objetiva compreender a percepção dos turistas sobre a qualidade das experiências e a sustentabilidade nas praças turísticas de Curitiba e Ilhéus. Para tal, elencamos os seguintes objetivos operacionais:

- 1) Analisar a percepção dos turistas sobre a qualidade das experiências nas praças turísticas de Curitiba e Ilhéus;
- 2) Analisar a percepção dos turistas sobre a sustentabilidade nas praças turísticas de Curitiba e Ilhéus.

O ponto de partida desse estudo será discussões sobre praças, considerando suas significações e funções (MATAS COLOM *et al.*, 1983; DE ANGELIS, DE ANGELIS NETO, BARROS & BARROS, 2005), tendo em vista o conceito de espaço turístico, no que se refere ao espaço público (CARLOS, SOUZA & SPOSITO, 2011; SERPA, 2011), a qualidade da experiência turística (PINE & GILMORE, 1999), e a sustentabilidade (HAYLLAR *et al.*, 2011; MAITLAND & NEWMAN, 2004; JAVADI, 2016), reconhecendo, entre outros elementos, a percepção e a representação do espaço e de seus patrimônios pelos visitantes. Essas experiências derivam da percepção do espaço pelo sujeito.

Mediante pesquisa bibliográfica, e análise de um conjunto de indicadores obtidos através da análise de fotografias registradas por visitantes, de Praças de Curitiba-PR e Ilhéus-BA, divulgadas no website *TripAdvisor*, é possível analisar as experiências dos turistas e frequentadores diante de um atrativo e conhecer os fatores que as condicionam, e com isso, contribuir para o planejamento e gestão dos destinos. O procedimento adotado nessa pesquisa

pretende servir de referência para futuras abordagens, tendo como foco o estudo da qualidade das experiências de visita e a sustentabilidade nas praças.

A tese é estruturada a partir de um referencial teórico sobre a compreensão das praças como espaços turísticos, onde trataremos sobre a percepção e representação da cidade em discursos verbais e não-verbais, espaço urbano, espaço público turístico, e da construção do conceito de praça turística; aspecto sociocultural e a dimensão simbólica das praças; a qualidade das experiências nas praças turísticas, seção em que discutiremos as significações e funções das praças, a experiência turística, e as praças como espaços públicos de experiências turísticas; a sustentabilidade das praças, abordando aspectos físicos, ecológicos, socioculturais e econômicos; novos instrumentos de gestão de destinos turísticos, tratando da definição de destino turístico e discutindo sobre a reputação *online* e gestão de destinos turísticos.

Na sequência, trataremos dos procedimentos metodológicos, e, do estudo do espaço percebido e representado socialmente. Em seguida, apresentaremos os resultados, tratando da análise da qualidade das experiências e a sustentabilidade nas praças turísticas de Curitiba e Ilhéus. Como a base das análises é a percepção dos sujeitos sobre as praças, considerando fotografias e depoimentos registrados por moradores e visitantes, nesse estudo, as análises partirão das significações das praças.

Por fim, apresentaremos as considerações finais, onde estabeleceremos uma relação entre o tema, os estudos teóricos, e as contribuições que derivam da percepção do espaço e da representação na imagem e no sentido de praça, as limitações e a perspectiva de novas pesquisas.

2 FUNDAMENTAÇÃO TEÓRICA

Nesta seção, abordaremos conceitos e pressupostos teórico-metodológicos que servirão de ancoragem no processo de obtenção e análise dos dados. Dessa forma discutiremos sobre a temática à luz dos autores e trataremos os conceitos em questão. Em subtópicos, a discussão se desenvolve sobre aspectos socioculturais e dimensão simbólica das praças; espaço urbano e espaço público turístico; destinos turísticos; experiência turística; reputação *online* e gestão de destinos turísticos, e, percepção e representação do espaço. Nesse sentido, relacionaremos a praça às categorias do espaço geográfico: lugar, paisagem e território.

2.1 A compreensão das praças como espaços turísticos

Uma área turística é bem diferente de um produto tangível, suas qualidades e possibilidades de apropriação se caracterizam pela sua subjetividade. A ação humana nos espaços turísticos demanda, portanto, o uso da imaginação, de conhecimentos preliminares e das representações.

A partir de avaliações feitas por visitantes sobre as praças das cidades estudadas, em comentários ou depoimentos, e imagens fotográficas, é possível verificar os fatores que mais se destacam, positiva e negativamente. A partir disso, também será possível construir proposições que resultem num melhor uso desses espaços pelas pessoas, e no aproveitamento sustentável pela atividade turística nas cidades.

2.1.1 Percepção e Representação da cidade em discursos verbais e não-verbais

O conceito de paisagem é definido por Santos (1996, p. 61-62) como sendo tudo aquilo que a visão pode abarcar, estendendo para todos os outros sentidos (que também podem perceber formas, texturas, cores, movimentos,

odores, sons etc.), mas ele complementa que esta percepção é dotada de intencionalidades, afirmando que

a noção de intencionalidade não é apenas válida para rever a produção do conhecimento. Essa noção é igualmente eficaz na contemplação do processo de produção e de produção das coisas, considerados como um resultado da relação entre o homem e o mundo, entre o homem e o seu entorno (SANTOS, 1996, p.73).

Nesta perspectiva, é possível pensar a paisagem além da sua materialidade, considerando também as construções simbólicas que a constitui. Como já foi mencionado, pensar em paisagem nos faz pensar em percepção, e, a diversidade de interpretações possíveis nos leva a campos interdisciplinares.

A cidade, ao longo da história, tornou-se a expressão máxima do espaço humanizado. É o trabalho social que produz a cidade enquanto espaço da vida urbana, dos contatos imediatos do dia-a-dia. Essa carga simbólica constituída pela concentração de pessoas e objetos dá a paisagem uma característica particular e faz da cidade um espaço privilegiado para a proliferação de discursos e construção de imagens.

Um dos elementos que favorecem a construção dessas imagens é o contato cotidiano. “É através do contato com o outro e com o mundo, através dos discursos, das representações, desejos e receios, que a imagem é construída” (ARRAIS, 2001). Essa imagem é uma elaboração cognitiva, resultado da percepção dos textos verbais e “não-verbais”, da forma física da cidade e de seus habitantes.

Ao tratar sobre Cognição, Oliveira (1977) faz uma distinção entre inteligência e percepção. Para a autora, enquanto a percepção está ligada à presença do objeto, fornecendo um conhecimento imediato; a inteligência pode evocar os objetos em sua ausência, se utilizando de vias simbólicas, ou mesmo em sua presença (efeito interpretativo).

Nesse sentido, Ferrara (1988, p.3) considera que a percepção urbana é “uma prática cultural que concretiza certa compreensão da cidade e se apoia, de um lado, no uso urbano, de outro, na imagem física da cidade, da praça, do quarteirão”. Na verdade, a cidade sempre foi uma imagem, ou uma coletânea

de imagens. Uma espécie de simulacro do mundo. Ver a cidade é interagir sensivelmente com esse espaço, pois, percebê-la é apreender elementos a ela particulares (traçado das ruas, textura das areias das praias, odor característico de uma área, a brisa suave no final da tarde etc.) que a identificam através de imagens construídas por quem a percebe.

Tais imagens podem resultar em discurso, ou podem sê-lo. Entender o discurso como uma forma de agir sobre o mundo nos faz inferir sobre o seu potencial em reproduzir ideias e cristalizar práticas sociais. Fiorin (1998, p.11) define discurso como “combinações de elementos linguísticos (frases ou conjuntos constituídos de muitas frases) usados pelos falantes com o propósito de exprimir seus pensamentos, de falar do mundo exterior ou de seu mundo interior, de agir sobre o mundo”.

A percepção de um ou mais elementos contidos numa praça, como estátuas, bancos, árvores, por exemplo, tem características físicas, captadas pelo observador. Porém, o significado de uma estátua, ou da sua localização, por exemplo, pode variar de acordo com as diferentes interpretações. O aporte fenomenológico nos permite pensar sobre a capacidade do sujeito de apreender as essências a partir da realidade percebida. As imagens que se formam na consciência individual são uma forma de representação explícita sobre determinado fenômeno. Uma categoria particular e singular advinda da representação do “real visível” ou do vivido simbólico (OLIVEIRA, 1977).

Para Rocha (2008, p.160), “quando se observa uma cidade, uma praça, um monumento, eles gritam uma mensagem inserida num texto não-verbal, a espera de interpretação por parte de quem os observa. Estes elementos constituem o signo”. Segundo a autora, entre as várias formas de comunicação, os estudiosos buscam cada vez mais a linguagem não-verbal, constituída de gestos, símbolos, sinais, como recurso de leitura e análise de fatos históricos, sociais, políticos, culturais, econômicos de uma cidade, de uma paisagem, de um lugar.

A imagem fotográfica, por sua vez, pode se constituir em um símbolo cultural alimentado pelo universo simbólico de uma comunidade que tem sua existência impregnada no cotidiano dos indivíduos (VASQUEZ, 2002). Esse

cotidiano passa a ser amplamente divulgado através de vários meios de comunicação, principalmente por imagens de cenas urbanas.

Imagens da cidade, como os cartões-postais, materializam e registram o tempo como uma extensão do espaço. Como as características e os fatores típicos ou determinantes de uma ruela ser estreita e sinuosa serem marcantes de uma época de economia manufatureira (MOREIRA, 1999). Ou, “as imagens fotográficas que retratam a cidade de Ilhéus embelezada pelos famosos casarões construídos na época de ouro do cacau, como o Palácio Paranaguá (localizado na Praça J. J. Seabra), por exemplo, mostram que a cidade tem história em cada rua, em cada esquina, em cada praça” (SILVA, 2009, p. 199).

Gomes (1996) destaca o papel da imagem fotográfica na materialização de uma experiência vivida. Segundo este autor, a imagem pode, além de eternizar acontecimentos, despertar novas percepções. Kozel (2002, p. 223) ao tratar sobre a representação argumenta que “o conhecimento imaginário origina-se a partir da reprodução de uma imagem visual, que substitui o real através da lembrança, provocada por fragmentos do real”.

A imagem, ao ser elaborada pelo observador, passa por diferentes filtros, que também são individuais. O sujeito estabelece códigos simbólicos próprios de acordo com a sua visão de mundo. Vale salientar que as interpretações também são estabelecidas por diferentes prismas, onde articulam-se o representativo e o simbólico, situados na base da relação sujeito / signo / imagem (KOZEL, 2005).

No nosso entendimento, imagens e discursos são modos específicos de agir e representar o espaço, no caso, a cidade. Pesavento (1997, p.26) corrobora que “a cidade é em si mesma uma realidade objetiva com suas ruas, construções, monumentos, praças, mas sobre este “real” os homens constroem um sistema de ideias e imagens de representação coletiva”. De acordo com Moscovici (2010), as representações não são criadas de maneira individual, pois elas são resultado do que vem sendo divulgado e propagado pelos meios de comunicação, bem como pelas relações interpessoais existentes na sociedade.

Para ampliar a análise, trazemos o conceito de meio ambiente e tentaremos aproximá-lo da ideia do direito à cidade. Salientamos, então, que a busca do direito à cidade pelos cidadãos está no cerne da questão urbana ambiental. Segundo Rodrigues (1997, p.139), o meio ambiente compreende

O conjunto das edificações, com suas características construtivas, sua história e memória, seus espaços segregados, a infraestrutura e os equipamentos de consumo coletivo. [...] Ao mesmo tempo, significa imagens, símbolos e representações subjetivas e/ou objetivas.

Para Cavalcanti (2001, p.22), “a cidade é referência básica para a vida cotidiana da maior parte das pessoas. Como ponto de partida, pode-se compreender a cidade como uma aglomeração de pessoas e de objetos (casas, ruas, prédios)”. Entretanto, mais que essa simples localização “concentrada” ela é um modo de vida. Faz parte do estilo de vida contemporâneo e imprescindível na análise da cidade.

Arrais (2001) se refere a “imagens positivas” como exaltação dos aspectos bucólicos e monumentais da cidade, que remete a uma espécie de síntese que valoriza os aspectos agradáveis em detrimento de problemas como a violência, poluição, a ausência de áreas verdes, entre outros. Dessa forma, para analisar a imagem de uma cidade, é necessário que se faça uma espécie de geografia dos olhares. Essa imagem é construída nas representações individuais e coletivas, que, nunca apreendem a sua totalidade. Pensar essa totalidade a partir do lugar significa estabelecer ligações entre a cidade e o lugar, percebendo neste último as contradições da cidade. Segundo Ladrière (1979, p. 171), essa cidade, enquanto totalidade, “só pode aparecer-nos em um lugar não traçado no solo, em um lugar fora da visão perceptiva, invisível; é este lugar invisível que chamamos de imaginário”.

Esse conceito de cidade imaginária nos possibilita ampliar o entendimento dos lugares da cidade, permitindo perceber esses espaços como lugares que permitem estabelecer relações socioculturais junto aos atores sociais.

O direito à cidade, para Lefebvre (1991, p.108), “não pode ser concebido como um simples retorno de visita ou retorno às cidades tradicionais”. Mas,

deve ser reformulado como o direito à vida urbana, transformada, reelaborada, e também se constituir no direito de beneficiar-se da cidade enquanto obra. Direito “de construir e consumir o ambiente urbano, de frequentar suas praças, passeios públicos, ruas, parques etc.” (*ibidem*). É isso que se esconde atrás dos discursos e das imagens positivas, que, aparecem nos panfletos, anúncios, cartões-postais, como signos propagadores de um dado discurso (SILVA, 2008).

No turismo, a identificação da percepção dos visitantes com relação à imagem dos destinos turísticos permite tanto definir os turistas mais adequados aos referidos destinos, ou seja, aqueles mais fidelizáveis, como as necessárias adaptações dos destinos com o objetivo de satisfazer às necessidades desses. A relação entre a satisfação que o turista tem ao longo de sua experiência no destino turístico está diretamente relacionada com as expectativas geradas, o que faz com que seja fundamental que estas correspondam na maior medida possível com a realidade que o turista encontrará no destino (GÂNDARA, 2008).

2.1.2 Espaço Urbano, Espaço Público Turístico e Praça Turística

De acordo com Carlos, Souza & Sposito (2011), é possível dizer que o espaço urbano corresponde ao conjunto de diferentes usos da terra (serviços, lazer, cultura etc.). Nesse contexto, podemos definir o espaço público como

um território de livre acessibilidade, dotado de marcas e de signos, de uso comum dos cidadãos. Este espaço constitui a cidade em sua dimensão físicoespacial e sociocultural. O espaço público permite o direito de ir-e-vir total, isto é, a livre circulação, o lazer e recreação, a contemplação, entre outros (DENARDIN & SILVA, 2011, p. 5).

Por sua vez, de acordo com Boullón (2002), o espaço turístico é a consequência da presença e distribuição territorial dos atrativos turísticos. Ao mencionar praça e relacioná-la ao turismo, se deve ter em vista a articulação desempenhada entre espaço público urbano e espaço turístico, e é o trabalho, o cotidiano, a vida social que (re)produz a cidade enquanto espaço da vida urbana, constituindo a carga simbólica que dá a paisagem uma característica

particular, fazendo da cidade um espaço privilegiado para a proliferação de discursos e construção de imagens (SILVA, 2010).

Para Boullón (2002), os elementos do patrimônio turístico, somados aos empreendimentos e as infraestruturas turísticas, definem o espaço turístico em uma cidade. No entanto, sendo o espaço público urbano dotado de qualidades de espaço turístico, não é possível separá-los absolutamente. Então, consideraremos aí a configuração de espaços públicos turísticos, aqueles que não são destinados a um público específico, mas congrega o conjunto de elementos socioculturais e econômicos representativos de um destino e que lhe servem como atrativos.

Dessa forma, entendemos como Praças Turísticas aqueles espaços públicos da cidade que se destacam por possuírem elementos patrimoniais (naturais e/ou culturais) representativos das sociedades, e que estabelecem um significado social e econômico para seus frequentadores, refletido nas experiências de moradores e visitantes. Tendo qualidades de espaço turístico, uma praça turística se caracteriza pela presença de atrativos na sua área ou no entorno. O conjunto de elementos socioculturais e econômicos representativos do destino conferem à praça uma importância para a formação da imagem turística da cidade. Sendo um espaço público, a praça turística não é destinada apenas à frequência de visitantes, uma vez que suas formas de apropriação pela comunidade podem lhe servir como um elemento atrativo ao turismo.

Um problema enfrentado em muitas cidades é a falta de manutenção das praças. Algumas prefeituras desenvolvem ações visando manter as praças razoáveis para a utilização, mesmo com orçamentos reduzidos, já outras, não se preocupam, acreditando ser um espaço com pouca importância. Em muitos casos, a administração pública se aproveita na tentativa de chamar a atenção em final de mandato, e realizam reformas depois de anos de abandono (DENARDIN & SILVA, 2011).

Para essas autoras (*ibidem*, p. 6), a falta de usuários numa determinada praça está atrelada a falta de manutenção, e esta é responsável pela falta de investimentos públicos. O que faz o espaço público perder o seu significado, se tornando vulnerável aos agentes da transformação urbana. No nosso

entendimento, a falta de investimentos não é apenas consequência ou reflexo da falta de manutenção e de frequência em um espaço público, mas, principalmente, um importante fator.

Pensando em investimentos com objetivos a contribuir, principalmente, com a atividade turística, “a paisagem urbana se torna uma ferramenta de *marketing* que contribui para aumentar a qualidade do ambiente urbano, criar lugares bonitos e seguros e promover a imagem local em escala global” (CARMONA *et al.*, 2003).

Ferrara (1988) destaca a percepção do espaço urbano, que, se constitui em uma prática cultural que resulta compreensões baseadas no uso e na imagem da cidade. Trabalhando com o conceito de “legibilidade” do ambiente urbano, Lynch (1999) entende que uma cidade só é “legível” se puder ser “imaginável”. Ou seja, é necessário que haja clareza física na sua imagem. Para ele, existem cinco elementos da cidade que podem ser percebidos pelos seus usuários: os caminhos, os pontos nodais, os bairros, os limites e os marcos. Adaptando estes elementos ao turismo, Boullón (2002) aponta-os como: logradouros, marcos, bairros, setores, bordas e roteiros.

Considerando e detalhando alguns dos elementos identificados nos estudos de Lynch (1999) e Boullón (2002), Lamas (2000) trabalha ainda com os elementos morfológicos do espaço urbano, e Cullen (1971) com a sua análise visual. Para Lamas (2000), entre os elementos morfológicos do espaço urbano estão: o solo, os edifícios, o lote, o quarteirão, a fachada, o logradouro, o traçado e a rua, a praça, o monumento, a árvore e a vegetação, e também, o mobiliário urbano.

Para Lynch (1999), a imagem é o resultado de um processo bilateral entre o observador e o meio. O meio ambiente sugere distinções e relações, e o observador, com adaptações correspondentes aos seus objetivos, seleciona, organiza e representa aquilo que vê. Essas adaptações estão relacionadas aos filtros individuais, destacados por Kozel (2005), como tratado anteriormente.

Correspondendo ao que Lynch (1999) apresenta como caminhos e pontos nodais, Boullón (2002) qualifica como logradouros. Trata-se de espaços abertos ou cobertos, de uso público, onde moradores e visitantes podem

usufruir de todas as suas qualidades. Como exemplos, podemos citar: um parque, um zoológico, um centro histórico, uma praça. O que distingue caminhos dos pontos nodais é que estes últimos transmitem a ideia de rede, tendo natureza de conexão, como, por exemplo, um cruzamento de ruas ou uma esquina, características relacionadas às praças.

Para Lamas (2000), o elemento rua destaca-se pela sua função de deslocamento, percurso e mobilidade de bens, pessoas e ideias. A rua existe nos vários níveis ou escalas da forma urbana, desde a rua pedonal até a travessa, avenida ou via rápida. Ele aponta a praça como:

O lugar intencional do encontro, da permanência, dos acontecimentos, de práticas sociais, de manifestações de vida urbana e comunitária e de prestígio, e, conseqüentemente, de funções estruturantes e arquiteturas significativas (LAMAS, 2000, p. 102).

No estudo de Oba (1998, p. 7), os marcos referenciais urbanos são caracterizados como: monumentos, construções, espaços ou conjuntos urbanos com forte conotação de “lugar”, apreendidos por uma grande parcela da população que vê neles uma referência física, cultural, histórica ou psicológica relevante para a construção do seu espaço existencial. No conjunto, eles formam os elementos demarcadores perceptíveis do espaço urbano e sobre os quais se referencia a totalidade construída para o restabelecimento de uma estrutura compreensível e significativa.

Cullen (1971) propõe a visão serial como uma metodologia de análise da paisagem e ilustra, assim, a maneira complexa e fragmentada pela qual os espaços arquitetônicos e urbanos se revelam ao nosso olhar. Dessa forma, a visão serial é a maneira como percebemos visualmente um ambiente, considerando nossos deslocamentos no espaço, e o objetivo dessa proposta metodológica é explorar o drama e os efeitos emocionais sentidos a partir de nossa experiência visual dos conjuntos edificados.

O procedimento proposto por Cullen (1971) se estabelece sobre três categorias: Ótica, Lugar, e Conteúdo. A “ótica” considera as reações a partir de nossas experiências meramente visuais e estéticas dos percursos, conjuntos, espaços, edificações, detalhes etc. O “lugar” está relacionado com a nossa posição em relação a um conjunto de elementos que conformam nosso

ambiente mais imediato. E, o “conteúdo” refere-se a conjuntos de significados percebidos durante as experiências sobre os espaços. Nesse caso, o conjunto de elementos que individualiza determinada praça (qualidade estética da área, condição ecológica, estilo do seu desenho arquitetônico ou do mobiliário instalado, tipos de marcos referenciais etc).

Partindo dessa análise, considerando a atividade turística, vale dizer que o marco significativo para um morador de determinada localidade nem sempre implica em marcos motivadores de fluxos de visitantes. Segundo estudo desenvolvido por Boullón (2002), os marcos “gerais” são, geralmente, mais perceptíveis pelos turistas. Enquanto que os marcos “locais”, que refletem o estudo dos elementos de Lynch (1999), se referem ao observador enquanto morador de certa localidade. Ou seja, os marcos “gerais” de Boullón (2002) dizem respeito à capacidade de visualização e reconhecimento da paisagem na perspectiva do observador-turista. Enquanto que, os marcos locais, correspondem ao reconhecimento do morador, e, quando também não se constituem em atrativos turísticos, podem servir de referência espacial para situar os visitantes em uma cidade.

Nesse sentido, nota-se que a praça é um lugar de frequência, pois está associada à noção de nós e canais (LYNCH, 1999), de marcos referenciais urbanos (LYNCH, 1999; LAMAS, 2000), e de apropriação e pertencimento, pois também possui elementos que a qualifica como território e como lugar (SANTOS, 1996; TUAN, 1983). Logo, ela é constantemente revestida de símbolos sociais, políticos, econômicos e culturais.

A noção de eixos de conexão é considerada por Magnani (2002), sob a terminologia “trajeto”, aplicando-se a fluxos recorrentes no espaço mais abrangente da cidade e no interior das manchas urbanas. Para esse autor, a extensão do espaço urbano, e a sua diversidade, demandam deslocamentos. “Na paisagem mais ampla e diversificada da cidade, trajetos ligam equipamentos, pontos, manchas, complementares ou alternativos” (Ibidem, p. 23).

Em integração ao que se discute em relação às representações urbano-turísticas, empregaram-se as categorias de análise referentes ao espaço

urbano. Para tal aplicaram-se as perspectivas que os seguintes autores discutem em suas obras: Lynch (1999); Boullón (2002); Lamas (2004); Magnani (2002) e Cullen (1983); apresentadas no Quadro 1.

QUADRO 1 - CATEGORIAS DE ANÁLISE DO ESPAÇO URBANO-TURÍSTICO

Representação Urbano-Turística	Categorias	Conceitos
Urbana	Trajetos / Vias (Caminhos)	Canais de circulação de bens pessoas e ideias, sendo utilizado pelos usuários habitual, ocasional ou potencialmente, podem ser considerados um elemento de unificação e coesão dentro do espaço urbano.
	Bairros	São regiões/seções médias ou grandes de uma cidade, onde o usuário pode se deslocar.
	Limites	Elementos lineares que impedem o acesso físico dos usuários podem ser observados como um limite entre duas partes de uma cidade, ou seja, como um elemento fronteiro. Como exemplo, tem-se gradeamento, fosso, arbustos e desníveis.
	Sinalização urbana e turística	Orientação dos usuários (cidadãos), direcionando-os e auxiliando-os a atingir o destino pretendido.
	Mobiliário urbano	Conjunto de objetos e dispositivos públicos ou privados para instalar no espaço público.
Natureza	Parques	As estruturas verdes constituem elementos identificáveis na estrutura urbana. Caracterizam a imagem da cidade, têm individualidade própria, desempenham funções precisas, são elementos de composição e do desenho urbano, servem para organizar, definir e conter espaços.
	Passeios Públicos e Jardins	
	Praças	
	Ruas Arborizadas	
Histórico-Cultural	Marcos	Possuem uma forte conotação de 'lugar', apreendidos por uma grande parcela da população que vê neles uma referência física, cultural, histórica ou psicológica para a construção do espaço.
	Pontos Nodais e Pontos Focais	Focos intensivos para os quais ou a partir dos quais o indivíduo se locomove, são foco e síntese de um bairro, ponto de encontro por todos aceito.
	Logradouros	Espaços abertos ou cobertos de uso público, em que o cidadão pode entrar e que pode percorrer livremente.
	Recintos	Objetivo de circulação, local para onde o tráfego conduz o cidadão; sendo que provoca a sensação de identificação no indivíduo.
	Monumentos	Construção, obra de arquitetura destinada a transmitir à posteridade a recordação de um grande homem ou feito.
	Fachadas	Diferenciação entre as construções ao longo do tempo.
Entretenimento	Lazer e Recreação	Consegue cativar a audiência mediante a estimulação sensorial, podendo causar uma resposta emocional a essa audiência, empregando, conseqüentemente, ações intencionais, como exibição de filmes, shows, peças, restaurantes, bares, casas noturnas, entre outros.
	Compras	
	Gastronomia	
	Roteiros Urbano-Turísticos	

Fonte: Adaptado de Manosso (2015), com base em Lynch (1999); Boullón (2002); Lamas (2004); Magnani (2002) e, Cullen (1983).

A cidade é um organismo vivo e o que melhor representa essa vitalidade são seus espaços públicos, ou seja, parques, praças, logradouros, entre outros. Esses espaços públicos procedem da necessidade de contato, comunicação, relação e troca entre as pessoas. Os estudos a respeito da percepção e da representação do espaço buscam reconhecer essa relação, e são formas de expressão do espaço por meio do entendimento das experiências e vivências nele realizadas (PEDRON, 2013; RECHIA, 2003; TUAN, 1980).

2.1.3 Aspecto sociocultural e dimensão simbólica das praças

Pensar a cidade como espaço sociocultural é o pressuposto fundamental para uma cidade capaz de desenvolver um turismo sustentável aliado às práticas de valorização do patrimônio cultural e/ou natural, uma cidade que possibilite ações tendo em vista o bem comum, que se perceba como espaço educador. Bachelard (1996) explica como é importante a abordagem dada a determinado assunto, pois o modo como é tratado pode significar o avanço científico ou o surgimento/ampliação de um obstáculo para outros, que veem com imensa individualidade aquilo que lhes é ensinado.

A importância do esforço de definir o espaço objeto da Geografia corresponde à necessidade de se analisar algumas de suas dimensões, buscando interpretar os ordenamentos que resultam e integram a dinâmica do mundo social (CASTRO; GOMES & CORRÊA, 2012). De acordo com esses autores, espaço material e simbólico são formas-conteúdos do encontro de pares opostos, mas sempre em interação, como razão e emoção (SANTOS, 1996), a norma legal e o costume (GOMES, 1996), o arcaico e o moderno (GARCÍA CANCLINI, 2007).

Há uma forte relação entre os objetos simbólicos associados a diversas formas de manifestação e o deslocamento das pessoas, e essa relação vincula os locais por onde o deslocamento se realiza. Desse modo, esses lugares são considerados portadores de significados que priorizam a circulação e frequência das pessoas, que, por outro lado, valorizam os locais por onde

passam, mesmo que isso se verifique esporadicamente (CORRÊA, 2012; GASTAL & SILVA, 2015).

Como já foi discutido, o espaço público é um lugar onde se efetua uma participação ativa sujeita a normas e instituições. E, considerando esse hibridismo, política, cultura, ambiente e economia são eixos que estabelecem linhas para uma leitura do espaço.

Na concepção de Tuan (1983), todas as cidades contêm algum tipo de símbolos públicos que concentram e impõem os ideais de poder e glória. Em uma metrópole moderna o símbolo pode ser uma grande avenida ou praça, ou um monumento que capte a história e a identidade da cidade. Nesse sentido, apontamos a praça como um lugar simbólico para os habitantes de uma cidade. Um lugar que congrega múltiplas funções, tais como estéticas, sociais, psicológicas, econômicas e, educativas; que pode servir de meros encontros, simples repouso, um espaço estratégico que concentra ruas e símbolos culturais eleitos pela sociedade, e por isso, um lugar que transmite a história cotidiana de uma comunidade.

A cidade passa a ser uma representação da condição humana, na qual o espaço transmite informações particulares a um grupo, por corresponder ao mesmo em identidade, possibilitando a este, uma qualidade de vida em torno da noção de pertencimento. Essa noção de propriedade atribui sentido de território ao espaço, que, sendo percebido e representado, se atribui sentido de paisagem. Logo, somados à noção de identidade e pertencimento, do lugar, das pessoas, contempla as características das dimensões do espaço geográfico.

As praças urbanas, como espaços públicos, “são fundamentais para a qualidade de vida de uma cidade, pois permitem inter-relações entre as pessoas, conseqüentemente entre moradores e visitantes”. A praça exerce um grande papel na formação da imagem turística, favorecendo o aproveitamento por moradores e visitantes (DENARDIN & SILVA, 2011).

Partindo desse ponto de vista, o espaço público constitui a cidade nas suas dimensões física e cultural, e, com o passar do tempo, vem ampliando as suas possibilidades de apropriação e formas de apresentação. A praça como

espaço público se caracteriza por apresentar referências à cidade, ao modo de vida da população, através de elementos que servirão como símbolos que guiarão a vida em sociedade no tempo e no espaço.

A praça passa a ser estruturada dentro de um contexto mais amplo: o de um espaço que abarca um conjunto composto por vias, passeios e edificações. Ela já não é um elemento aleatório e isolado na trama urbana: ela compõe, interage, harmoniza o ambiente circundante (DE ANGELIS, DE ANGELIS NETO, 2000). O significado de uma praça, não diferentemente, também se amplia, e vai depender do sujeito que a percebe.

Esses vários significados, criados e recriados pelos distintos grupos constituem a construção do que os membros do Centre for Contemporary Cultural Studies, da Universidade de Birmingham, consideraram como “mapas de significados”, durante a década de 1970 (JACKSON, 1989). Essa metáfora sugere que a superfície terrestre está recoberta por diversos mapas simbólicos, os quais ora se superpõem no todo ou em parte e, na maioria dos casos, se justapõem. Esses mapas descrevem a diferenciação espacial dos significados, tendo como suporte teórico o entendimento da cultura como os significados criados e recriados no âmbito da prática de diferentes grupos culturais e sua dinâmica (CORRÊA *in* CASTRO *et. al.*, 2012).

Com o passar do tempo, algumas praças passam a despertar o interesse de grupos interessados em conhecer as suas qualidades, e, desenvolver experiências que refletirão no modo como esses espaços são percebidos. Buscando corresponder a este interesse, espaços públicos passam a ser planejados nas cidades, com uma infraestrutura adequada para permitir o desenvolvimento de atividades de lazer e entretenimento.

Moradores e turistas atribuem diferentes significados à praça. As histórias de vida, as experiências e a intensidade no envolvimento dos usuários influenciam o significado do lugar. De acordo com ZAKARIYA *et al.* (2015), os visitantes locais têm um envolvimento mais longo e mais profundo com a praça porque a ocupam como parte de suas atividades diárias ou semanais. Por outro lado, os turistas só habitam a praça momentânea e transitoriamente como parte das atividades turísticas.

2.2 A qualidade das experiências nas praças turísticas

Cosgrove (1979) salienta a experiência que se pode ter da paisagem, possibilitando a criação de significados. Para esse autor, a paisagem não é apenas morfologia, mas insere-se também no mundo dos significados, estando impregnada de simbolismo. Tais argumentos, no entanto, não desconsideram a dimensão física, uma vez que ela tem seu efeito psicológico sobre nós (CARMONA *et al.*, 2003) e pode influenciar a nossa relação com o espaço.

A qualidade das experiências se baseia em respostas em relação a expectativas criadas a partir de uma imagem transmitida. Essas respostas irão dimensionar o grau de satisfação com a visita, e se basearão em emoções e opiniões estimuladas durante a experiência. Sobre essa qualidade das experiências, Veijola e Jokinen (1994) definem turistas como atores sociais dinâmicos, que interpretam e vivenciam experiências, ao mesmo tempo em que possibilitam a criação de novas realidades.

Como foi discutido, o espaço público pode ser definido com um território de livre acesso, dotado de marcas e de signos, de uso comum das pessoas. O espaço urbano se caracteriza como um território sociocultural, fazendo referência à cidade, à organização política e econômica e ao modo de vida da população (DENARDIN & SILVA, 2011). Segundo essas autoras, o espaço público permite o direito de livre circulação, o lazer e recreação, o reconhecimento e o senso de pertencimento, a contemplação, entre outros, ao mesmo tempo em que se estabelece regras padronizadas. A partir desses elementos, discutiremos a seguir as significações e funções das praças, e sobre as praças como espaços públicos de experiências turísticas.

2.2.1 Significações das praças

O estudo das significações das praças encontra em diversos autores (MATAS COLOM *et al.*, 1983; DE ANGELIS NETO, BARROS & BARROS, 2005) trabalhos desenvolvidos, que, dentre eles, é possível classificar as praças de acordo as funções que desempenham. De acordo com sua

significação, classificaremos as praças em quatro categorias: praça de significação simbólica, de significação visual, de circulação e recreativa.

Nesse sentido, nota-se que a praça é um lugar de frequência, pois está associada à noção de nós e canais (LYNCH, 1999), de marcos referenciais urbanos (LYNCH, 1999; LAMAS, 2000), e de apropriação e pertencimento, pois também possui elementos que a qualificam como território e como lugar (SANTOS, 1996; TUAN, 1983). Como já foi afirmado, ela é constantemente revestida de símbolos sociais, políticos, econômicos e culturais.

A praça com significação visual é aquela que não se resume apenas em si, mas por algum monumento ou edificação que a ela está vinculada. A praça com significação de circulação é aquela que, devido à sua localização, converte-se em um lugar de passagem obrigatória de veículos e/ou pedestres. Por fim, a praça com significação recreativa é aquela que se reconhece pelo desenvolvimento de atividades de entretenimento, passeio, repouso ou encontro (MATAS COLOM *et al.*, 1983).

O Quadro 2 apresenta, de maneira simplificada, as significações das praças:

QUADRO 2 – DEFINIÇÕES DAS SIGNIFICAÇÕES DAS PRAÇAS URBANAS

Visual	Relacionada a elementos estéticos pertencentes à área da praça ou ao seu entorno
Simbólica	Possui grande destaque na cidade, sendo revestida de símbolos sociais, políticos, econômicos e culturais
Circulação	Favorecida pela sua localização, a praça passa a ser um local de passagem obrigatória
Recreativa	Reconhecida pelo desenvolvimento de atividades de entretenimento, passeio, repouso ou encontro

Fonte: Adaptado de Lamas (2000); Lynch (1999); Matas Colom *et al.* (1983).

Contudo, pensamos que, quase sempre, uma praça apresenta várias funções para seus usuários (moradores e visitantes), a depender do que os motiva, podendo se enquadrar nas várias significações apresentadas. No entanto, é comum uma determinada função ganhar relevância. Associando ao

Turismo, Hayllar e Griffin (2005) desenvolvem uma definição para áreas funcionais turísticas:

uma área geográfica dentro de uma área urbana mais ampla, caracterizada por uma concentração de usos do solo dedicados ao turista, atividades e visitação, com fronteiras bastante definidas. Essas áreas funcionais geralmente possuem um caráter distinto em virtude de sua mistura de atividades e do uso da terra, tais como restaurantes, atrações e vida noturna, seu tecido físico ou arquitetônico, especialmente o domínio de edifícios históricos, ou sua conexão a um grupo cultural ou étnico particular dentro da cidade. Essas características também existem em combinação (HAYLLAR & GRIFFIN, 2005, p. 517).

De acordo com Hayllar *et al.* (2011), essas significações se aplicam em dependência ao enfoque em um conjunto específico de práticas de uso territorial em dado espaço. Com isso, é possível argumentar que áreas funcionais turísticas com características superficialmente opostas demandam uma avaliação das atividades turísticas que elas desempenham, além das qualidades e atributos que possuem e que permitem a realização das atividades.

A diversidade de atividades possíveis demonstra uma perspectiva funcional das praças. Nas áreas urbanas, as praças geralmente se destacam numa das seguintes funções: ecológica, estética, psicológica e simbólica (DE ANGELIS, DE ANGELIS NETO, BARROS & BARROS, 2005).

2.2.2 Funções das praças

Com base nos argumentos já apresentados a respeito das significações das praças, do mesmo modo, presumimos que a maior parte das praças seja capaz de desempenhar múltiplas funções e, conseqüentemente, constituir híbridos das significações e funções apresentadas. Nesta seção, serão discutidas as funções desempenhadas pelas praças.

A função ecológica das praças, que ultrapassa a noção de ambiente natural, não se deve apenas ao fato da presença de vegetação, de solo permeável, mas, além disso, a capacidade em proporcionar melhorias no clima da cidade e, sobretudo, na qualidade de vida de seus habitantes. Como exemplo de melhorias, podemos citar a qualidade do clima, do ar, da água, do

solo, e, numa noção social do que seria ecológico, a capacidade do espaço em contemplar os desejos e necessidades do público. Esse sentido marca a aproximação da função simbólica, que, também está intimamente relacionada com a possibilidade de lazer e recreação que essas áreas oferecem à população (DE ANGELIS, DE ANGELIS NETO, BARROS & BARROS, 2005).

A função estética diz respeito à diversificação da paisagem construída e o embelezamento da cidade, está diretamente ligada a significação visual. Com relação a este aspecto deve ser ressaltada a importância da vegetação e do mobiliário urbano (SOUZA & GÂNDARA, 2013).

A função psicológica, por sua vez, ocorre quando essas áreas proporcionam um relaxamento e repouso para as pessoas em contato com seus elementos. Este aspecto está relacionado com o exercício do lazer e da recreação nesses espaços (DE ANGELIS, DE ANGELIS NETO, BARROS & BARROS, 2005; FERRARA, 1993).

O Quadro 3 apresenta, de maneira simplificada, as definições das funções das praças:

QUADRO 3 – DEFINIÇÕES DAS FUNÇÕES DAS PRAÇAS URBANAS

Ecológica	Capacidade em proporcionar melhorias no clima da cidade e na qualidade de vida de seus habitantes
Estética	Relacionada com a diversificação da paisagem construída e o embelezamento da cidade, ressaltando a importância da vegetação e do mobiliário urbano
Psicológica	Relacionada com o exercício do lazer e da recreação nas praças. Proporcionam um relaxamento e repouso para as pessoas em contato com seus elementos
Simbólica	Papel de referência e interação. Também compreende as demais funções

Fonte: Adaptado de De Angelis; De Angelis Neto; Barros & Barros (2005).

Ao pensar no papel de um elemento que compõe, interage, referencia e harmoniza o ambiente circundante, se percebe que a praça adquire uma conotação simbólica, onde o observador/usuário a apreende na memória

enquanto ponto de referência. Nesse sentido, a função simbólica das praças pode englobar todas essas funções aqui elencadas.

[...] a praça é um símbolo à medida que permite, dentro do seu espaço, a emoção perpassar pela sua imagem e, na biografia do seu usuário, uma energia fluir dessa imagem que se fixou por ter sido parte da sua vida. É um símbolo cultural, alimentado pelo universo simbólico daquele indivíduo que teve toda sua condição de vida impregnada no cotidiano (GOMES, 1997, p. 16).

Assim como pode haver praças, em diferentes cidades, que apresentam funções equivalentes, também pode haver nas cidades áreas que desempenham diferentes funcionalidades, ou não compartilham características. Do mesmo modo, se pensarmos no público que frequenta esses espaços, moradores e visitantes, também reconheceremos nestes semelhanças e diferenças (perfil do visitante, motivação para a visita etc.).

2.2.3 A experiência turística

Este trabalho também tem por base os conceitos propostos por Pine e Gilmore (1999), que iniciaram os estudos sobre economia da experiência, cuja importância é dada à promoção e venda de emoções e experiências únicas. Essa tendência, oriunda da ciência econômica, tem se difundido em diferentes atividades, como o Turismo e o comércio eletrônico, oportunizando a promoção, a vivência e o compartilhamento de experiências memoráveis.

Dessa forma, essa teoria vem sendo aplicada como uma estratégia para planejar destinos turísticos competitivos (GÂNDARA, J. M. G., MENDES, J., MOITAL, M., RIBEIRO, F. N. S. & GOULART, L. A., 2012; HORODYSKI, MANOSSO & GÂNDARA, 2014). Pine e Gilmore (1999) propõem quatro dimensões da experiência de consumo, as quais se pode relacionar com a experiência de visita às praças. São elas: entretenimento, aprendizagem, contemplação e evasão.

No turismo, a experiência também é uma vivência pessoal que interfere no cotidiano do sujeito, reflexo de aspectos tangíveis e intangíveis que, em diferentes graus, impactam e sofrem impacto de acontecimentos únicos e memoráveis gerando emoções, encantamento, histórias, sonhos e vivências

que são utilizados para, entreter, fascinar e cativar o turista, resultando em conhecimento e valores (GÂNDARA, SILVA, VIANA & CARVALHO, 2011, p.7).

Todas essas dimensões devem ser consideradas quando se trata da importância da experiência memorável do visitante. Para uma melhor compreensão do significado de cada uma delas, se apresenta o Quadro 4:

QUADRO 4 – SIGNIFICADO DAS DIMENSÕES DA EXPERIÊNCIA

Contemplação	A dimensão contemplação envolve aqueles elementos que fazem com que o indivíduo tome a decisão de entrar em um local e permanecer ali. A chave é a criação de um ambiente convidativo, interessante e confortável, no qual o indivíduo sintá-se a vontade para estar.
Evasão	A dimensão evasão diz respeito à capacidade de fazer com que o visitante fique imerso nas atividades que lhe são propostas. O foco deve residir, portanto, em propor atividades e situações que permitam a sua participação ativa durante toda a experiência.
Aprendizagem	A dimensão aprendizagem é por natureza essencialmente ativa. Aprender algo requer total participação do sujeito envolvido e é preciso que se decidam quais informações deseja que o visitante absorva, ou, ainda, quais habilidades deseja que o mesmo exercite durante sua experiência de consumo. Envolve tanto a perspectiva sensorial quanto intelectual.
Entretenimento	A dimensão entretenimento é um aspecto mais passivo da experiência, pois designa um estado de resposta (satisfação, riso, relaxamento) aos elementos que lhe são apresentados. Por consequência, a chave para o desenvolvimento adequado desta dimensão é potencializar a absorção positiva da experiência proporcionada, torná-la mais divertida e apreciada.

Fonte: Horodyski, G. S., Manosso, F. C., Gândara, J. M. G. (2014), com base em Pine e Gilmore (1999).

As experiências turísticas são facilitadas ou mediadas por uma série de fatores (JENNINGS & WEILER, 2006) e pesquisas recentes salientam a forma como as tecnologias mediam e influenciam as experiências turísticas durante diferentes fases da experiência turística (GRETZEL; FESENMAIER & O'LEARY, 2006). Além de analisar como as tecnologias melhoram a comunicação através de mediadores tradicionais (BUHALIS & LAW, 2008).

Estudos apontam que a emoção e a memória são importantes para a experiência turística. Bagnal (1998; 2003) se baseia no trabalho de Campbell (1987), mostrando como as emoções forjam vínculos fundamentais entre as imagens mentais e o ambiente físico. O estudo mostra como os visitantes usam suas recordações e histórias de vida para aprimorar suas experiências.

Rojek e Urry (1997, p. 14) também demonstram a importância das recordações ao argumentarem que a presença dos objetos, o comportamento e a vivência do sujeito durante uma visita, tem o efeito de despertar sonhos que funcionam como pontes entre o passado e o presente. O papel ativo do turista também é enfatizado por Crouch (2000, p. 96), que argumenta que o turista “imagina, brinca com lugares e seu conteúdo, remontando-os figurativamente, segundo suas próprias regras”.

2.2.4 As praças como espaços públicos de experiências turísticas

De acordo com Tuan (1983), experiência é um termo que abrange as diferentes maneiras através das quais uma pessoa conhece e constrói a realidade. Estas maneiras variam desde os sentidos mais diretos e passivos como o olfato, paladar e tato, até a percepção visual ativa e a maneira indireta de simbolização. Para o autor, experiência é constituída de sentimento e pensamento.

Para o autor (*ibidem*), essa experiência não se refere aquela que tem conotação de passividade e sim a que implica a capacidade de aprender a partir da própria vivência, atuar sobre o dado (desconhecido em essência) e criar a partir dele (realidade da experiência, criação de sentimento e pensamento).

A partir da necessidade de se proporcionar elementos atrativos aos visitantes, são planejados espaços com infraestruturas adequadas, que permitam o desenvolvimento de atividades de lazer e entretenimento. Bens e serviços de qualidade aliados à presença de atrativos turísticos e de empreendimentos contemplam a definição de espaço turístico (BOULLÓN, 2002; DENARDIN & SILVA, 2011).

Determinada praça, como tratamos, pode desempenhar diversas funções, que, geralmente se apresentam a diversos visitantes, de forma simultânea. Sendo assim,

uma deficiência de desempenho em uma função específica pode ser sentida apenas por um tipo particular de turista. Já para outros tipos, o desempenho pode corresponder às expectativas e proporcionar uma experiência bastante satisfatória (GRIFFIN *et al.*, 2011).

Partindo dessa análise, as praças precisam desempenhar ao menos algumas funções de maneira eficiente, e serem capazes de atrair moradores e visitantes, oferecendo experiências positivas e memoráveis.

A possibilidade que essas áreas oferecem como ambiente para o desenvolvimento de atividades formais e informais programas de educação ambiental e educação patrimonial, está imensamente relacionada com a função aprendizagem. Nesse ponto, a função ecológica também se aproxima, como forma e conteúdo.

Essa experiência poderá ser avaliada mediante avaliações que apresentem comentários e registros fotográficos, selecionadas e agrupadas de acordo com a significação das praças, propostas por Matas Colom *et al.* (1983) e De Angelis *et al.* (2004), e relacionadas com as dimensões da experiência, proposta por Pine e Gilmore (1999), como mostra o Quadro 5.

QUADRO 5 – CLASSIFICAÇÃO DE PRAÇAS A PARTIR DE SUAS SIGNIFICAÇÕES

SIGNIFICAÇÃO DAS PRAÇAS	FUNÇÕES DAS PRAÇAS	DIMENSÕES DA EXPERIÊNCIA
Visual	Estética / Simbólica / Ecológica	Contemplação / Aprendizagem / Evasão
Simbólica	Simbólica / Psicológica	Evasão / Aprendizagem
Recreativa	Ecológica / Psicológica	Entretenimento / Evasão
Circulação	Estética / Simbólica	Entretenimento / Contemplação

Fonte: Elaboração do autor (2016), com base em Matas Colom *et al.* (1983); Pine e Gilmore (1999); De Angelis, De Angelis Neto, Barros & Barros (2005).

A qualidade da experiência turística está centrada nas histórias e experiências vivenciadas, que podem ser estimuladas no âmbito emocional, físico, intelectual e espiritual. A escolha dessas praças também buscou identificar elementos socioculturais, ambientais e econômicos, estabelecendo contribuições no sentido de propor melhorias nos espaços públicos em estudo, favorecendo o planejamento e gestão das praças para a prática do turismo.

(FEIBER, 2004; BIZINELLI; MANOSSO; GÂNDARA & VALDUGA, 2013; GÂNDARA; MENDES; MOITAL; RIBEIRO & GOULART, 2012).

A praça, então, pode se constituir em um espaço privilegiado para o planejamento e prática de experiências positivas possíveis de ser vivenciadas pelos próprios moradores da cidade e por seus visitantes. Isso se justifica quando analisamos as funções desempenhadas pelas praças, conforme foi discutido anteriormente.

Nas cidades, as praças evocam a noção de centralidade urbana, e, no espaço urbano, os destinos também configuram estruturas sociais, culturais etc. Essa centralidade desempenhada pelas praças pode ser traduzida como local de encontro, local onde fatos importantes ocorreram no passado, ocorrem e inspiram o presente da cidade. De acordo com Robba e Macedo (2003), o caráter de espaço centralizador é dado pela articulação dos diferentes usos da praça, que cria novos modos de apropriação desses espaços, alterando a sua configuração.

A praça se constitui num espaço público que, além de atuar como agente físico que harmoniza o ambiente circundante, é também um elemento que referencia a paisagem e possibilita a seus usuários a realização de diversas atividades. Deste modo, com o passar do tempo, a praça adquire uma conotação simbólica que seu observador/usuário retém na memória enquanto ponto de referência de seu presente e de seu passado (GOMES, 1997; DE ANGELIS, 2000; SERPA, 2011; VALLS *et al.*, 2006).

Adquirir centralidade, como tratamos anteriormente (ROBBA & MACEDO, 2003), também é característica comum aos destinos e às praças. Como espaço público de experiências turísticas, o destino também “deve ser um território que os viajantes tomem como objetivo de visita” (VALLS *et al.*, 2006, p. 15). Ademais, “a partir dos recursos disponíveis e valorizados, o destino deve apresentar uma oferta estruturada a serviço de determinadas satisfações dos clientes” (*Ibidem*, p. 16).

Apesar do cenário de um espaço público ser de grande importância para a experiência, suas interpretações e representações variam consideravelmente entre diferentes moradores e visitantes. Pesquisadores como Crang (1997), em

seu estudo sobre fotografias de turistas, também argumentam que não se deve separar as experiências e representações no turismo em dois grupos distintos (moradores e visitantes).

É importante reconhecer que algumas informações podem ser contraditórias (depoimentos controversos contidos nas avaliações de um mesmo atrativo), sobre algum atrativo. O ato da visita ao espaço público pode ser coletivo, porém, como já foi discutido, a percepção é individual. O conceito de “acúmulo de conhecimento”, proposto por Schutz (1973), se faz pertinente para compreender as experiências compartilhadas em áreas turísticas urbanas. “Os turistas vivenciam um destino turístico em parte individualmente, e em parte por meio da partilha de conhecimento comum a culturas e grupos sociais específicos (HAYLLAR *et al.*, 2011).

O turismo tem um papel fundamental na (con)formação das características espaciais das cidades, sobretudo no melhor atendimento às demandas dos visitantes (THORNS, 2002). O olhar do turista (URRY, 1990) é parcialmente estruturado pelas representações produzidas pelo setor turístico (materiais promocionais, mapas e guias turísticos). Pritchard e Morgan (2001) apontam como a imagem “orienta e influencia expectativas, e dessa forma fornece ao turista um cenário preconcebido para ele desvelar” (WEIGHTMAN, 1987, p. 230, *apud* PRITCHARD & MORGAN, 2001, p. 168).

Alguns autores concentram suas análises em conceitos que incorporam mediadores surgidos com o avanço tecnológico, como conectividade (GRETZEL, 2010; GERMANN MOLZ, 2012; PEARCE & GRETZEL, 2012; WHITE & WHITE, 2007), mobilidade (JANSSON, 2007; LARSEN; URRY & AXHAUSEN, 2007; HANNAM; BUTLER & PARIS, 2014), e criatividade (GRETZEL & JAMAL, 2009). Esses conceitos se relacionam quando analisamos depoimentos e imagens registradas por visitantes, relacionados com a experiência vivenciada em determinado espaço público.

2.3 A sustentabilidade das praças

Entre os diferentes tipos de espaços públicos urbanos, a praça sempre desempenhou um papel central através da história das sociedades e da vida urbana. De certo modo, a praça se destaca por ser um espaço projetado para todos os públicos, pessoas de diferentes níveis sociais e de renda. Dessa forma, para entender como uma praça poderia servir a vida urbana de maneira eficiente, e melhorar a qualidade de vida da população, Homa Javadi (2016) considera o conceito de praças sustentáveis.

No turismo, o conceito de sustentabilidade, através dos discursos de desenvolvimento sustentável, é muito difundido no campo teórico, mas ainda carece de aplicação prática. Para tanto, retomamos o conceito de sustentabilidade como o modelo que aponta possibilidades de desenvolvimento no presente, suprimindo necessidades das gerações atuais, sem comprometer a possibilidade das gerações futuras. É uma definição que indica um processo contínuo, baseado nos seguintes pilares: qualidade ambiental, aspectos socioculturais e competitividade econômica (BELLEN, 2006; BUTLER, 2004; SOUZA & GANDARA, 2013).

Nesse sentido, tratando de praças, é necessário investigar como uma praça urbana pode ser sustentável. Para entender esta possibilidade, apontamos esta também como uma resultante, um reflexo do entendimento de como esses espaços podem atender a sustentabilidade das comunidades. Essa proposição se baseia nos atributos que contribuem para a melhoria da qualidade de vida da população.

Nos últimos anos, problemas ambientais em todo o mundo exigem novas abordagens e planos para a implementação de uma consciência ambiental, que deve estar materializada no comportamento das pessoas. Considerando os elementos apontados por Javadi (2016), as praças urbanas são avaliadas considerando fatores físicos, ambientais, socioculturais e econômicos.

Ao investigar sobre o espaço público e sua dinâmica, o pesquisador necessita ter um olhar fluido, um olhar que movimenta-se de forma constante,

que seja tão acelerado quanto o ritmo do ambiente. Ademais, os espaços públicos apresentam uma multiplicidade de estímulos para o usuário e o pesquisador: estímulos visuais, tácteis, olfativos, sonoros, etc., que acaba proporcionando um olhar disperso (URIARTE, 2013).

Desse modo, a praça como espaço interacional (GEHL & GEMZOE, 2001) deve atender a alguns requisitos e aspectos físicos. Aspectos físicos incluem instalações e facilidades que tornam a praça um lugar de relaxamento e alegria, e uma plataforma para atividades sociais, econômicas e políticas. Para Carmona *et al.* (2003), o aspecto físico exerce um impulso psicológico sobre as pessoas, podendo incentivar ou desencorajar a criação de uma relação com o espaço.

Nesse sentido, a qualidade do espaço é um dos fatores que definirá fluxos de visitantes, ou ainda, se as pessoas frequentarão ou não determinada área. Ferrara (1993) explica isso através do processo de associação e significação do espaço com base em valores e experiências vividas pelos indivíduos, o que caracteriza a percepção que avalia se um espaço urbano é ou não de qualidade (SOUZA & GÂNDARA, 2013).

Segundo Tinoco (2003) a percepção de qualidade do lugar está relacionada ao significado que a população local e turistas atribuem ao mobiliário urbano. Logo esses equipamentos também têm funções de grande importância na qualidade de vida das cidades (MOURTHÉ, 1998).

Em relação aos aspectos físicos de cada praça urbana, o tamanho, a acessibilidade, o mobiliário e a qualidade da estrutura física devem ser considerados.

2.3.1 Aspectos físicos

a) Tamanho

As dimensões também são importantes na conformação do conjunto urbanístico e paisagístico da praça. De acordo com Sitte (1992, p. 59), a boa proporção entre “a dimensão da praça e a dimensão dos edifícios é de primeira

importância”. Nesse aspecto, o autor aponta que as praças principais das cidades grandes são maiores que as das cidades pequenas.

Na mesma linha, conforme estudos relacionados ao tamanho desses espaços, Javadi (2016) afirma que uma praça não deve ser nem muito grande, nem muito pequena. Para pensar uma praça atrativa para as pessoas, o tamanho é um dos fatores a serem considerados, pois transmite mensagens mentais para seus usuários. Este autor exemplifica como grande a Praça Vermelha em Moscou, e considera a possibilidade da praça transmitir a sensação de medo.

Além disso, grandes espaços são destinados para grandes eventos, ao invés de encontros e reuniões eventuais. Por outro lado, pequenas praças podem, também, não ser apropriadas para este fim. Sobre essa proporcionalidade, Tibbalds (2001) argumenta que, uma vez que as praças urbanas são projetadas para o ser humano, elas deveriam estar na escala humana, abrangendo os aspectos intrínsecos do lugar como território, respeitando sua complexidade e particularidade, mantendo o fluxo de frequentadores. Nesse aspecto, Sitte (1992, p. 65) salienta a simetria, que também é valorizada como sentido de avaliação desses espaços a partir das relações dadas pelas sensações.

b) Tipos

Quanto à tipologia, quatro tipos diferentes de praças foram definidos, incluindo: praça fechada (contida em si mesma), praça dominante (espaço dirigido), praça nuclear (espaço formado em torno de um centro), praças agrupadas (unidades de espaços combinados), praça amorfa (espaço ilimitado) (ZUCKER, 2003).

Vadiati e Kashkooli (2011) realizaram estudos de caso em Isfahan, no Irã, objetivando analisar a sustentabilidade ambiental das praças recém-desenvolvidas em cidades históricas. De acordo com as suas análises, as praças de cidades históricas se caracterizam, a partir da visão ambiental, de acordo com a seguinte tipologia:

Praças Fechadas – do ponto de vista ambiental, são espaços abertos formalmente organizados, mas cercados por edifícios. Estes, por sua vez, influenciam na radiação solar, proporcionando um equilíbrio na iluminação, e também na circulação do ar. Para Zucker (2003), são caracterizadas por uma forma geométrica bem definida, oferecendo uma grande sensação de inclusão.

Praças Dominantes – espaços caracterizados por direcionar para um ou para um grupo de edificações, como igreja, palácio ou prefeitura. Ou por direcionar o olhar em direção a uma montanha, rio ou mar aberto. Esse tipo de praça, geralmente, possui um menor fluxo de transporte.

Praças Nucleares – compostas por um elemento central que estabelece uma convergência do olhar, geralmente um grande monumento.

Praças agrupadas – vários espaços são fundidos em uma ordem para que crie um sistema de espaços públicos. Miotto (2016) exemplifica citando a Praça San Marco, em Veneza, e a Praça Maggiore, em Bolonha. Em Curitiba, podemos citar as Praças João Cândido, São Francisco e Garibaldi, que constituem o Largo da Ordem.

Praças Amorfas – a caracterização de um espaço ilimitado pode ser verificada em espaços abertos que favorecem a perspectiva de infinito. Geralmente, próximas ao mar, ou próximas a grandes vegetações, que confundem a delimitação do seu espaço pelo olhar do usuário. Quanto a forma, pode não ter uma precisão, o que dá a ideia de espaço desorganizado (MIOTTO, 2016). Em alguns casos, como na pesquisa desenvolvida por Vadiati e Kashkooli (2011), especificamente, em comparação com os tipos anteriores, essas praças recebem mais iluminação do sol, assim como maior fluxo de tráfego e, portanto, a menor satisfação dos usuários. Em Ilhéus, podemos citar a Praça Rui Barbosa, localizada próxima à Praça Castro Alves, principalmente pela perspectiva de infinito percebida por quem se senta em algum de seus bancos, nas proximidades da Igreja Matriz de São Jorge, e direciona o olhar para o lado oposto, na direção do mar (SILVA, 2009, p. 212). Essa sensação acaba sendo favorecida pelo processo de regressão marinha ocorrido naquela área.

Praças de rua – tipo mais comum, onde procura-se arborizar a sua área, e manter áreas de jardim. Na pesquisa de Vadiati e Kashkooli (2011), foram observadas praças com degraus em jardins, assentos com boa iluminação solar em áreas nubladas e com muita sombra em áreas de maior temperatura.

c) Acessibilidade

O que significa uma praça ser facilmente acessível? Um dos aspectos que influenciam a qualidade de uma praça é a acessibilidade. As praças públicas urbanas devem estar bem localizadas num local em que tenham vários acessos ao sistema de transporte e estejam próximas de caminhos pedonais. A acessibilidade está intimamente relacionada à mobilidade, e o termo mobilidade refere-se ao conjunto de equipamentos urbanos, como estradas, calçadas, ciclovias e redes de transporte (NEUPANE *et al.*, 2013; ZAKARIYA *et al.*, 2014; JAVADI, 2016). Numa praça, deve-se também garantir o acesso e o conforto de pessoas com dificuldade de locomoção, bem como adequar o mobiliário da praça, que será abordado na sequência.

d) Mobiliário urbano e comodidades

Cada vez mais o mobiliário urbano vem sendo valorizado no que concerne à conscientização da sua importância para as cidades. Isso por que é utilizado tanto por moradores como também por visitantes. Por isso mesmo, os projetos devem ser pensados para gerar comodidade e conforto para esses usuários, principalmente os pedestres (SOUZA & GÂNDARA, 2013).

Além das características funcionais de conforto, o mobiliário urbano também possui uma função estética, a qual pode criar uma identidade e qualidade para o espaço urbano (MOURTHÉ, 1998; MONTENEGRO, 2005; SOUZA & GÂNDARA, 2013). De acordo com Gândara (2004), existe uma relação direta entre qualidade dos destinos turísticos e conformação da imagem dos mesmos. “Essa imagem gerada através da qualidade dos destinos turísticos, também está diretamente relacionada ao *marketing* da cidade e impacta na atividade turística” (SOUZA & GÂNDARA, 2013, p. 82).

O termo mobiliário, superficialmente, está relacionado com mobília. No meio urbano, o sentido do termo mobiliário urbano vai além de elementos decorativos, sendo também utilizado para se referir a peças e equipamentos dispostos no espaço, de suma importância para a qualidade de vida das pessoas (DENARDIN & SILVA, 2011).

Segundo Mourthé (1998), há seis categorias de mobiliários urbanos, são elas: elementos decorativos (esculturas, painéis); mobiliário de serviço (telefones públicos, lixeiras, banheiros públicos, abrigos de ônibus, protetores de árvores); mobiliário de lazer (bancos de praça, mesas de jogos); mobiliário de comercialização (quiosques, bancas de jornais e revistas, bares em áreas públicas); mobiliário de sinalização (placas informativas, de trânsito); mobiliário de publicidade (placas publicitárias, *outdoors*).

Para a autora (*ibidem*), é de extrema importância que o mobiliário urbano esteja em perfeita integração com o espaço urbano onde está inserido e que atenda às necessidades da população usuária. Ou seja, é necessário considerar aspectos históricos, culturais e ambientais para que não haja uma ruptura com a história e a cultura da comunidade. No momento em que o serviço público oferece boa qualidade ao usuário, este se sente bem recebido, acolhido e comprometido com aquele espaço, passando a respeitar os equipamentos urbanos (DENARDIN & SILVA, 2011).

Como foi discutido, o termo mobiliário urbano abrange todos os equipamentos que são utilizados em espaços públicos urbanos, tais como bancos, lixeiras, luminárias, monumentos e estátuas. Carmona *et al.* (2003) observaram que o mobiliário urbano afeta significativamente a qualidade espacial desses espaços e, conseqüentemente, contribui para a imagem mental concebida pelo observador. Javadi (2016) argumenta sobre a disposição dos assentos, que influencia na destinação e no papel social da praça. Ou seja, assentos e bancos bem planejados e acessíveis convencem as pessoas a usar a praça e desempenhar um papel de interação social. Carmona *et al.* (2003) argumentam que, para criar uma identidade local para as praças urbanas, o *designer* deve prestar atenção para produzir um mobiliário

“particular” para a praça, proporcionando equipamentos adequados para o uso público.

Dessa maneira, o mobiliário urbano é associado à identidade e imagem do espaço urbano, que também contribui para a sustentabilidade sociocultural. Apoiando essa análise, Mourthé (1998) salienta que a questão da identidade do mobiliário urbano relacionada à região em que se insere é muito importante, pois permite expressar uma identidade própria da região onde esteja inserido. (SOUZA & GÂNDARA, 2013).

e) Beleza

Cada cidade precisa de lugares públicos bonitos e agradáveis. A estética das praças urbanas é outro fator ambiental que influencia a presença das pessoas nas praças urbanas, tendo grande relação com a percepção dos usuários sobre o espaço.

Para tornar e manter as praças públicas bonitas e alegres, devem ser considerados elementos naturais e artificiais. A beleza de uma praça urbana pode incluir paisagismo, pintura, decoração, memoriais e esculturas. A beleza do ambiente urbano, além de melhorar a qualidade visual do espaço, pode ser considerada como um fator correspondente com a saúde pública da população (NASUTION & ZAHRAH, 2012; JAVADI, 2016). Quando as praças são orientadas para as pessoas e são decoradas de forma eficiente e adequada, elas podem chamar a atenção, criando um conforto visual para os usuários e uma atmosfera emocional e contemplativa sobre o seu espaço.

2.3.2 Aspectos ecológicos

Os aspectos ambientais relacionados à sustentabilidade também são importantes, tanto que a dimensão cultural do ecodesenvolvimento apenas será alcançada caso haja o equilíbrio entre o respeito à tradição e à inovação (SACHS, 2007; SOUZA & GÂNDARA, 2013, p. 85).

Devido ao adensamento urbano, as questões de microclima e temperatura nos espaços públicos urbanos ganham destaque (NIKITINA & USHAKOVAB, 2017; NUCCI, 2001; JAVADI, 2016). A importância dos aspectos ecológicos na concepção da praça urbana está relacionado às condições de uso deste espaço. Ou seja, o uso de praças urbanas depende do conforto térmico, do conforto do vento e do conforto do sol.

Para Sitte (1992, p. 181), o efeito decorativo, elemento que irá unir-se aos edifícios e praças para tornar o ambiente mais belo, associado ao verde e à água, deve localizar-se nos locais de maior circulação. Esses fluxos em torno de atrativos visuais, paisagísticos e ecológicos podem favorecer a sua visitação.

Quando uma praça é ecologicamente confortável, pode atrair visitantes e/ou usuários e, conseqüentemente, dar benefícios à vida da cidade (JAVADI, 2016). Assim, os fatores a seguir representam os aspectos ecológicos de uma praça urbana sustentável:

a) Conforto termal

Geralmente, o objetivo dos espaços urbanos ao ar livre é proporcionar conforto aos usuários. O conforto termal é um dos fatores que influenciam a qualidade e a imagem dos espaços públicos urbanos. Sem dúvida, as praças públicas urbanas bem projetadas contribuem para a qualidade de vida nas cidades e também para atrair pessoas, pois esse tipo de conforto está relacionado com a percepção, humor e comportamento do sujeito (VADIATI & KASHKOOLI, 2011; JAVADI, 2016).

b) Paisagem

A paisagem é parte integrante de cada praça urbana, correspondendo ao conjunto perceptível do espaço. A percepção e a representação da praça pelo usuário são fundamentais para que se evidencie um sentido de lugar. No design urbano, a paisagem é considerada desde elementos relacionados ao

material utilizado em diferentes partes da praça, como tijolo e revestimentos (*Hard landscape*), e, elementos relacionados à jardinagem (*Soft landscape*) (JAVADI, 2016).

Além desses fatores, características vegetais e a presença de água são fatores que podem exercer grande influência na condição térmica de uma praça, como: filtrando a luz do sol, aumentando a sensação de umidade, modificando a direção do vento, ou reduzindo a temperatura do ar. Todos esses fatores influenciam em como a paisagem é percebida por quem a observa (FERNANDES, 2014; JAVADI, 2016).

c) Conforto do vento

A morfologia da praça, o tipo, tamanho, largura, direção dela e dos edifícios do entorno, afetam a direção e a velocidade do vento, que influencia a troca de calor. A proteção ou o aproveitamento do vento é outro aspecto ecológico em que se proporciona conforto e, portanto, a satisfação dos usuários das praças urbanas (JAVADI, 2016).

Como já foi relacionado, temperatura e no fluxo de ar têm grande influência das coberturas vegetal e aquática, em praças que se utilizam da jardinagem para incrementar aspectos físicos, como a beleza, entre outros (NASUTION & ZAHRAH, 2012; JAVADI, 2016).

d) Conforto do Sol

Sombreamento e abrigo são elementos que convencem as pessoas a prolongar o período de uso de uma praça. Sentar em locais, levando em consideração a existência de sombra, fará com que o usuário encontre uma satisfação térmica.

Diversas formas de sombreamento podem ser utilizadas nas praças, desde o aproveitamento de edifícios que circundam a sua área, que em determinado período do dia poderão fornecer sombra; ou a existência de espécies vegetais correspondentes ao tipo de vegetação da região. Javadi

(2016) sugere que o sombreamento das praças devam ser adaptados conforme características sazonais (OLIVEIRA, 2011).

2.3.3 Aspectos socioculturais

A sustentabilidade social refere-se a estratégias em que a coesão e as interações sociais são enfatizadas. Existem diferentes fatores que favorecem a sustentabilidade social, como a equidade, a democracia, e a preservação dos valores e tradições sociais. No entanto, há um consenso, que introduz a sustentabilidade social como uma combinação de temas subjacentes, que proporcionam bem-estar social e humano (MAITLAND & NEWMAN, 2004). É importante, no entanto, saber que as situações políticas e econômicas sempre tiveram profunda influência na sustentabilidade social, que, por sua vez, poderá corresponder com a promoção do sucesso econômico (JAVADI, 2016). Assim, para entender o significado da sustentabilidade social em praças públicas, são consideradas as seguintes questões:

a) Identidade

A identidade tem uma relação estreita com o apego ao lugar e o sentido do lugar através de fatores socioculturais e significados simbólicos. Além disso, desde que as praças públicas urbanas sejam orientadas para o homem e destinadas às necessidades das pessoas, elas são capazes de criar um forte senso de pertencimento aos usuários (MURTA, 2006; JAVADI, 2016).

b) Sentido do Lugar

Segundo Relph (1976), estudar os lugares significa examinar um fenômeno específico do mundo vivido, elucidando a diversidade e a intensidade de nossas experiências de/no lugar. Para este autor, o senso de lugar não é um conceito claro, e sua percepção varia de acordo com o sujeito e

com o espaço. Em um ambiente construído como as praças urbanas, não apenas o cenário físico deve ser levado em conta, mas o significado e o bem-estar mental que o lugar proporciona ao usuário (JAVADI, 2016).

c) Conforto Visual / Mental

O termo conforto refere-se às adequações no ambiente da praça que possam possibilitar a seu usuário o relaxamento e contemplação. A praça não precisa apenas fornecer instalações para proteger os usuários de elementos climáticos, como vento, sol, chuva, etc. Mas, deve também proporcionar conforto físico, visual e mental, o que está diretamente relacionado com a frequência desse espaço (JAVADI, 2016).

O conforto acústico é considerado na avaliação do bem-estar dos frequentadores das praças. No estudo de Vadiati e Kashkooli (2011), o impacto da poluição sonora foi identificado por moradores dos locais analisados, e foram apontados pelos mesmos na avaliação das praças.

d) Equidade

As praças urbanas devem ser projetadas para todas as pessoas, de diferentes faixas etárias, culturas e níveis sociais. Além disso, elas devem permitir que as pessoas façam atividades variadas em seu espaço, desde artísticas, recreativas, esportivas, educativas etc. (CAPRANO *et al.*, 2010; SOUZA & MAGNANI, 2007). De acordo com Javadi (2016), como indicador da descrição da sustentabilidade e da qualidade de vida, a equidade enfatiza as vantagens das praças urbanas.

e) Segurança

Segurança é pré-requisito importante para todo espaço público em que se incentive a frequência e a permanência de pessoas. Uma praça urbana tem que ser segura para atrair pessoas de diferentes faixas etárias, como

crianças, mulheres e idosos (JAVADI, 2016). Além disso, a segurança é um dos fatores que influenciam a satisfação do usuário, determinando nele o desejo de retornar ou não àquele espaço.

Caldeira (2000, p. 10) aponta para o desenvolvimento de dois novos modos de discriminação: a privatização da segurança e a reclusão de grupos e o isolamento de partes do espaço; processos que vem mudando as noções de público e de espaço público que até bem recentemente predominavam em sociedades ocidentais.

f) Flexibilidade nas atividades

Uma praça urbana pode ter instalações para os usuários participarem (de forma ativa e passiva) de várias atividades. A participação das pessoas em atividades sociais, culturais, religiosas, econômicas e políticas, ajudará a promover uma coesão social. Para atingir esse fim, as atividades sociais dependem da presença de pessoas na praça. Nesse sentido, as próprias pessoas são um fator que incentiva a presença de outras, que poderão ser atraídas pelo movimento ou pela disposição de equipamentos adaptados para determinado fim (JAVADI, 2016).

A localização e o tamanho das praças são fatores que influenciam tipos de atividades que poderão ser desenvolvidas em seu espaço. Por exemplo, praças enormes podem ser usadas para demonstrações, cerimônias políticas e religiosas. Assim como as praças localizadas em centros históricos ou próximas a centros comerciais podem ser locais de encontro, reunião, descanso, apresentações artístico-culturais etc. (ARRUDA & TRICÁRICO, 2015; JAVADI, 2016).

2.3.4 Aspectos econômicos

Quando uma praça é economicamente sustentável? Praças bem desenhadas são um destino para muitos moradores e turistas. Na maioria das

praças, são identificadas atividades comerciais na área da praça, principalmente produtos relacionados à culinária ou artesanato; ou, no seu entorno. A diversidade e as características dos estabelecimentos localizados no entorno de uma praça também vão depender da localização da mesma.

Essas atividades e práticas econômicas podem ser periódicas, como feiras e eventos, que são realizados em épocas específicas. Há ainda diversas atividades informais que se utilizam dos espaços públicos ou dependem deles para a sua existência. O trajeto percorrido pelos vendedores ambulantes ou o ritmo que percorrem esse trajeto ilustram um tipo de atividade condicionada pela proximidade geográfica e pelo ritmo cotidiano da vida urbana. Nesse ponto, a praça se destaca pela presença de pequenos equipamentos voltados a economia ou na sua circulação (RIO, 2012).

As praças públicas urbanas sempre foram uma ferramenta para a subsistência de muitas pessoas. As atividades sociais são úteis e se tornam sistemáticas, enquanto as atividades econômicas se consolidam em torno delas. Nesse sentido, as praças devem ser orientadas comercialmente contribuindo com os lucros e com o crescimento econômico (MAITLAND & NEWMAN, 2004; JAVADI, 2016).

Sobre as diferentes formas de apropriação do espaço nas praças, a comercialização de alimentos geralmente se destaca. Sobretudo no comércio ambulante, de onde o vendedor tira o seu próprio sustento. Além de suprir uma necessidade do público (estimulado pela variedade de produtos ou pelos preços), o vendedor pode acabar atraindo concorrência, que atrai mais comércio, e, conseqüentemente, mais consumidores àquele espaço, que pode passar a se caracterizar por determinados usos (WHYTE, 2001; ROSANELI, 2016).

Essas formas de uso podem ser adaptadas, de acordo com o perfil do público frequentador ou dos visitantes de determinada praça. De acordo com Rosaneli (2016, p.13),

sua apropriação é adaptada de acordo com a experiência prática e as variadas demandas de seus usuários, o que pode diversificar seus usos e maneiras de apropriação para além daqueles originalmente concebidos, dando margem a uma maior variedade de interações sociais e vivências.

Grinover (2007, p. 67) reforça a ideia de que o desenvolvimento sustentável pode estar orientado para “a manutenção da base da atividade econômica e/ou para a manutenção da base de qualidade de vida”. Nesse sentido, Paiva (1995) reconhece que a sustentabilidade quando associada ao turismo, relaciona-se muito mais a dimensão econômica, e muitas vezes deixa em segundo plano os aspectos sociais, ambientais e culturais, que também deveriam ser considerados.

Buscando estabelecer um entendimento sobre essa discussão, diversos autores argumentam que a sustentabilidade cultural tem uma importância relevante uma vez que deve-se compreender a cultura como um processo de criação de significados, que oferecem sentido ao modo de vida das comunidades humanas, e também as beneficia, uma vez que durante a atividade turística conhece-se também a cultura do turista e consegue-se realizar interações mais significantes (BARTHOLO, 2009; SOUZA & GÂNDARA, 2013; VECCHIATI, 2004).

Gestores públicos podem melhorar a qualidade das praças e do ambiente de vida, mediante a atração de investimentos e o próprio estímulo econômico. A infraestrutura da praça e do transporte podem condicionar fluxos de pessoas, mercadorias e informações e direcionar as trocas comerciais em todas as escalas. A cada atividade correspondem, portanto, uma temporalidade e uma espacialidade que se manifestam concretamente no espaço, se apresentando para diferentes usos e interpretações.

Na interpretação do espaço econômico é importante levar em consideração os efeitos das inovações tecnológicas na eliminação/produção de descontinuidades espaciais. Sabemos que as grandes inovações são suscetíveis de engendrar mudanças importantes em nosso modo de vida e na organização do espaço.

Os aspectos sociais, culturais e ecológicos da praça urbana poderão levar, conseqüentemente, a um considerável desenvolvimento econômico. Nesse ponto reside a necessidade de investimentos em manutenção das praças e no incentivo à valorização da cultura. Atividades econômicas

desenvolvidas no espaço da praça geralmente se relacionam com alguma cultura, mesmo quando mais esporádicas, como as feiras típicas.

Dennis Cosgrove busca traçar uma relação entre modo de produção e modo de vida ao afirmar que

para nossa compreensão de cultura corresponder à evidência da prática precisamos voltar à noção de modo de produção como um modo de vida incorporando a cultura dentro da produção humana, ligada em igualdade dialética à produção de bens. A consciência humana, ideias e crenças são partes do processo produtivo material (COSGROVE, 2003).

A ligação dialética estabelecida pela produção material de bens culturais passa a ser comum nas sociedades modernas. O interesse na comercialização de produtos relacionados à cultura do lugar demonstra, por parte do vendedor, uma autoconfiança local; e por parte do visitante, uma satisfação pelo interesse em levar consigo um produto que passará a representar uma experiência vivida. Nesse processo, definindo a sua natureza dialética, esse reconhecimento irá se refletir no despertar por parte dos moradores, garantindo uma sustentabilidade para a atividade (HORODYSKI *et al.*, 2015; NEUPANE *et al.*, 2013; JAVADI, 2016).

2.4 Novos instrumentos de gestão de destinos turísticos

Nesta seção trataremos do conceito de Destino Turístico, através de uma discussão teórica, apresentando a evolução de sua compreensão. Os autores desenvolvem definições em que é possível verificar a abrangência de seu sentido. Essa amplitude fornece um vasto campo de atuação para planejadores e gestores. Por fim, apresentaremos o incremento das tecnologias da informação e comunicação (TICs), permitindo associar inovação e criatividade ao planejamento da atividade turística, e trataremos das contribuições da reputação *online* no planejamento, no exercício e no monitoramento da visita, proporcionando experiências positivas para o destino e para o visitante.

2.4.1 O destino turístico

Para entender a percepção do turista em relação a algum atrativo, devemos antes ter clara a ideia do significado de destino turístico. O conceito de Destinos Turísticos na literatura em Turismo é bastante explorado, e por isso mesmo, possui uma diversidade de pontos de vistas, apresentando ênfases e supressões, a depender do objetivo ou do que convém ser analisado. O destino turístico é uma atração, assim como uma unidade geográfica, uma relação empírica, um objeto de marketing, um lugar onde o turismo acontece, e assim por diante (FLORES & MENDES, 2014; FRAMKE, 2002).

O conceito de destino ainda necessita de uma melhor definição. “O termo é comumente utilizado, sendo muitas vezes um dado adquirido e nem sequer definido” (PEARCE, 2014, p.141). Isso não se deve apenas a problemas de interpretação, mas de planejamento e gestão que são derivados. Esse conceito antes muito relacionado ao destino como um produto, passou por modificações e ainda vem sendo ampliado. Barrado-Timón (2004, p. 51), ao tratar das diferentes aproximações ao conceito de destino, traz algumas visões, como "a concentração de instalações e serviços destinados a satisfazer as necessidades dos turistas" (COOPER, *et al.*, 2001), e também apresenta atributos geográficos muito além de simples limites, uma vez que este pode promover mudanças territoriais.

Vera *et al.* (2001) discutem a cidade como um destino turístico, salientando que o uso turístico da cidade tem convertido o seu cenário em um espetáculo diferenciado e singular. Do ponto de vista particular, o espaço passa a ser observado como um espaço vivido pelas experiências humanas, onde cada ser humano vive em sua individualidade (TUAN, 2013; KOZEL, 2010).

Tendo a possibilidade de se constituir em um destino, qualquer unidade geográfica tem sua importância, seja uma cidade, um bairro, uma região, uma ilha, um país, um continente... E nesse contexto, três fatores principais determinam o seu potencial: atrações, acessibilidade e comodidades, cuja

combinação resulta na qualidade de um destino turístico (FRAMKE, 2002; JOVICIC, 2016).

Para Barrado-Timón (2004, p.52), como variável independente, o destino não é visto apenas como um recipiente, mas, de forma mais complexa, é considerado o processo de produção de turismo”. Essa produção, pode ser feita num espaço diferente do que é considerado o ponto turístico, de fato. Implica que o produto começa a existir antes do deslocamento, e por isso, o conceito de destino não poderia se resumir como o espaço para onde o visitante vá.

No contexto da Geografia, mais precisamente, o turismo cada vez mais é visto como uma atividade que, apesar de ser completamente imbricado com o ambiente, cria espaços produtivos socialmente construídos, que evoluem ao longo do tempo (SAARINEN, 2006). Nesse sentido, muitos estudiosos têm analisado destinos a partir de uma perspectiva evolucionária, enquanto outros salientam o papel das redes e economias de aglomeração como condutores dos sistemas de produção local (SANZ-IBÁÑEZ & CLAVÉ, 2010).

As cidades, divulgadas como destinos turísticos, devem ser apreciadas como espaços de sociabilidade, sendo que cada uma possui singularidades devido, principalmente, sua origem histórica, ocupação e produção espacial, apresentando, assim, distintas atrações que motivam os turistas a visitá-las. Entretanto, as cidades que almejam se tornar destinos carecem ser providas de qualidades sociais, culturais e ambientais que satisfaçam moradores e visitantes (ASCHER, 2010; FERNANDES, 2014; MANOSSO, 2015).

Na concepção de Saraniemi e Kylänen (2010, p.133), “um destino é visto como a unidade de ação onde diferentes envolvidos, tais como, organizações públicas, anfitriões e convidados interagem através da co-criação de experiências”. Para esses autores, o que é importante para o Marketing no intento de definir a natureza de um destino turístico em sua profundidade e amplitude, no âmbito do seu planejamento e gestão.

Para Schenkel (2013), o turismo cultural é um fenômeno complexo que vai além de um negócio econômico, principalmente quando o atrativo excede uma localização pontual de um monumento, envolvendo toda a comunidade.

Além dos aspectos supracitados, Avila (2009, p.30) destaca que, para criar produtos culturais sustentáveis, é necessário que os recursos sejam valorizados pela comunidade e esta valorização deve ser sentida pelo visitante. Assim, de acordo com esses autores, o turismo pode auxiliar o desenvolvimento de determinado local, e apresentar todos os benefícios acima citados. Para que isso ocorra, de forma estratégica (PAVÓN *et al.*, 2013) e com qualidade de vida para a população local, a dinâmica social e as relações estabelecidas com determinada prática cultural não devem ter sua dinâmica atrelada ao aspecto eminentemente comercial, para que assim não percam sua essência e possam ser, com a inclusão da comunidade (PEÑA,2014), preservadas pelos próprios moradores.

Como a cultura varia no tempo e no espaço, o que é atrativo para uns pode não ser para outros, e, como salienta Cruz (2003, p. 9), o que é considerado atrativo hoje pelo turismo pode não ter sido no passado, assim como pode não ser no futuro. De acordo com Bigné *et al.* (2000), os destinos turísticos estão se modificando continuamente e se não planejar seu futuro, se não olhar seu presente pode ter consequências difíceis de se resolver. O planejamento é reconhecer e analisar as oportunidades e ameaças que apresentam o entorno para o destino em questão, os pontos fortes e fracos.

Então, os destinos configuram estruturas urbanísticas, sociais, culturais etc. em rede, com o objetivo de alcançar a melhor qualidade de vida e satisfação de moradores e visitantes. Um planejamento estratégico que melhor satisfaça as aspirações dos organismos que gerem os destinos turísticos e outros grupos de interesse que tenham relação com o destino, se dá em consonância com as demandas locais. Em outras palavras, a qualidade de vida dos cidadãos, que refere-se aos seguintes aspectos: uso do espaço para viver, para intercâmbio, para produzir (atividade econômica), para criar, compartilhar sua cultura e enriquecer-se com outras, para desenvolver atividades de diversão, esporte, lazer e turismo. Com isso, poder competir em escala internacional em todos os aspectos e atrair turistas capazes de desfrutar de toda a oferta estruturada, a fim de se obter um desenvolvimento econômico e a satisfação de moradores e visitantes (BIGNÉ *et al.*, 2000; VALLS *et al.*, 2006).

2.4.2 Reputação *online* e gestão de destinos turísticos

Para avaliação e escolha de um destino turístico, o incremento das TICs trouxe contribuições, principalmente sobre a conectividade e interatividade das pessoas (IVARS BAIDAL *et al.*, 2016).

É possível definir reputação *online* levando em consideração o conjunto de opiniões veiculadas na internet sobre determinada marca, bem ou serviço (MARÍA-DOLORES, GARCIA & MELLINAS, 2012, p.03). Essas opiniões podem refletir experiências vivenciadas, e passam a fazer parte do marketing, uma vez que as tecnologias auxiliam na sua veiculação.

Informações contidas nas opiniões de usuários independentes são consultadas por quem pretende se deslocar até um dado destino e se preocupa em verificar qual a opinião de quem já esteve nele. Por outro lado, esse tipo de avaliação se torna bastante eficaz para gestores, que passam a ter uma dimensão dos pontos fortes e fracos, revelados nas opiniões de visitantes potenciais, lhes proporcionando um perfil da demanda, viabilizando aperfeiçoar aspectos positivos e diversificar opções, corrigindo pontos fracos e tentando influenciar na satisfação, e nas experiências a serem vivenciadas.

Bigné *et al.* (2000) salientam que o termo Marketing, em muitas ocasiões, vem sendo utilizado de forma equivocada. Muitas pessoas quando se deparam com a palavra Marketing associam seu significado a aumento de vendas. Aplicando isso a destinos turísticos, vender significaria conseguir um maior número de turistas que visitam determinado destino. Na verdade, o marketing é um processo social e de gestão através do qual os indivíduos e os grupos obtêm o que necessitam e desejam, mediante a criação e troca de produtos e valor com outros.

Para esses autores, os gestores devem ter o máximo de informações a respeito de seus consumidores/turistas para adequarem seus destinos, ou seja, dos fatores externos e internos que influenciarão o comportamento do turista. Considerando isso, é importante dizer que algumas plataformas vêm sendo desenvolvidas e adaptadas, e para esse estudo, analisaremos as opiniões de

visitantes sobre praças de Curitiba e Ilhéus, contidas nas fotografias e nos depoimentos veiculados no website *TripAdvisor*. As fotografias tanto informam como um texto verbal, ou até mais, pois despertam informações ou conhecimentos prévios, e, sensações.

De acordo com Cerqueira e Silva (2011) o estudo dessas ferramentas tem crescido nos últimos anos, seja pelo interesse em se monitorar essas mídias sociais, como já tratamos, ou também pela sua utilização como ferramentas de análise em pesquisas, como é o caso da análise de fotografias e depoimentos, e de uma manifestada experiência vivenciada. Reforçando essa ideia, de acordo com Lo *et al.* (2011), “Fotografia e viagens estão intrinsecamente ligados”, e, essa relação se torna evidente quando se proporciona uma oportunidade para se compartilhar experiências com outros visitantes (GROVES & TIMOTHY *apud* LO *et al.*, 2011).

A análise da atitude ou comportamento dos residentes deverá ser feita com perspectiva de interagir com a imagem do destino. Bigné *et al.* (2000), integram a perspectiva da intangibilidade da imagem do destino ao poder que os residentes locais e sua interação com o turista terão na tomada de decisão, destacando a natureza subjetiva como um elemento chave na comercialização dos recursos turísticos.

Pesquisas anteriores reconheceram o papel vital da mídia visual em ajudar os turistas a (re)produzir e (re)apresentar experiências turísticas (CARY, 2004). Porque a fotografia e o turismo estão inextricavelmente ligados (SONTAG, 1977) e como a fotografia tem sido o meio dominante para as representações de experiências turísticas dos viajantes, a maioria das análises tem se limitado a imagens fotográficas (DINHOPPL & GRETZEL, 2015).

Muitos estudos têm trabalhado sobre o olhar do usuário em relação ao espaço (URIARTE, 2013), e grande parte deles utiliza a pesquisa iconográfica. É importante entender melhor os elementos representados na imagem fotográfica, analisando a percepção e representação dos atores sociais sobre as praças, e, conseqüentemente, compreendendo como os elementos históricos, culturais e ambientais, percebidos e concebidos pelos sujeitos,

podem contribuir para a avaliação desses espaços, favorecendo a educação patrimonial e o turismo (SILVA, 2010; FERRARA, 1988).

Assim sendo, o território inteligente, identificado por Vergara e Rivas, *in* INVATTUR (2015), é aquele que busca o desenvolvimento sustentável baseado na inovação contínua e na vantagem competitiva, integrando os objetivos da coesão econômica, social e ambiental. Na evolução para um destino criativo, o conjunto de elementos constituintes ou que estão relacionados a atividade turística, como as tendências da demanda, que gera novos turistas, novos hábitos de consumo, da oferta, que passa a propor novos produtos ou adaptações, bem como a evolução demográfica, política, econômica e social, apresentam novos desafios de gestão que demandam ferramentas mais amplas, baseadas principalmente na tecnologia.

Para garantir uma sustentabilidade na produção de um destino turístico é necessário que haja interação entre todas as partes interessadas do sistema turístico, na formação de redes de cooperação, público-privadas, para a entrega de uma experiência de sucesso ao turista. Nesse sentido, as organizações de gestão do destino atuam unindo esforços e gerindo os recursos de forma coordenada e integrada. De acordo com o Embratur o planejamento que tem por base o turismo sustentável deve envolver atividades de caráter multidisciplinar, assegurando a preservação dos recursos naturais e/ou culturais, mantendo e fortalecendo a identidade da comunidade, a geração de recursos econômicos para sua exploração no presente e no futuro (ÁVILA, 2009).

3 PROCEDIMENTOS METODOLÓGICOS

Para investigação científica faz-se necessário que o pesquisador utilize-se de métodos e técnicas que ordenam a forma de pensar e desenvolver o conhecimento, capazes de externar a essência dos fenômenos explicitados pelo objeto de estudo a fim de se construir o conhecimento (GIL, 1999; LAKATOS & MARCONI, 1993).

Asti Vera (1976) define como procedimento e até mesmo como conjunto de procedimentos, servindo de instrumento para alcançar os fins da investigação. Com relação às técnicas de pesquisa, o autor as conceitua como meios auxiliares que concorrem para a mesma finalidade, ou seja, pode-se afirmar que o método é geral e as técnicas são particulares. Marconi e Lakatos (1990, p. 57) definem técnica como um conjunto de preceitos ou processos de que se serve uma ciência.

3.1 Tipo de pesquisa

Esta pesquisa pode ser classificada como do tipo qualitativa/interpretativa, que, segundo Mynayo (2003), busca descrever e explicar a realidade empírica de forma a atender as questões e objetivos da investigação científica. Lembramos assim, que buscamos através da subjetividade das imagens fotográficas, e dos depoimentos dos visitantes sobre as praças, identificar e analisar os elementos simbólicos e identitários contidos na sua percepção sobre as praças de Curitiba e de Ilhéus. Entendemos que o seu conteúdo pode contribuir com estratégias para a sustentabilidade da atividade turística nesses espaços. Trata-se, basicamente, do conjunto de métodos e técnicas a ser adotado para reconstruir uma certa realidade. Nesse sentido, ela é de tipologia fenomenológica, pois proporciona a descrição direta da experiência, não considerando a realidade como algo objetivo e passível de ser explicado, mas interpretado, e visa apreender a essência do objeto de estudo (GIL, 1999; MERLEAU-PONTY, 1999).

Godoy (1995) salienta que dentre das características essenciais dos estudos de pesquisa qualitativa estão o caráter descritivo e o significado que as pessoas dão as coisas. A pesquisa qualitativa, portanto, possui diversas conotações, Maanen (1979, p. 520) destaca que esta:

Compreende um conjunto de diferentes técnicas interpretativas que visam a descrever e a decodificar os componentes de um sistema complexo de significados. Tem por objetivo traduzir e expressar o sentido dos fenômenos do mundo social; trata-se de reduzir a distância entre o indicador e indicado, entre teoria e dados, entre contexto e ação.

Quanto à forma de coleta de dados, a pesquisa é empírica, pois busca coletar informações da realidade social, cultural e ambiental das praças de Curitiba e Ilhéus, através do website *TripAdvisor*. A pesquisa empírica é dedicada ao tratamento da face “fatural da realidade” (DEMO, 2000, p. 21). A valorização dessa forma de coleta de dados é pela "possibilidade que oferece de maior concretude às argumentações, por mais tênue que possa ser a base fatural. O significado dos dados empíricos depende do referencial teórico, mas estes dados agregam impacto pertinente, sobretudo no sentido de facilitarem a aproximação prática" (DEMO, 1994, p. 37).

É também de natureza exploratória, pois envolve levantamento de dados bibliográficos, na qual conhecimentos produzidos visam ampliar estratégias que proporcionem o desenvolvimento do turismo sustentável nos destinos. Envolve, ainda, a identificação e a seleção das fotografias que serão utilizadas neste estudo, bem como os depoimentos dos visitantes sobre os atrativos. Essa abordagem possui, também, a finalidade básica de desenvolver, esclarecer e modificar conceitos e ideias para a formulação de abordagens posteriores. Assim, as pesquisas exploratórias, visam proporcionar uma visão geral de um determinado fato, do tipo aproximativo. Este tipo de estudo visa proporcionar um maior conhecimento para o pesquisador acerca do assunto, a fim de que esse possa formular problemas mais precisos ou criar hipóteses que possam ser pesquisadas por estudos posteriores (GIL, 1999, p. 43).

3.2 Tipo de amostragem

Para a realização desta pesquisa nos baseamos nas cidades de Curitiba, capital do estado do Paraná, e na cidade de Ilhéus, localizada na região Sul da Bahia. Essa seleção busca identificar elementos da cultura e estabelecer estratégias que proporcionem o desenvolvimento da atividade turística, estabelecendo contribuições no sentido de propor melhorias nos espaços públicos em estudo, favorecendo a gestão das praças e a prática do turismo nesses espaços.

A escolha das duas cidades se baseia nos seguintes critérios: por conveniência, por se constituírem em destinos turísticos das regiões Sul e Nordeste do Brasil; e por favorecerem práticas sustentáveis de uso de suas praças, apresentando equivalências e particularidades nas possibilidades de uso. A escolha das praças foi baseada em dois fatores: acesso de turistas e moradores, e valor identitário transmitido pelas mesmas.

No caso dessas cidades, Curitiba-PR e Ilhéus-BA, as praças possibilitam ao observador perceber equivalências em significações e funções desempenhadas por esses espaços. De acordo com Cozby (2006), uma das razões para se adotar o critério por conveniência é que a intenção da pesquisa não é a de estimar com acuracidade as amostras, mas sim estudar relações entre as variáveis, que não significa menor cientificidade. Essa abordagem pode, inclusive, servir como uma base para geração de hipóteses e *insights*, para a validação de dados e métodos aplicados (CHURCHILL JUNIOR, 1998, p. 301). Dessa forma, o procedimento adotado nesse estudo, que analisa as experiências de turistas de acordo com a significação e funções das praças de Curitiba e Ilhéus, e a análise da sustentabilidade desses espaços, pode, inclusive, ser aplicado em outras realidades.

O tipo de experiência que o visitante vivenciou, manifestou e desejou compartilhar, é atestada pelas mensagens associadas à imagem. Dessa forma, as fotografias foram selecionadas priorizando aquelas cujos depoimentos (comentários ou legendas criadas pelos visitantes) apresentam relações entre funções das praças e dimensões da experiência turística (MATAS COLOM,

1983; DE ANGELIS, 2000; DE ANGELIS *et al.*, 2005; PINE & GILMORE, 1999; SERPA, 2011, SILVA, 2010).

Na sequência, apresentam-se mapas de localização das praças estudadas. Em Curitiba, analisamos seis praças, sendo três delas localizadas no Centro, uma no bairro São Francisco, uma no bairro Bigorriho, e uma no bairro Água Verde. Em Ilhéus, analisamos três praças, sendo duas localizadas no Centro e uma localizada no bairro Cidade Nova.

A Figura 1 apresenta um mapa-síntese de Curitiba, com divisa de bairros e indicação das praças analisadas.

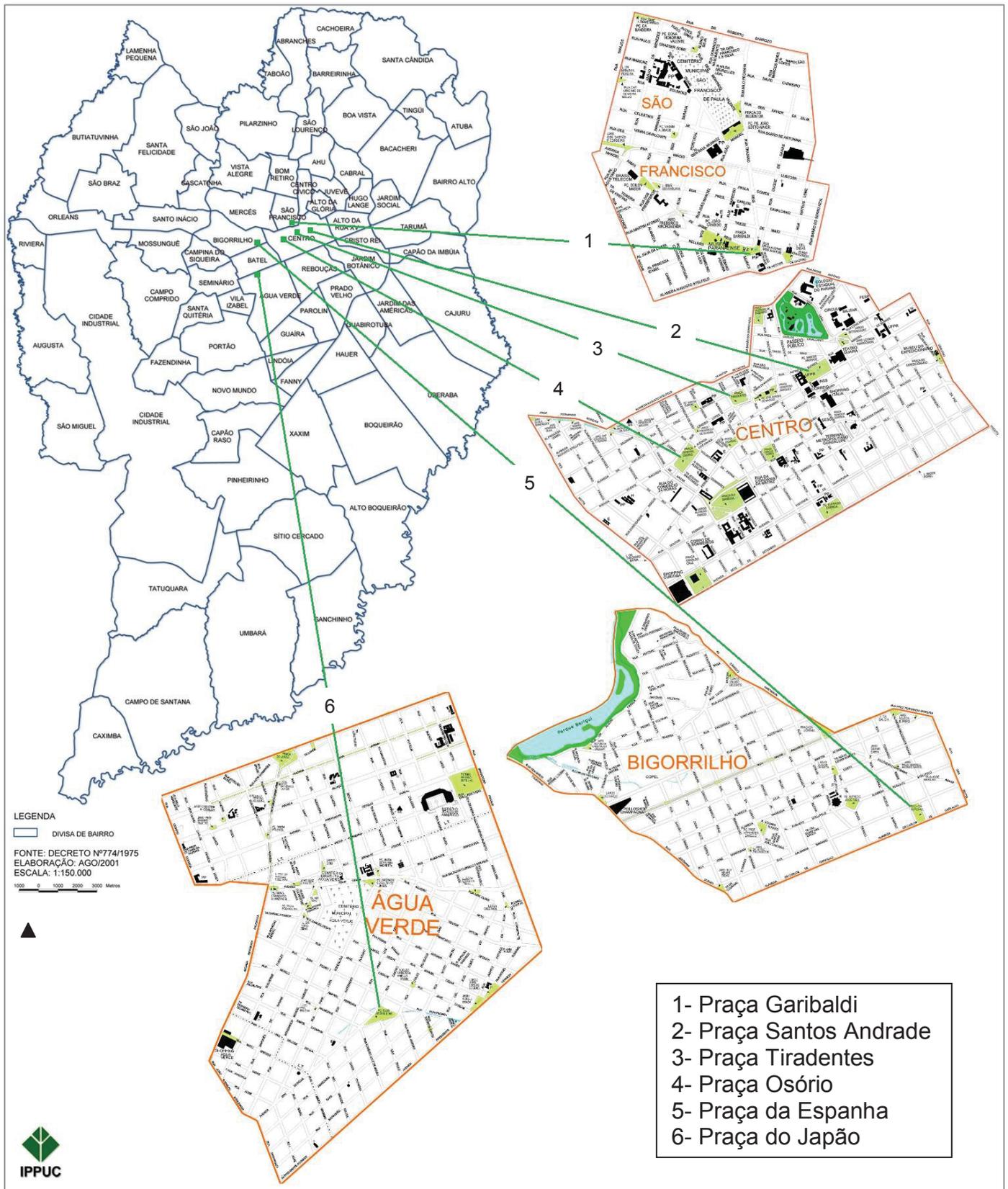


Figura 1 – Mapa-síntese de Curitiba-PR com indicação de bairros e localização das praças analisadas.

Fonte: IPPUC – Adaptado pelo autor.

Das seis praças analisadas em Curitiba, três estão localizadas no Centro (Praça Santos Andrade, Praça Tiradentes, Praça Gal. Osório), uma no bairro São Francisco (Praça Garibaldi), uma no bairro Bigorrião (Praça da Espanha), e uma no bairro Água Verde (Praça do Japão).

Em Curitiba, os visitantes contam com o serviço de ônibus da Linha Turismo. A Linha Turismo é composta de ônibus especiais que circulam pelos principais pontos turísticos da cidade. Nela, é possível conhecer os importantes atrativos de Curitiba. O roteiro é iniciado na Praça Tiradentes, oferecendo um trajeto com quatro paradas, em que o visitante poderá adequar conforme a sua preferência e o seu tempo, personalizando o próprio itinerário (URBS, 2018).

Relacionando a localização das praças com o roteiro da Linha Turismo (Figura 2), podemos perceber que a maioria das praças analisadas nesta pesquisa está incluída em seu percurso. O quadro 6 apresenta as praças pesquisadas e os atrativos (pontos de parada) correspondentes à Linha Turismo.

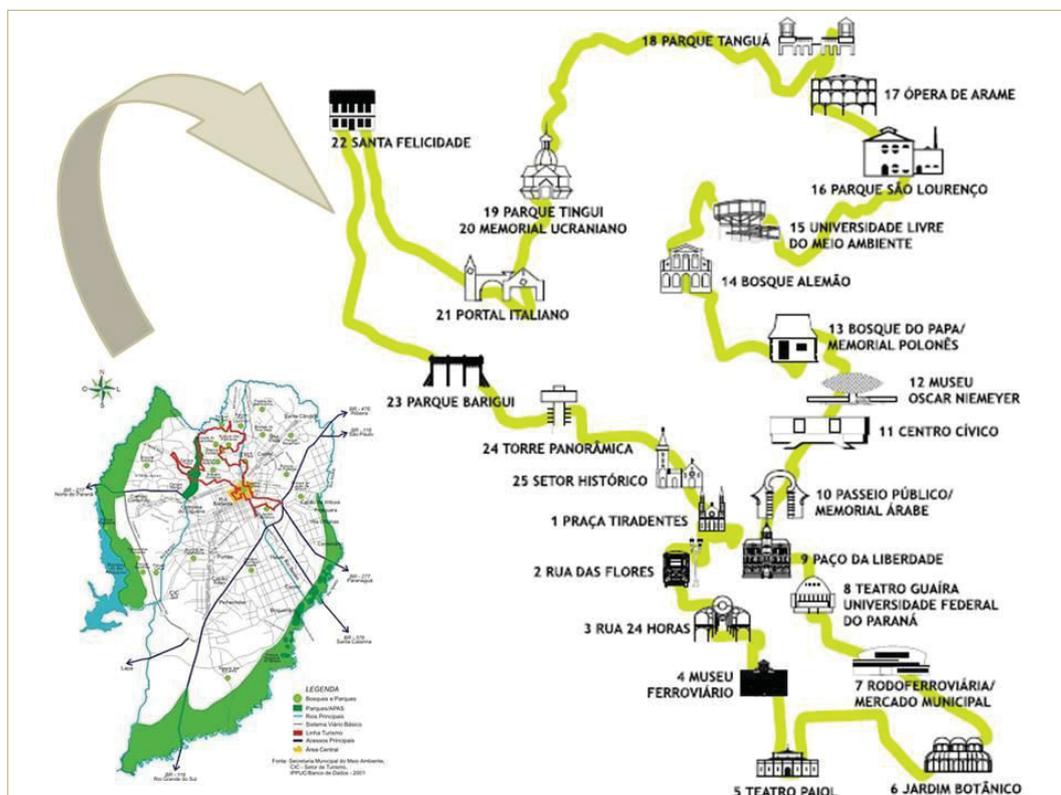


Figura 2 - Roteiro da Linha Turismo, Curitiba-PR.

Fonte: Adaptação do autor, com base nos dados da Linha Turismo, Curitiba (URBS, 2018).

QUADRO 6 – RELAÇÃO DAS PRAÇAS ESTUDADAS COM O ROTEIRO DA LINHA TURISMO, CURITIBA-PR.

ATRATIVOS / PONTOS DE PARADA (Ônibus da Linha Turismo, Curitiba)	PRAÇAS CONTEMPLADAS
Catedral Metropolitana de Curitiba / Ponto de partida	Praça Tiradentes
Rua das Flores / Monumento “Boca Maldita”	Praça Gal. Osório
Teatro Guaíra / Universidade Federal do Paraná	Praça Santos Andrade
Setor Histórico	Praça Garibaldi

Fonte: Elaboração do autor, com base nos dados da Linha Turismo, Curitiba (URBS, 2018).

Analisando as informações sobre as praças estudadas e as praças que são contempladas por paradas de ônibus da Linha Turismo (Quadro 6), percebemos que quatro praças são atendidas pelo roteiro, e duas delas não estão incluídas. Isso nos chamou a atenção porque, mesmo não fazendo parte do roteiro da Linha Turismo, a Praça do Japão e a Praça da Espanha possuem um grande número de avaliações.

Sobre os dados de reputação *online* de cada uma das praças, discutiremos a seguir, na seção em que trataremos dos métodos de análise e interpretação dos dados.

A Figura 3 apresenta um mapa da cidade de Ilhéus, e a Figura 4 apresenta a área central da cidade, com a localização das praças analisadas.



Figura 3 – Mapa da cidade de Ilhéus.
Fonte: OpenStreetMap – adaptado pelo autor.



Figura 4 – Área central da cidade de Ilhéus-Ba, com localização das praças analisadas.
Fonte: OpenStreetMap – Adaptado pelo autor

Das praças analisadas em Ilhéus-Ba, duas se localizam no Centro da cidade (Praça Dom Eduardo e Praça Castro Alves) e uma no bairro Cidade Nova (Praça do Cacau).

A proximidade na localização dessas três praças facilita a circulação de frequentadores e visitantes, sendo possível percorrer um roteiro “a pé” que inclua visitas a vários pontos turísticos da área central da cidade.

3.3 Métodos de análise e interpretação dos dados

Para a obtenção dos dados, utilizamos fotografias e depoimentos sobre praças de Curitiba-PR e Ilhéus-BA. Essas imagens e comentários, contidos na avaliação do destino e divulgadas na internet, serão utilizados nesse estudo como instrumentos de coleta de dados, que, por meio do website *TripAdvisor*, possibilitam perceber e interpretar experiências vivenciadas em torno de um atrativo.

Esses conteúdos, criados e compartilhados pelos viajantes, são considerados confiáveis e relevantes (DICKINGER, 2011; O'CONNOR, 2010), e, levando-se em conta a interatividade e a rapidez das informações veiculadas na internet, são também atualizados e envolventes (GRETZEL & YOO, 2008). Essas características podem favorecer diversos interessados (visitantes potenciais, que pretendem obter informações prévias, que poderão lhes servir na escolha de destinos; planejadores, que podem levar em consideração as avaliações dos visitantes; agências de viagens; gestores, e outros). O nosso objetivo aqui não é avaliar a capacidade do *TripAdvisor* de influenciar nas decisões, mas, reunir um conjunto de dados que poderão contribuir para a análise da percepção dos turistas sobre a qualidade das experiências e a sustentabilidade nas praças turísticas de Curitiba e Ilhéus.

Essas experiências, que podem ser iniciadas desde o planejamento da visita, ganha materialidade quando o visitante avalia o que vivenciou, e utiliza plataformas de reputação *online* para compartilhá-las. Logo, as informações servirão não apenas para visitantes potenciais, mas, também, para gestores e planejadores, que, baseados em relatos de visitantes e, conhecendo o perfil de sua demanda, poderão trabalhar sobre a qualidade (ampliação/adequação) dos atrativos.

O Quadro 7 apresenta um resumo das informações veiculadas no website *TripAdvisor*, considerando critérios categorizados pela própria plataforma. Assim estruturado, o quadro apresenta: “Avaliações”, onde são considerados os depoimentos dos visitantes sobre a praça como atrativo; “Fotos”, os registros fotográficos registrados e compartilhados pelos visitantes;

“Época do ano”, considerando o período de maior frequência de visitantes; “Tipo de viajante”, o perfil de visitante (categorizados em “Famílias”, “Romântico”, “Sozinho”, “Negócios”, e, “Amigos”) que mais visita determinados espaços.

A Figura 5 apresenta um esquema da relação Atrativo–Visitante–Atrativo, observada. Nela, representamos o fluxo de informações entre visitante (V) e atrativo (A), simbolizado da seguinte forma: Ex1 – Expectativas do visitante sobre o atrativo, a pré-experiência; Ex2 – Experiências do visitante ao visitar o atrativo; e, #Ex – O compartilhamento das experiências, que se apresenta para consulta de visitantes potenciais e de gestores e planejadores da atividade turística.

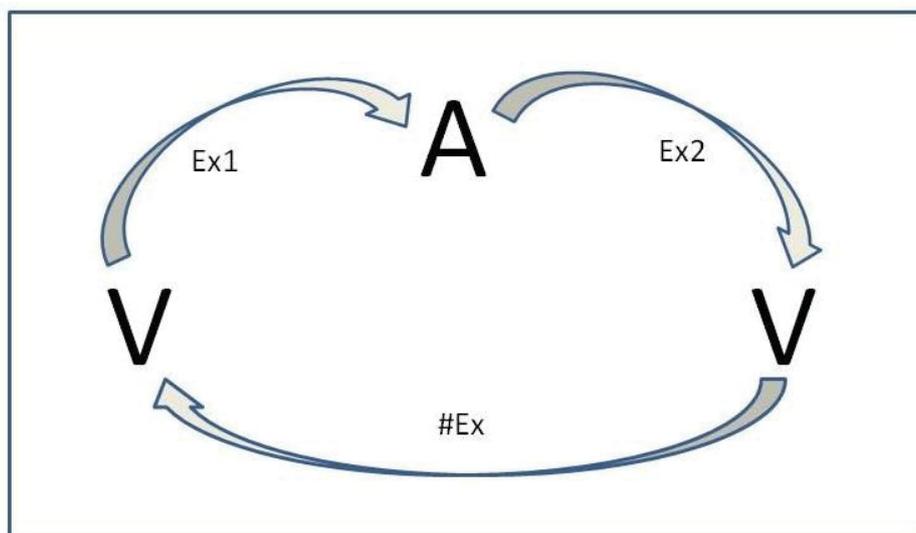


Figura 5 - Representação da relação Visitante-Atrativo-Visitante.
Fonte: Elaboração do autor.

Essas informações podem se constituir em importantes pistas na busca por uma adequação dos atrativos com relação ao perfil da demanda. Partindo desse ponto, a personalização do destino turístico pode se constituir numa evidência do papel da reputação *online*. Nesse sentido, a possibilidade de fornecer a gestores e planejadores da atividade turística parâmetros que auxiliam na qualidade dos atrativos mediante o monitoramento das próprias avaliações, assim como de outros destinos, se constitui numa vantagem

competitiva e sustentável.

Nesse sentido, a crescente utilização de plataformas baseadas na inovação aberta também se baseia no pressuposto de que planejadores e empreendedores veem uma alternativa de expansão de sua fonte de informação sobre clientes desejáveis, e também, nesse caso, podem estabelecer parcerias na busca de inovação (DAHLANDER & GANN, 2010; SIGALA & CHALKITI, 2014). No contexto da Web 2.0, a inovação aberta é muitas vezes focada especificamente na obtenção de informações do cliente no processo de inovação (BAGLIERI & CONSOLI, 2009; SIGALA, 2012).

Dessa forma, informações sobre viajantes e concorrentes, consideradas “inteligência de mercado”, favorecem o desenvolvimento de serviços (SIGALA, 2012). Tendo acesso a informações de quem já visitou determinado atrativo, o viajante também se beneficia tendo a possibilidade de interação com outros visitantes, podendo, posteriormente, ser atendido com ofertas mais atraentes e personalizadas.

Além disso, o conteúdo do *TripAdvisor* e as oportunidades de interação entre os viajantes permitem que estes, beneficiados pelo processo de co-criação de valor, de maneira inovadora, possam planejar e realizar a viagem perfeita (SIGALA, 2012)

Sobre cada uma das praças analisadas, o Quadro 7 apresenta uma síntese dos dados relacionados aos atrativos e visitantes.

QUADRO 7 – SÍNTESE DAS INFORMAÇÕES DE REPUTAÇÃO ONLINE SOBRE AS PRAÇAS ESTUDADAS

Praça	Cidade (Bairro)	“Avaliações”	“Fotos”	“Época do ano”	“Tipo de viajante”	“Idioma”	Visão Geral
Praça do Japão	Curitiba (Água Verde)	1.436	475	Jun-Ago (389)	Famílias (433)	8	41/300
Praça da Espanha	Curitiba (Bigorriho)	687	60	Set-Nov (190)	Amigos (229)	6	56/300
Praça Santos Andrade	Curitiba (Centro)	175	57	Mar-Mai (57)	Famílias (53)	3	67/300
Praça Garibaldi	Curitiba (São Francisco)	108	48	Set-Nov (29)	Famílias (28)	3	84/300
Praça Dom Eduardo	Ilhéus (Centro)	62	24	Dez-Fev (19)	Famílias (24)	2	20/62
Praça do Cacau	Ilhéus (Cidade Nova)	35	17	Jun-Ago (11)	Famílias / Amigos (11)	2	32/62
Praça Castro Alves	Ilhéus (Centro)	66	46	Dez-Fev (26)	Famílias / Amigos (19)	3	22/62
Praça Tiradentes	Curitiba (Centro)	322	80	Mar-Mai (96)	Famílias (100)	1	85/300
Praça Gal. Osório	Curitiba (Centro)	390	91	Mar-Mai (119)	Famílias (104)	3	78/300

Fonte: TripAdvisor, consulta realizada em Julho de 2018.

Baseado nas informações apresentadas pelo website *TripAdvisor*, no Quadro 7 se organizam as praças em: localização (cidade / bairro), número de avaliações, número de fotografias, período da visita, perfil do visitante, número de idiomas (avaliações), visão geral (*ranking* de atrativos do destino).

Em Curitiba, a Praça do Japão (bairro Água Verde) é a que possui maior número de avaliações, totalizando 1.436 depoimentos, com 475 fotografias. Também é a praça que apresenta, neste estudo, o maior número de idiomas nas avaliações. O perfil de visitante mais frequente é de “Famílias”, e o período de maior visitação é entre os meses de Junho e Agosto.

Na sequência, a Praça da Espanha (bairro Bigorriho, de Curitiba) apresentou 687 avaliações, com 60 fotografias. O perfil de visitante mais frequente é “Amigos”, e o período de maior visitação é entre os meses de Setembro e Novembro.

Vale salientar que as duas praças mais visitadas e avaliadas não estão contempladas no roteiro da Linha Turismo (apresentado pela Figura 7). O Quadro 6 relaciona as praças estudadas em Curitiba com o roteiro de ônibus da Linha Turismo.

A Praça Santos Andrade, localizada no Centro de Curitiba, possui 175 avaliações, com 57 fotografias. O perfil de visitante mais frequente é “Famílias”, e o período de maior visitação é entre os meses de Março e Maio.

A Praça Garibaldi, é localizada no Setor Histórico de Curitiba, no bairro São Francisco, e possui 108 avaliações, com 48 fotografias. O perfil de visitante mais frequente é “Famílias”, e o período de maior visitação é entre os meses de Setembro e Novembro.

Em Ilhéus, a Praça Dom Eduardo se localiza no Centro Histórico, pertencente ao “quarteirão Jorge Amado”. A praça apresentou 62 avaliações, com 24 fotografias. O perfil de visitante mais frequente é “Famílias”, e o período de maior visitação é entre os meses de Dezembro e Fevereiro.

A Praça do Cacau, localizada no bairro Cidade Nova, em Ilhéus, apresentou 35 avaliações, com 17 fotografias. Os perfis de visitante mais frequente é “Famílias” e “Amigos”, e o período de maior visitação é entre os meses de Junho e Agosto.

A Praça Castro Alves se localiza no Centro de Ilhéus, e apresentou 66 avaliações, com 46 fotografias. Os perfis de visitantes mais frequentes são “Famílias” e “Amigos”, e o período de maior visitação é entre os meses de Dezembro e Fevereiro.

A Praça Tiradentes, localizada no Centro de Curitiba, apresentou 322 avaliações, com 80 fotografias. O perfil de visitante mais frequente é “Famílias”, e o período de maior visitação é entre os meses de Março e Maio.

A Praça General Osório, localizada no Centro de Curitiba, apresentou 390 avaliações, com 91 fotografias. O perfil de visitante mais frequente é “Famílias”, e o período de maior visitação é entre os meses de Março e Maio.

Como foi discutido, a experiência turística vai depender do que é percebido do espaço pelo visitante. No campo da subjetividade, são amplas as possibilidades de estudo através da imagem. Spencer *apud* Bitt-Monteiro (2000, p. 6) trata a fotografia como ferramenta de análise para fins de observação, demonstração ou investigação de assuntos possíveis de serem captados visualmente, e ainda fenômenos que estejam aquém ou além da nossa capacidade visual.

Nas avaliações do *TripAdvisor*, baseamo-nos nas significações das praças para estabelecer as categorias de análise. As experiências dos visitantes foram analisadas a partir das imagens fotográficas e complementadas por depoimentos de visitantes, buscando atender ao objetivo de analisar a percepção dos turistas sobre a qualidade das experiências e a sustentabilidade nas praças turísticas de Curitiba e Ilhéus, aprimorando a atividade turística e gerando desenvolvimento social e econômico às cidades.

4 O ESPAÇO PERCEBIDO E REPRESENTADO SOCIALMENTE

Para reunir os dados obtidos a partir da seleção e análise das fotografias e depoimentos sobre as praças, foi necessário categorizá-los de acordo com as significações e as funções desempenhadas por esses espaços. Para a análise desses dados, buscamos seguir um único procedimento, que, basicamente, tratou de pesquisa sobre as praças e suas avaliações em ferramenta de reputação *online*.

Como essas avaliações podem ser interpretadas a partir de registros fotográficos e depoimentos, esses dados, categorizados, aqui se apresentam na forma de resultados. Dessa forma, trataremos aqui de análises das experiências de visitantes em praças de Curitiba-PR e Ilhéus-BA.

4.1 Análise da qualidade da experiência de visitantes na Praça do Japão, Curitiba, sob a perspectiva da imagem fotográfica

No website *TripAdvisor*, a Praça do Japão aparece como atrativo nº 41, de 300 atividades em Curitiba-PR, sendo a praça mais avaliada pelos visitantes, totalizando 1.436 avaliações, com 475 fotografias (em julho de 2018).

A Figura 6 apresenta uma vista aérea da Praça do Japão.



Figura 6 – Vista aérea da Praça do Japão, de Curitiba-PR.
Fonte: COPEL, 2012.

Para cada uma das significações de praça (visual, simbólica, recreativa e de circulação), foram identificadas fotografias representativas publicadas no website *TripAdvisor*, sobre a Praça do Japão. Nessa análise foram relacionadas a tipologia e significações com as funções desempenhadas pelas praças (MATAS COLOM, 1983; DE ANGELIS, 2000; DE ANGELIS, DE ANGELIS NETO, BARROS & BARROS, 2005; SERPA, 2011), bem como foram analisadas as experiências manifestadas pelos visitantes, com base nas dimensões da experiência (PINE & GILMORE, 1999).

A análise das avaliações dos visitantes (fotografias e depoimentos) tem a finalidade de compreender o que os visitantes pensam sobre a Praça do Japão, levando em consideração a sua expectativa e a experiência ao visitar a praça.

a) Significação Visual



Figura 7 – Praça do Japão, por “mmnogueira”, (mai. 2014). Curitiba-PR.
 Fonte: *TripAdvisor*, 2015

Na categoria “visual”, destaca-se a fotografia apresentada pela Figura 7. O visitante “mmnogueira”, de São Paulo, registrou a presença de usuários, mas destacou o Memorial Japonês e a grande quantidade de vegetação na área da praça. Na sua legenda, a frase “Um momento de paz” testifica a influência dos aspectos visuais e ecológicos, associados a outros elementos, como segurança, na significação do espaço. Ao descrever o local, o visitante também menciona outros elementos visuais, como “o espelho d’água que banha a grande estátua de Buda”, “alamedas”, “cerejeiras” vindas do Japão que no florescer (julho/agosto) premiam quem as vê, “caramanchão” onde “pode-se sentar sob a sombra apenas para deixar o olhar passear pelo portal de entrada”, ou pelo “pagode japonês” onde funcionam: lojinha, biblioteca, informações sobre Japão e os japoneses.

Na imagem pode ser identificada a dimensão contemplação por destacar elementos que levam o visitante à tomada de decisão, de permanecer no local, ou de eleger o ângulo fotográfico que melhor capte a sua imagem, representando em elemento convidativo, valendo-se de sua qualidade estética (FERRARA, 1988; PINE & GILMORE, 1999; BARRETTO, 2002).

b) Significação Simbólica



Figura 8 – Praça do Japão, por “Andressa T”, (mar. 2015). Curitiba-PR.
 Fonte: *TripAdvisor*, 2015

Na categoria “simbólica”, destaca-se a fotografia registrada pela visitante “Andressa T”, apresentada na Figura 8. O destaque é dado a uma das cerejeiras, inclusive na legenda: “Mais bela ainda com as cerejeiras!”. Nessa análise, é possível perceber na experiência a dimensão evasão pelo fato de haver um envolvimento ativo do observador, e a dimensão aprendizagem, necessitando que se defina que habilidades se deseja que o visitante exercite durante a sua experiência, envolvendo tanto a perspectiva sensorial quanto intelectual. A visitante complementa a avaliação salientando: “Fui em julho e o parque estava todo florido, com as cerejeiras lindas! Nunca conheci uma praça tão linda!”, o que também demonstra uma função psicológica proporcionada pelo seu caráter simbólico (DE ANGELIS, DE ANGELIS NETO, BARROS & BARROS, 2005).

Nessa imagem podem ser consideradas as dimensões evasão e aprendizagem por evidenciar a capacidade de permitir o visitante participar ativamente em toda a experiência, e, por esse caráter ativo, como é a aprendizagem, é preciso selecionar informações e habilidades que se deseja que o visitante exercite (PINE & GILMORE, 1999). Nesse aspecto, corroborando com Gomes (1997), a fusão desses domínios da experiência se

dá por esse espaço ser um símbolo, que, na sua imagem, transmite a história cotidiana do sujeito.

c) Significação Recreativa



Figura 9 – Praça do Japão, por “105 countries”, (fev. 2015). Curitiba-PR.
Fonte: *TripAdvisor*, 2015

Na categoria recreativa, o visitante “105countries”, de Chicago, registrou uma imagem em que podemos perceber uma aproximação com a dimensão contemplação, evidenciando uma qualidade da Praça do Japão (Figura 9). Na legenda, o visitante define: “Tranquil and serene, just like the name implies!!”, e no complemento da avaliação: *“We spent 3 nights in Curitiba and stayed at the (...) hotel located directly across the street from these lovely Japanese Gardens. It was so pleasant just to sit in the beautiful space and enjoy the nice November weather. There is a small gift shop and visitor’s center in the Padoga structure in the center of the park. We purchased post cards and they have an interesting assortment of Japanese gifts. Nice residential area and near the new upscale Patio Batel shopping center. Make sure you schedule time for a visit!!”*

Nessa imagem pode ser identificada a dimensão entretenimento por demonstrar aspectos mais passivos da experiência, demonstrando diversão e relaxamento, relacionados com sua significação de espaço com função de recreação, e o interesse em levar um registro da experiência através de

cartões-postais, e outras lembranças (FERRARA, 1993; PINE & GILMORE, 1999; CARLOS, SOUZA & SPOSITO, 2011).

d) Significação Circulação



Figura 10 – Praça do Japão, por “saimonrio”, (mar. 2014). Curitiba-PR.
Fonte: *TripAdvisor*, 2015

Para a categoria circulação, analisamos a fotografia registrada pelo visitante “saimonrio”, de Porto Velho, apresentada na Figura 10. A legenda estampa: “Uma Praça em Meio a Prédios”, e no complemento da avaliação o visitante salienta: “Curitiba tem a segunda maior população japonesa do Brasil”.

Nessa imagem, é possível encontrar a dimensão entretenimento, demonstrando diversão e relaxamento em grupo, e o interesse em registrar elementos do espaço que marcam/marcaram a visita (CARLOS, SOUZA & SPOSITO, 2011; FERRARA, 1993; SILVA, 2010). A mesma imagem pode ser considerada dentro da dimensão contemplação por destacar elementos que levam o visitante a eleger o ângulo que melhor capte a imagem pretendida, com o objetivo de registrar a experiência, registrando não apenas na memória a praça que atendeu às suas expectativas, favorecendo seu acesso e circulação aos pontos desejados, ou fazendo-o permanecer nela por algum tempo (FERRARA, 1988; PINE & GILMORE, 1999; BARRETTO, 2002; SILVA, 2010; GÂNDARA, SILVA, VIANA & CARVALHO, 2011).

4.2 Análise da qualidade da experiência dos visitantes na Praça da Espanha, Curitiba, sob a perspectiva da imagem fotográfica

Nesta seção, apresentaremos uma análise da qualidade das experiências vivenciadas por visitantes na Praça da Espanha. Essas experiências estão contidas nas imagens fotográficas e nos depoimentos registrados pelos visitantes e compartilhados no website *TripAdvisor*. A Praça da Espanha, localizada no bairro Bigorriho, Regional Matriz.

A Figura 11 apresenta uma vista aérea da Praça da Espanha.



Figura 11 – Vista aérea da Praça da Espanha, de Curitiba-PR.
Fonte: COPEL, 2012.

No website *TripAdvisor*, a Praça da Espanha aparece como atrativo nº 56, de 300 atividades em Curitiba-PR, apresentando 687 avaliações, com 60 fotografias (em julho de 2018).

Para cada uma das significações de praças (visual, simbólica, recreativa e de circulação), foram identificadas fotografias da Praça da Espanha, publicadas pelos visitantes. Na análise foram relacionadas as significações com as funções desempenhadas pelas praças (MATAS COLOM, 1983; DE ANGELIS, 2000; DE ANGELIS, DE ANGELIS NETO, BARROS & BARROS, 2005; SERPA, 2011), bem como foram analisadas as experiências manifestadas pelos visitantes, com base nas dimensões da experiência (PINE & GILMORE, 1999), obtidas na análise do conteúdo da imagem e dos depoimentos.

a) Significação Visual

Dentro da categoria “visual”, destacam-se as imagens fotográficas registradas pelas visitantes “E-Gisele G” e “Greicy L”, apresentadas nas Figuras 12 e 13, ressaltando o chafariz e o farol como elementos centrais. Apesar da fotografia apresentada na Figura 12 não ter comentários da visitante, é possível perceber a ênfase dada ao aspecto estético do monumento e na avaliação do destino. A fotografia apresentada na Figura 13 tem como legenda: “Olé”, e nos comentários a visitante descreve: “Linda, super-bem frequentada, com restaurantes no entorno... Um pedacinho da Espanha em Curitiba! E aos sábados tem feira de carro antigo”.



Figura 12 – Praça da Espanha, por “Gisele G”, (abr. 2014). Curitiba-PR.
Fonte: *TripAdvisor*, 2016.



Figura 13 – Praça da Espanha, por “Greicy L”, (set. 2015). Curitiba-PR.
Fonte: *TripAdvisor*, 2016.

Nestas imagens pode ser identificada a dimensão contemplação por destacar elementos que levam o visitante à tomada de decisão, de permanecer no local, ou de eleger o ângulo fotográfico que melhor capte a sua imagem, com o objetivo de registrar a experiência, servindo como elemento convidativo, valendo-se de seu valor estético (FERRARA, 1988; PINE & GILMORE, 1999; BARRETTO, 2002).

b) Significação Simbólica

Na categoria “simbólica”, destacam-se as fotografias dos visitantes “HellenSaimi” e “Giuliano C”, apresentadas nas Figuras 14 e 15. As imagens mostram a feira de automóveis antigos, que atrai muitos visitantes, e, a legenda da fotografia apresentada na Figura 14 destaca uma forte característica da área: “Concentração de bons restaurantes”. Na descrição desta imagem (Figura 14), a visitante registra: “No entorno da praça há uma concentração de bares e restaurantes. Nos sábados costuma ter eventos com banda, exposição de carros antigos, etc. Já abrigou algumas edições de uma feira gastronômica (Empório Soho), mas nestes dias tem que ter paciência para achar uma vaga para estacionar”. Na descrição da fotografia apresentada na Figura 15, o visitante, de Los Angelis (Califórnia), comenta: “A Praça da Espanha fica localizada numa área nobre de Curitiba, ao seu redor há muito comércio e restaurantes. Sábado a tarde acontece uma feira de antiguidades e exposição de carros antigos”.



Figura 14 – Praça da Espanha, por “HellenSaimi”, (out. 2013). Curitiba-PR.
Fonte: *TripAdvisor*, 2016.



Figura 15 – Praça da Espanha, por “Giuliano C”, (jan. 2016). Curitiba-PR.
 Fonte: *TripAdvisor*, 2016.

Nestas imagens podem ser consideradas as dimensões evasão e aprendizagem por evidenciar a capacidade de permitir o visitante participar ativamente em toda a experiência, e, por esse caráter ativo, como é a aprendizagem, é preciso selecionar informações e habilidades que se deseja que o visitante exercite (PINE & GILMORE, 1999). Nesse aspecto, corroborando com Gomes (1997), a fusão desses domínios da experiência se dá por esse espaço ser um símbolo, que permite perpassar emoção na sua imagem e na biografia do sujeito.

c) Significação Recreativa

Na categoria “recreativa” foi possível analisar a imagem fotografia do visitante “Kacotait”, de São Paulo, apresentada na Figura 16, que, na sua legenda estampa a mensagem: “Lugar legal!”, e na imagem se registra um momento familiar de desfrute de um importante atrativo do local: restaurantes, sorveterias e cafés localizados no entorno da Praça da Espanha. Na avaliação, o visitante complementa descrevendo: “No momento está sendo reformada! É uma praça bem localizada em Curitiba! Próxima a bairros nobres! É cercada

por restaurantes, cafés e sorveterias! Esperando que ela fique pronta e possamos passear nela novamente!”.



Figura 16 – Praça da Espanha, por “Kacotait”, (fev. 2015). Curitiba-PR.
Fonte: *TripAdvisor*, 2016.

A Figura 17 apresenta a fotografia de “Renato Aurelio C”, com a legenda: “Goleada de hamburgueres”. Na descrição ele comenta a experiência vivenciada em um restaurante: “você recebe um cardápio com o *layout* de um menu escrito a mão com giz num quadro negro. Como é um bar, as opções de pratos são mais restritas, porém os hamburgueres estão todos lá. Diferentemente de outros, neste o prato vem com uma apresentação diferenciada, dependendo do tipo. No *best burger* com bacon, as batatas fritas vem numa caneca de café estilo mineira. O espaço não é muito grande, porém possui grandes telões para poder assistir sem preocupação os esportes. Como estava com bebê e família, cheguei na hora do almoço e estava tranquilo, porém o espaço é bem jovem. Uma ótima pedida pra tardes ensolaradas”.



Figura 17 – Praça da Espanha, por “Renato Aurelio C”, (nov. 2015). Curitiba-PR.
Fonte: *TripAdvisor*, 2016.

Nestas imagens pode ser identificada a dimensão entretenimento por demonstrar aspectos mais passivos da experiência, demonstrando diversão e relaxamento, relacionados com sua significação de espaço com função de recreação, e o interesse em levar um registro da experiência através de cartões-postais, e outras lembranças (FERRARA, 1993; PINE & GILMORE, 1999; CARLOS, SOUZA & SPOSITO, 2011).

d) Significação de Circulação

Na categoria “circulação”, foi possível analisar imagens que registram a presença de pessoas em atividade programada na Praça da Espanha (apresentadas na Figura 18 e 19). Na legenda da fotografia apresentada na Figura 18, a visitante “LuizadeSa”, de Natal, qualifica o espaço: “Praça Aconchegante”, e complementa a avaliação relatando a sua experiência: “Conheci a Praça da Espanha em um dia de muitas atividades culturais, o ideal do que se deve acontecer numa praça. Tinha música rolando ao vivo, e

também diversão para as crianças. Muitas pessoas sentadas na grama, com comidas e bebidas, e aproveitando para curtir um dia de sábado. Outra coisa legal que aconteceu no mesmo dia foi a exposição de carros antigos. Vale a pena a visita”.

A Figura 19 apresenta a fotografia da visitante “Lais O”, que descreve a sua experiência comentando: “Muito bom aos sábados a tarde, quando tem bandas e tendas com comida e bebida. Sempre um pessoal interessante, música, novidades. A cara de Curitiba. Difícil ir e não encontrar alguém conhecido”, na imagem de legenda: “Lugar jovem e interessante”.



Figura 18 – Praça da Espanha, por “LuizadeSa”, (abr. 2015). Curitiba-PR.
Fonte: *TripAdvisor*, 2016.



Figura 19 – Praça da Espanha, por “Lais O”, (ago. 2015). Curitiba-PR.
Fonte: *TripAdvisor*, 2016.

Nestas imagens é possível encontrar a dimensão entretenimento, demonstrando diversão e relaxamento em grupo, e o interesse em registrar elementos do espaço que marcam/marcaram a visita (CARLOS, SOUZA & SPOSITO, 2011; FERRARA, 1993; SILVA, 2010). As mesmas imagens podem ser consideradas dentro da dimensão contemplação por destacar elementos que levam o visitante a eleger o ângulo que melhor capte a imagem pretendida, com o objetivo de registrar a experiência, registrando não apenas na memória a praça que atendeu às suas expectativas, favorecendo seu acesso e circulação aos pontos desejados, ou fazendo-o permanecer nela por algum tempo (FERRARA, 1988; PINE & GILMORE, 1999; BARRETTO, 2002; SILVA, 2010; GÂNDARA, SILVA, VIANA & CARVALHO, 2011; SILVA, 2016).

4.3 Análise da qualidade da experiência de visitantes na Praça Santos Andrade, Curitiba, sob a perspectiva da imagem fotográfica

Seguindo o mesmo procedimento, para cada uma das significações de praças (visual, simbólica, recreativa e de circulação), foram identificadas

fotografias da Praça Santos Andrade publicadas por visitantes no site *TripAdvisor*. Na análise foram relacionadas as significações e funções desempenhadas pelas praças (MATAS COLOM, 1983; DE ANGELIS, 2000; DE ANGELIS, DE ANGELIS NETO, BARROS & BARROS, 2005; SERPA, 2011), com experiências manifestadas pelos visitantes, com base nas dimensões da experiência (PINE & GILMORE, 1999).

No website *TripAdvisor*, a Praça Santos Andrade, localizada no bairro Centro, regional Matriz, aparece como atrativo nº 67, de 300 atividades em Curitiba-PR, apresentando 175 avaliações, com 57 fotografias (em julho de 2018).

A Figura 20 apresenta uma vista aérea da Praça Santos Andrade.



Figura 20 – Vista aérea da Praça Santos Andrade, de Curitiba-PR.
Fonte: COPEL, 2012.

a) Significação Visual

Na categoria “visual”, destaca-se a imagem fotográfica registrada por “Alairce”, e apresentada na Figura 21, ressaltando o chafariz e o prédio

histórico da Universidade Federal do Paraná como elementos centrais. Nesta imagem pode ser identificada a dimensão contemplação por destacar elementos que levam o visitante à tomada de decisão, de permanecer no local, ou de eleger o ângulo fotográfico que melhor capte a sua imagem, registrando a experiência e servindo como um recurso convidativo, esteticamente privilegiado pela disposição e pela natureza de seus elementos atrativos (FERRARA, 1988; PINE & GILMORE, 1999; BARRETTO, 2002).

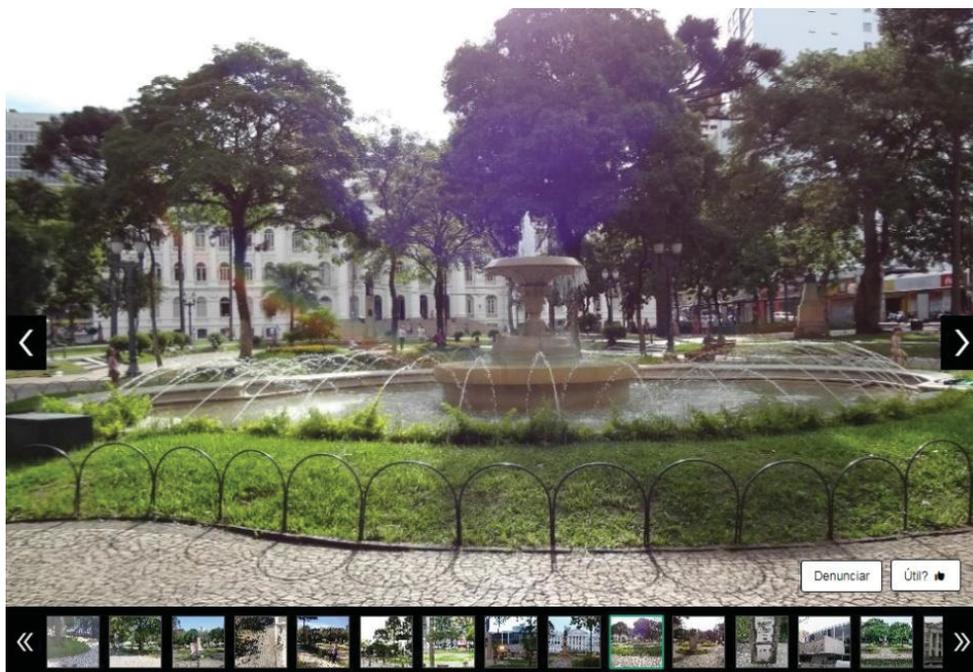


Figura 21 – Praça Santos Andrade, destaque para chafariz e, ao fundo, prédio histórico da Universidade Federal do Paraná. Curitiba-PR, por “Alairce”, (jan. 2015).

Fonte: *TripAdvisor*, 2017.

O que pode ser comprovado na avaliação do visitante, chileno de La Serena, identificado por “RudloffG” (jan.2016), que intitula o seu depoimento com: “Plaza hermosa”. Apesar da fotografia apresentada na Figura 21 ser uma representação de uma moradora em visita à Praça, é possível nela identificar comentários de turistas, como a do argentino, de Santa Cruz, identificado por “eduguerrero47”, que intitula a avaliação com: “centrica”, complementando com: “Frente a la Universidad, muy limpia con sector para artesanos. Medios

de transporte hacia todos los destinos”, evidenciando também a significação de circulação.

b) Significação Simbólica

Na categoria “simbólica”, destaca-se a fotografia do visitante “Eduardo-da-Costa”, de Natal-RN, apresentada na Figura 22. A imagem mostra elementos simbólicos, destacando o monumento à Rui Barbosa e à Águia de Haia, restaurada e colocada de volta à praça. O visitante apresenta na legenda: “vista da praça”, e na sua avaliação, intitula com “Famosa praça da UFPR, linda e central”, e complementa seu depoimento destacando também a sua localização, e manifestando, sobre essa centralidade, a sua experiência de aprendizagem sobre as representações ali expostas, e, de evasão por evidenciar a capacidade de permitir ao visitante participar ativamente em toda a experiência, e, por esse caráter ativo, como é a aprendizagem, é preciso selecionar informações e habilidades que se deseja que o visitante exercite (PINE & GILMORE, 1999). Baseado em Gomes (1997), a fusão desses domínios da experiência possibilita percebermos a qualidade de símbolo do espaço.

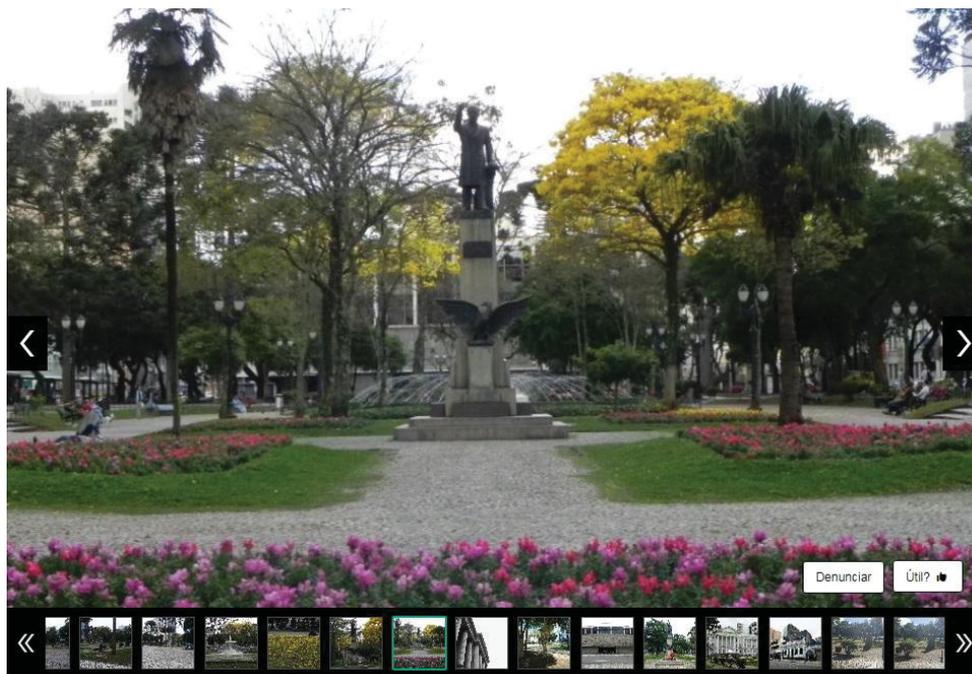


Figura 22 – Praça Santos Andrade, destaque para monumento a Rui Barbosa e Águia de Haia, e jardins da Praça Santos Andrade. Curitiba-PR, por “Eduardo-da-Costa”, (abr. 2016).

Fonte: *TripAdvisor*, 2017.

c) Significação Recreativa

Na categoria recreativa foi possível analisar a imagem fotografia do visitante “NortonG”, de Santa Maria, apresentada na Figura 23, que, na sua legenda estampa a mensagem: “A praça principal de Curitiba”, e na imagem se registra um ambiente que é ponto de encontro e local de exposições de artistas famosos. O visitante complementa a avaliação com o depoimento: “Praça central e principal de Curitiba, muito frequentada por seus moradores e turistas que visitam a cidade. Ela é considerada como um marco cultural da cidade, já que agrupa em seu entorno dois importantes pontos históricos e culturais de Curitiba, o belíssimo Prédio da Universidade Federal do Paraná e o imponente Teatro Guaíra. O logradouro conta com um bonito chafariz ornamentado, várias árvores centenárias e alguns bustos de personalidades importantes da cultura paranaense. O bom mesmo é sentar um pouco no local e ficar observando o povo ao redor”.

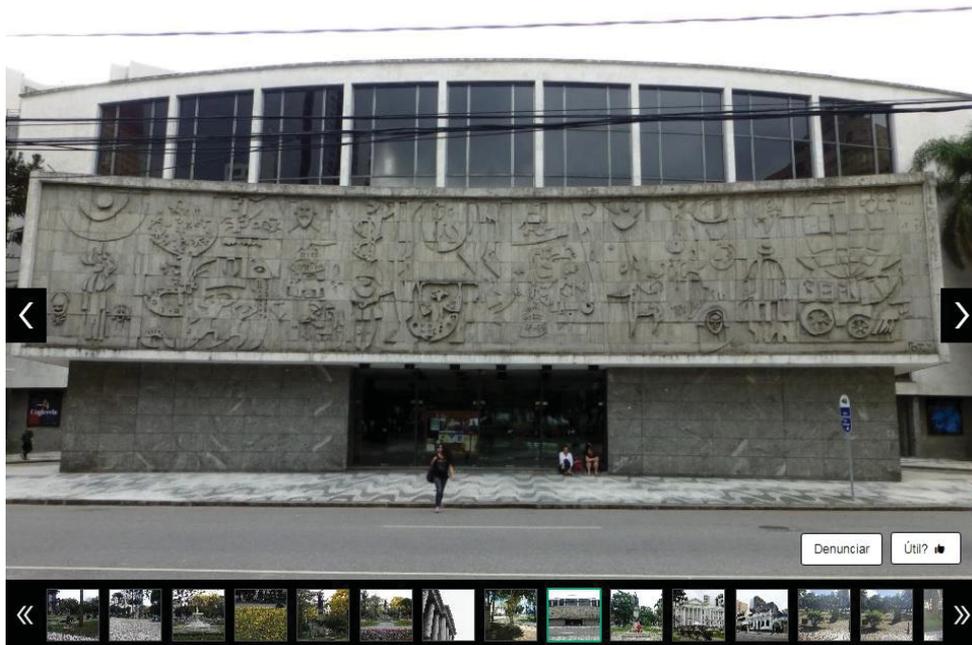


Figura 23 – Vista da fachada do Teatro Guaíra, localizado na praça, no lado oposto à UFPR. Curitiba-PR, por “NortonG”, (dez. 2015).
Fonte: *TripAdvisor*, 2017.

Além da experiência de evasão, nesta imagem pode ser identificada a dimensão entretenimento por demonstrar aspectos mais passivos da experiência, demonstrando diversão e relaxamento, relacionados com sua significação de espaço com função de recreação, e o interesse em levar um registro da experiência através de cartões-postais, e outras lembranças (FERRARA, 1993; PINE & GILMORE, 1999; CARLOS, SOUZA & SPOSITO, 2011).

d) Significação de Circulação

No tipo circulação, foi possível analisar a imagem que registra a presença de pessoas caminhando pela praça, funcionários da prefeitura realizando a limpeza da área, e pessoas sentadas nos bancos. Em comentário dessa fotografia, apresentada na Figura 24, o visitante “Cleyves”, de Macapá, qualifica o espaço: “Tranquila!!!”, e complementa a avaliação relatando a sua

experiência: “Praça pequena mas com uma visão linda ao fundo da Universidade Federal do Paraná, ao redor há bastante mendigos, mas é tranquila, possui algumas barracas de artesanato local e roupas, dar pra caminhar e tirar fotos sem ter muita gente por perto, gostei de passear nesta praça!”. Nessa avaliação, é possível destacar elementos definidos como caminhos e pontos nodais (LYNCH, 1999), e visão serial (CULLEN, 1971).

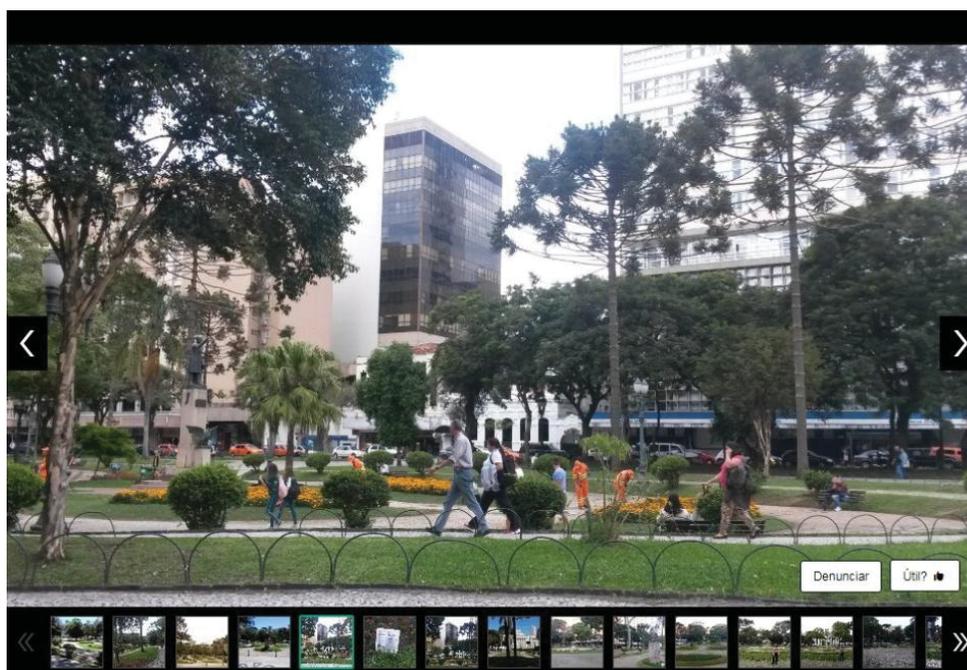


Figura 24 – Vista parcial da Praça Santos Andrade. Curitiba-PR, por “NortonG”, (dez. 2015).
Fonte: *TripAdvisor*, 2017.

É possível identificar a significação circulação, e também elementos que demonstram a experiência de entretenimento, demonstrando trânsito, permanência e relaxamento de diferentes grupos, e o interesse em registrar elementos do espaço que marcam/marcaram a visita (CARLOS, SOUZA & SPOSITO, 2011; FERRARA, 1993; SILVA, 2010). A mesma imagem pode ser considerada dentro da dimensão contemplação por destacar elementos que levam o visitante a eleger o ângulo que melhor capte a imagem pretendida, com o objetivo de registrar a experiência, registrando, não apenas na memória,

elementos da praça que corresponderam ou superaram às suas expectativas, favorecendo seu acesso e circulação aos pontos desejados, ou fazendo-o permanecer ali por algum tempo (FERRARA, 1988; PINE & GILMORE, 1999; BARRETTO, 2002; SILVA, 2010; GÂNDARA, SILVA, VIANA & CARVALHO, 2011).

4.4 Relacionando as análises da qualidade das experiências de visitantes nas praças da Espanha e do Japão, de Curitiba, sob a perspectiva da imagem fotográfica

Nessa seção, apresentamos os resultados da análise de duas praças da cidade de Curitiba. Visando seguir o mesmo procedimento adotado em outras análises, para cada uma das significações de praças (visual, simbólica, recreativa e de circulação), foram identificadas fotografias da Praça da Espanha e da Praça do Japão, publicadas por visitantes no site *TripAdvisor*.

Nessa análise, portanto, foram relacionadas as significações com as funções desempenhadas pelas praças (MATAS COLOM, 1983; DE ANGELIS, 2000; DE ANGELIS, DE ANGELIS NETO, BARROS & BARROS, 2005; SERPA, 2011), bem como foram analisadas as experiências manifestadas pelos visitantes, com base nas dimensões da experiência (PINE & GILMORE, 1999).

a) Significação Visual



Figura 25 – Praça da Espanha, por “Gleicon”, (jul. 2016). Curitiba-PR.
Fonte: *TripAdvisor*, 2017.

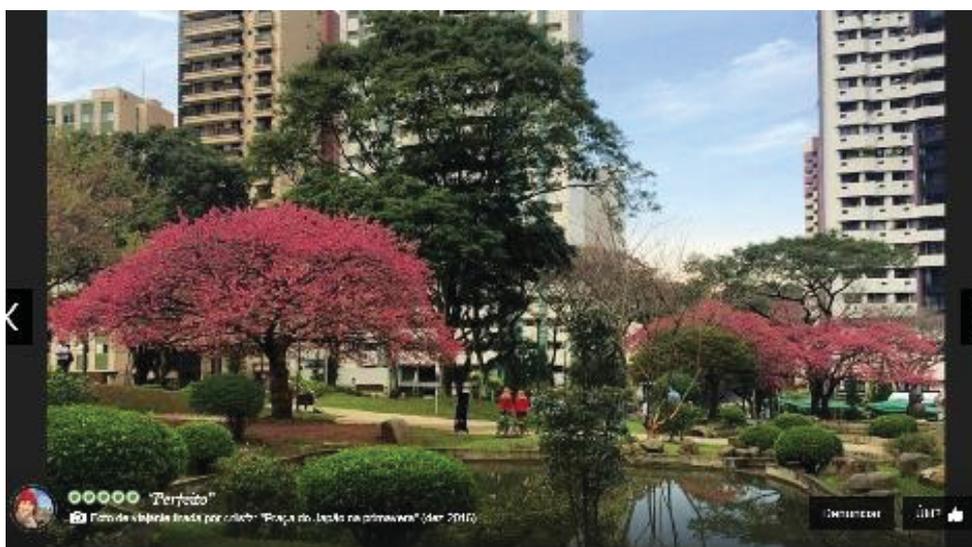


Figura 26 – Praça do Japão, por “criisfz”, (dez. 2016). Curitiba-PR.
Fonte: *TripAdvisor*, 2017.

Na categoria “visual”, destacam-se as imagens fotográficas registradas pelos visitantes “Gleicon” e “criisfz”, apresentadas nas Figuras 25 e 26, respectivamente, ressaltando o chafariz como elemento central da Praça da Espanha, e cerejeiras e lagos artificiais na Praça do Japão. Na avaliação da

Praça da Espanha (Figura 25), o visitante destaca elementos estéticos da praça, e complementa com o comentário que cita a existência de diversos restaurantes e bares no entorno da praça, qualificando essa avaliação com o título “Referência”. Na avaliação da Praça do Japão (Figura 26), a visitante registra a sua qualidade estética na imagem, com a legenda “Perfeito”, e complementa a avaliação relatando que costuma visitar a praça durante a primavera para fotografar e aprender com as aulas e outras atividades orientais que acontecem nos fins de semana.

Nestas imagens podem ser identificadas as dimensões contemplação, aprendizagem, e evasão, por destacarem elementos que levam o visitante à tomada de decisão, de permanecer no local, ou de eleger o ângulo fotográfico que melhor capte a sua imagem, com o objetivo de registrar a experiência, valendo-se de seu valor estético que pode servir como elemento convidativo; e por demonstrar a existência de uma experiência que requer total participação do sujeito envolvido, também exigindo o seu planejamento e gestão sobre que informações se deseja que o turista absorva, ou quais habilidades se deseja que o mesmo pratique durante a sua experiência (FERRARA, 1988; PINE & GILMORE, 1999; BARRETTO, 2002).

b) Significação Simbólica

Na categoria “simbólica”, destacam-se as fotografias dos visitantes “LeoniZ” e “Agloure M”, apresentadas nas Figuras 27 e 28. A imagem apresentada pela Figura 27 mostra a exposição de automóveis antigos, que atrai muitos visitantes nos fins de semana. O visitante descreve a sua experiência ao ver vários modelos de carros antigos, restaurados, e seus donos “por ali, sentados em cadeiras e batendo papo”, e depois de olhar os carros antigos, visitar um dos bares do entorno. A Figura 28 apresenta a Praça do Japão, e com a legenda “Paz”, o visitante comenta a sua experiência de visita a um “lugar tranquilo e bem cuidado onde adultos e crianças vão passear com seus animais de estimação”, e destaca ser ali um bonito local para fotografar.



Figura 27 – Praça da Espanha, por “LeoniZ”, (jan. 2017). Curitiba-PR.
 Fonte: *TripAdvisor*, 2017.

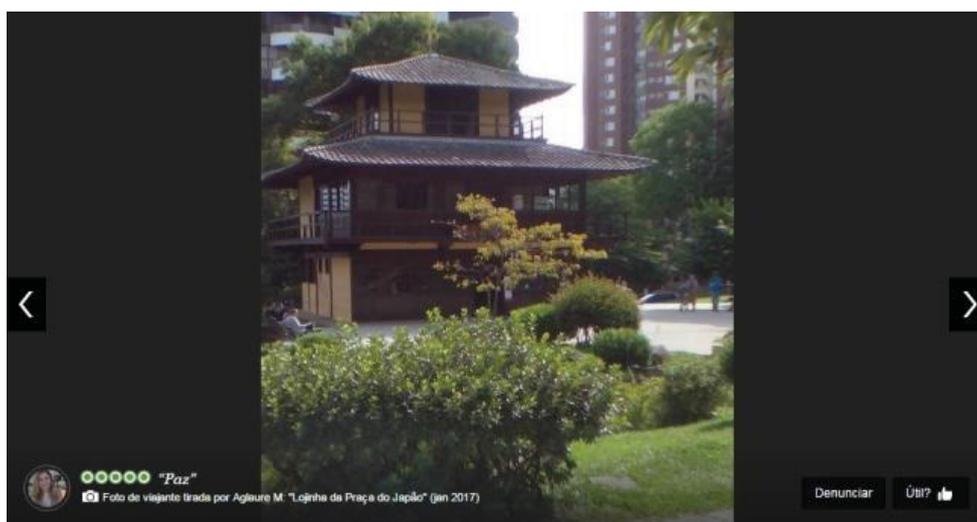


Figura 28 – Praça do Japão, por “Aglaura M”, (dez. 2016). Curitiba-PR.
 Fonte: *TripAdvisor*, 2017.

Nestas imagens podemos considerar a dimensões evasão, uma experiência de caráter ativo (PINE & GILMORE, 1999), como é a aprendizagem. Nesse aspecto, corroborando com Gomes (1997), a fusão desses domínios da experiência se dá por esse espaço ser um símbolo, que permite perpassar emoção na sua imagem e na biografia do sujeito.

c) Significação Recreativa

No tipo recreativa foi possível analisar a imagem fotográfica do visitante “Luciane D”, apresentada na Figura 29, que, na sua legenda estampa a mensagem: “Palco de grandes shows gratuitos”. Na descrição da sua experiência, a visitante destaca que a Praça da Espanha foi revitalizada há pouco tempo, é rodeada de bares e restaurantes, e que ocasionalmente acontecem shows no pequeno palco “e o pessoal senta na grama mesmo, para bater um bom papo”.



Figura 29 – Praça da Espanha, por “Luciane D”, (nov. 2016). Curitiba-PR.
Fonte: *TripAdvisor*, 2017.



Figura 30 – Praça do Japão, por “Bruna N”, (set. 2016). Curitiba-PR.
Fonte: *TripAdvisor*, 2017.

Na Figura 30, que apresenta a imagem da Praça do Japão, com o título “Um ótimo local para passear com a família”, a visitante relata a sua experiência ao visitar um local “muito agradável para sentar na grama e relaxar. A praça é cheia de fontes, peixinhos e plantas. Além das referências ao Japão. No final da tarde várias pessoas vão lá para passear com seus cachorros, para quem gosta de cães é muito bom para interagir com os animais de diversas raças”, também fazendo alusão às funções ecológica e psicológica deste espaço (DE ANGELIS, DE ANGELIS NETO, BARROS & BARROS, 2005).

Nestas imagens podem ser identificadas as dimensões entretenimento e evasão, por não apenas demonstrar aspectos passivos da experiência, demonstrando diversão e relaxamento, relacionados com sua significação de espaço com função de recreação, e o interesse em levar um registro da experiência através de lembranças e fotografias; mas também pela capacidade de fazer com que o visitante fique imerso nas atividades que realiza (FERRARA, 1993; PINE & GILMORE, 1999; CARLOS, SOUZA & SPOSITO, 2011).

d) Significação de Circulação



Figura 31 – Praça da Espanha, por “Paula C”, (jul. 2016). Curitiba-PR.
Fonte: *TripAdvisor*, 2017.



Figura 32 – Praça do Japão, por “JeffersonVeras”, (jun. 2015). Curitiba-PR.
 Fonte: *TripAdvisor*, 2017.

No tipo circulação, foi possível analisar imagens da Praça da Espanha e da Praça do Japão, registradas pelos visitantes “Paula C” e “JeffersonVeras”, respectivamente. As duas imagens demonstram a presença de pessoas/veículos. Na Figura 31, existe uma atividade programada, que, no caso, é a exposição de carros antigos, na avaliação, a visitante intitula a avaliação: “Lugar lindo e tranquilo”, e destaca a exposição, descrevendo a experiência de “curtir um solzinho nos bancos da praça” e qualifica esse espaço como um “lugar maravilhoso para passear a tardezinha”, com “ótimos restaurantes”. A Figura 32 apresenta uma imagem aérea da Praça do Japão, registrando o fluxo de veículos naquele local. O visitante “Jefferson Veras” intitula a sua avaliação com “Ambiente tranquilo!”, e descreve a sua experiência de visita, destacando os cuidados com a limpeza da praça, e a sua localização.

Nestas imagens é possível perceber a dimensão entretenimento, demonstrando diversão e relaxamento em grupo, e o interesse em registrar elementos do espaço que marcam/marcaram a visita (CARLOS, SOUZA & SPOSITO, 2011; FERRARA, 1993; SILVA, 2010). As mesmas imagens podem ser consideradas dentro da dimensão contemplação por destacar elementos que levam o visitante a eleger o ângulo que melhor capte a imagem pretendida, com o objetivo de registrar a experiência, também de forma material, através de fotografias, as quais possibilitam relatos de experiência de diversos

visitantes. A praça que favoreceu o seu deslocamento e acesso aos diversos atrativos, atendendo às suas expectativas (FERRARA, 1988; PINE & GILMORE, 1999; BARRETTO, 2002; SILVA, 2010; GÂNDARA, SILVA, VIANA & CARVALHO, 2011; SILVA, 2016).

4.5 Relacionando as análises da qualidade das experiências de visitantes nas praças Garibaldi, de Curitiba, e Dom Eduardo, de Ilhéus, sob a perspectiva da imagem fotográfica e de comentários

O termo centro histórico corresponde às localidades em que congregam o valor simbólico adquirido no tempo. Essas localidades concentram diversas funções urbanas, sempre em torno da identidade cultural da comunidade. Com efeito, as praças como espaços públicos são os locais onde as pessoas se reúnem, se veem, experienciam, e, no espaço, fazem referência a fatos importantes para a coletividade.

Curitiba e Ilhéus exibem suas histórias nos logradouros, sobretudo, nos elementos da morfologia urbana do Centro Histórico. Grande parte dos turistas visita essa área para conhecer como se originou, e que momentos marcaram a história da cidade, despertando curiosidades e adquirindo conhecimento.

Em Curitiba, o setor histórico é o lugar onde se encontram construções históricas que remetem à época de uma vila de garimpeiros, centro comercial de agricultores e ponto de apoio para tropeiros. A área é rica em patrimônio herdado de seus fundadores e colonizadores. Acredita-se que as primeiras construções na região de Curitiba iniciaram-se na atual Praça Tiradentes e no bairro São Francisco. Nessa área se concentram edificações importantes do século XVIII, como a Igreja da Ordem e a Casa Romário Martins, além de várias construções do século XIX e início do século XX (GUIA GEOGRÁFICO CURITIBA, 2018).

A Figura 33 apresenta uma vista aérea da Praça Garibaldi, localizada no bairro São Francisco, regional Matriz, em Curitiba.



Figura 33 – Vista aérea da Praça Garibaldi, de Curitiba-PR.
Fonte: COPEL, 2012.

No website *TripAdvisor*, A Praça Garibaldi aparece como nº 84, de 300 atividades em Curitiba, apresentando 108 avaliações, com 48 fotografias (em julho de 2018).

Em Ilhéus, a sua história remonta à época das Capitânicas Hereditárias, e até os dias atuais, os romances de Jorge Amado e a herança do período cacauero, enriquecem a sua história. Os atrativos culturais se somam às riquezas naturais, proporcionando um espaço privilegiado e com grande potencial turístico.

A Figura 34 apresenta a localização da Praça Dom Eduardo, no bairro Centro, em Ilhéus.

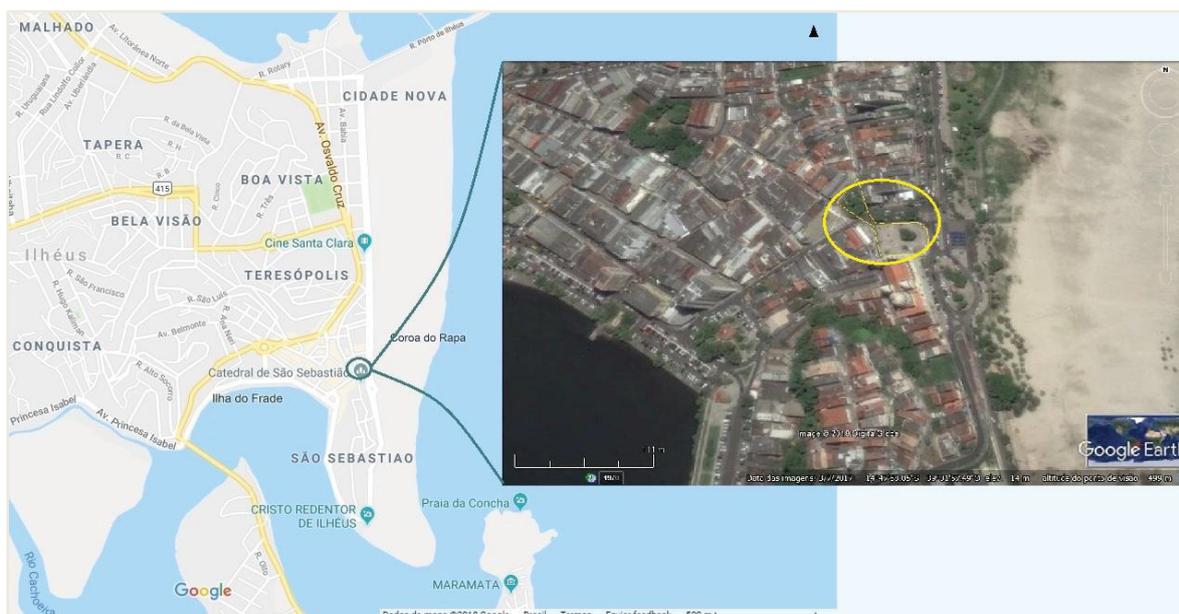


Figura 34 – Localização da Praça D. Eduardo, Ilhéus-BA.
Fonte: Google Maps – Adaptado pelo autor.

A Praça Dom Eduardo, localizada no bairro Centro, da cidade de Ilhéus, aparece no website *TripAdvisor* como atrativo nº 20, de 62 atividades em Ilhéus-BA, apresentando 62 avaliações, com 24 fotografias (em julho de 2018).

Como já foi tratado, as experiências derivam da percepção do espaço pelo sujeito. Seguindo o mesmo procedimento, a partir de uma pesquisa bibliográfica, e a análise das fotografias e depoimentos registrados por visitantes, sobre praças de Curitiba-PR e Ilhéus-BA, e divulgados no website *TripAdvisor*, foi possível analisar as experiências dos turistas diante de um atrativo e conhecer os fatores que as condicionam ou estimulam, buscando contribuir para o planejamento e gestão dos destinos desses destinos.

Dessa forma, trataremos do reconhecimento e identificação de elementos culturais, naturais, e econômicos, e a sua gestão, considerando a preservação e manutenção desses espaços. Nessas análises abordaremos aspectos patrimoniais, ambientais, e econômicos, de acordo com funções desempenhadas por cada praça, como: econômica, com estabelecimentos comerciais no entorno ou na própria praça, como estandes, feiras etc.; recreativa, com locais para atividades físicas ou repouso (permanência);

sociocultural, com elementos da história com possibilidades de uso pedagógico; ecológica, com exemplares da flora regional e preocupação com a identidade e sua preservação etc.

Como já foi tratado, tais experiências turísticas se baseiam nas significações e funções desempenhadas por cada praça, que, muitas vezes, podem se combinar; como já foi discutido. Para a escolha dessas praças, buscamos, a partir do referencial teórico, perceber equivalências nas funções desempenhadas pelas praças e nas experiências vivenciadas por seus visitantes, expressadas nas imagens fotográficas e nos depoimentos registrados por quem as visita. Levando em consideração a localização dessas praças em centros históricos, a atividade turística se beneficia das riquezas patrimoniais desses lugares.

Buscando categorizar as fotografias e depoimentos, de acordo com as funções desempenhadas pelas praças, e, relacionando-as com as dimensões da experiência, na análise desses registros, se destacaram as Praças Dom Eduardo, em Ilhéus-BA, e, a Praça Garibaldi, em Curitiba-PR.

a) Significação Visual

A Figura 35 apresenta uma vista parcial da Praça Garibaldi, em Curitiba, um registro do visitante “rvidamaral”, do Rio de Janeiro. Na descrição da avaliação, o visitante define como “praça charmosa”, e na fotografia percebemos a sua intenção em registrar, na mesma imagem, elementos como o relógio das flores e uma das luminárias da praça, em segundo plano, barracas da “feirinha do Largo da Ordem”, e, ao fundo, o Palácio Giuseppe Garibaldi, sede da Sociedade Garibaldi, memorável local de integração de imigrantes italianos em Curitiba (CENTRO HISTÓRICO DE CURITIBA, 2018).



Figura 35 – Vista parcial da Praça Garibaldi, por “rvdamaral” (jun. 2016). Curitiba-PR.

Fonte: *TripAdvisor*, 2018.

A visitante “ClaudiaBoeira”, de Porto Alegre, registra o depoimento intitulado “Uma graça!”, e comenta: “bonita atração”. Para o visitante “Gilberto S”, de Fortaleza, “A parte mais linda da praça”. Na descrição das avaliações, são enfatizados elementos patrimoniais, fazendo alusão ao casario do entorno da Praça Garibaldi, salientando o aspecto contemplativo do “relógio das flores”.

Na imagem fotográfica apresentada na Figura 36, o visitante “ifrn1022”, de Brusque, destaca um elemento estético da Praça Dom Eduardo, em Ilhéus-BA, a Catedral de São Sebastião. Pertencente a um conjunto de atrativos que inclui além da Catedral, o Bar Vesúvio e o Teatro Municipal de Ilhéus, a Praça Dom Eduardo se destaca como espaço turístico pela sua localização junto a diversos atrativos da área denominada “Quarteirão Jorge Amado”.

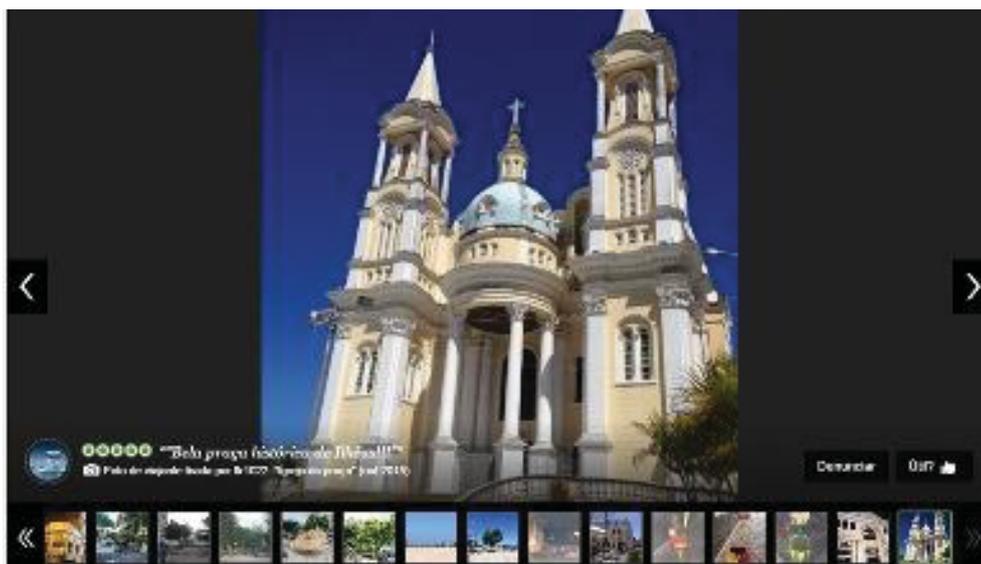


Figura 36 – Catedral de São Sebastião. Praça D. Eduardo, por “ifr1022” (out. 2015). Ilhéus-BA.
Fonte: *TripAdvisor*, 2016.

Nessa análise, na categoria “significação visual”, podemos perceber as dimensões da experiência contemplação e aprendizagem, registradas em fotografias e depoimentos compartilhados no *TripAdvisor*, como as avaliações demonstradas, sobre as praças Garibaldi, em Curitiba, e Dom Eduardo, em Ilhéus.

b) Significação Simbólica

Na categoria simbólica, a Figura 37 apresenta o registro da visitante “Evelyn D”, da Guatemala. Nessa imagem, podemos perceber o destaque dado ao “cavalo babão”, um dos monumentos mais conhecidos de Curitiba, e, araucárias, na área da praça. A visitante intitula a sua avaliação com: “*Impecable*”, e em seu depoimento destaca “*sus hermosos edificios coloridos, la bella fuente, sus cafés, comercios, museos, galería, mercado al aire libre algunos días, oficina de turismo y otros... Patrimonio de la ciudad!!*”.



Figura 37 – Vista parcial da Praça Garibaldi, por “Evelyn D”. (jan. 2018). Curitiba-PR.
Fonte: *TripAdvisor*, 2016.

Sobre a Praça Dom Eduardo, em Ilhéus, na categoria simbólica, é possível perceber a experiência evasão em vários depoimentos, principalmente os que se referem aos momentos de fim de tarde, o bem-estar ao apreciar a brisa local e o cantar dos pássaros, revelando uma função psicológica do espaço. Assim como os comentários sobre os sabores presentes em produtos comercializados no local, como chocolates artesanais e sorvetes variados.

A visitante “Luciana C”, de Garça, registra depoimento intitulado “Delícia!”, comentando: “Imagine um sorvete delicioso sem lactose! Somente o sabor da fruta... Experimentei o de umbu, top, top... vale a pena conhecer... Fica bem na esquina do bar Vesúvio, pertinho do centro histórico, tudo juntinho!!”. A visitante “Chistine”, de Davenport, comenta: “*Cupuaçu ice cream is the best*”. Complementando a análise desta categoria, a Figura 38 mostra o depoimento da visitante “Marcilley B”, de São Paulo.



Figura 38 – Avaliação da visitante “Marcilley B”. (mar. 2016). Ilhéus-BA.
 Fonte: *TripAdvisor*, 2016.

Sobre a Praça Garibaldi, enfocando a significação Simbólica, a visitante “KatiaFonseca”, de São Caetano do Sul, registrou a imagem retratando pinturas expostas à venda na Feirinha do Largo da Ordem, uma luminária, e, em primeiro plano, a placa informativa sobre a Sociedade Garibaldi (Figura 39).

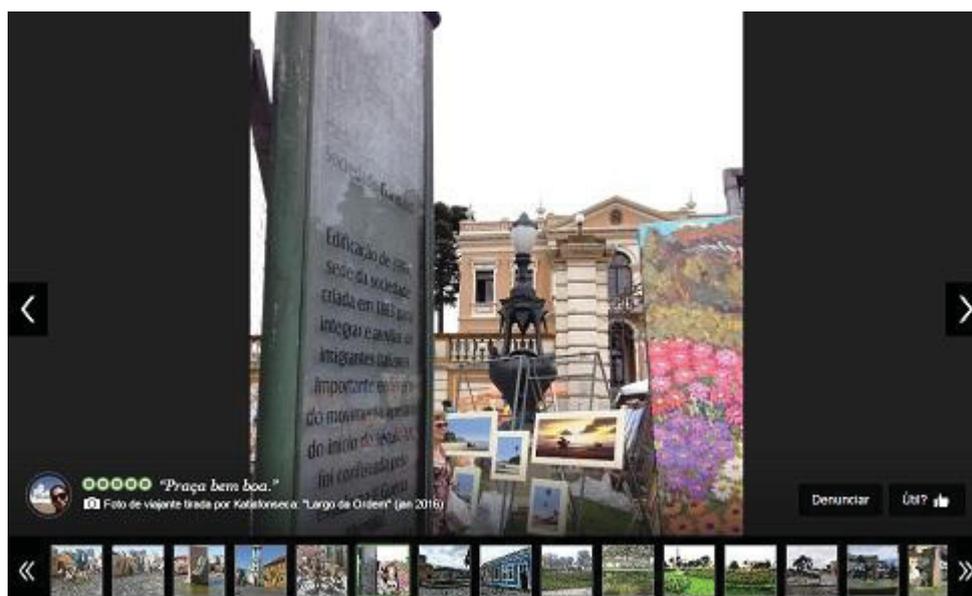


Figura 39 – Praça Garibaldi, registro da visitante “KatiaFonseca”, Curitiba-PR. (jan. 2016).
 Fonte: *TripAdvisor*, 2016.

Nos comentários da avaliação, a visitante destaca o “Relógio das Flores” e a exposição de quadros de pinturas e outras obras de arte em frente ao Palácio Garibaldi, por artistas, aos domingos, na Feirinha do Largo da Ordem (Figura 40).



Figura 40 – Avaliação da visitante “KatiaFonseca”, sobre a Praça Garibaldi, Curitiba-PR.

Fonte: *TripAdvisor*, 2016.

A reputação *online* se constitui em um recurso de grande valor para gestores e planejadores que têm a visão de que o visitante, como certificador final, tem a melhor e mais real opinião sobre determinado atrativo. Nesse sentido, é comum, na análise desses espaços públicos, de acordo com as categorias, as significações das praças, se obter comentários mais críticos, de acordo com a experiência de quem visita esses espaços.

Na análise da significação Simbólica, o visitante “Fabio M” registrou um vendedor de produtos artesanais na Praça Dom Eduardo na área em frente à Catedral de São Sebastião, em Ilhéus (Figura 41). Na avaliação, o visitante comentou as qualidades daquele espaço, e, fez críticas sobre a sua conservação, por seu valor histórico e por se constituir num ponto de encontro de turistas e moradores (Figura 42).



Figura 41 – Frequentação de moradores e turistas na Praça Dom Eduardo, por “Fabio M”. Ilhéus-BA. (jan.2016).
Fonte: *TripAdvisor*, 2016.



Fabio M
Suzano, SP
236 399

5 Avaliou em 27 de janeiro de 2016

Já foi mais bonita

Localizada na frente da Catedral de São Sebastião e outros pontos turísticos centrais de Ilhéus, esta praça poderia estar mais conservada pelo valor histórico e por ser ponto de encontro de turistas e locais.




[Peça informações para Fabio M sobre Praça Dom Eduardo.](#)

2 Obrigado, Fabio M

Esta avaliação representa a opinião subjetiva de um membro do programa TripAdvisor e não da TripAdvisor LLC.

Figura 42 – Avaliação do visitante “Fabio M”, sobre a Praça Dom Eduardo, Ilhéus-BA.
Fonte: *TripAdvisor*, 2016.

c) Significação Recreativa

Na categoria recreativa, o morador “Betão49”, registra um momento de descontração na fotografia apresentada pela Figura 43, na legenda da imagem destaca: “Ônibus Turismo passando”. No complemento da avaliação, o morador salienta: “ótimo lugar para ver coisas lindas e tomar uma cerveja em boa companhia... A Praça Garibaldi é ideal para se sentar a sombra de um pinheiro (araucária) conversar com amigos e ver o tempo (e os ônibus) passar”.

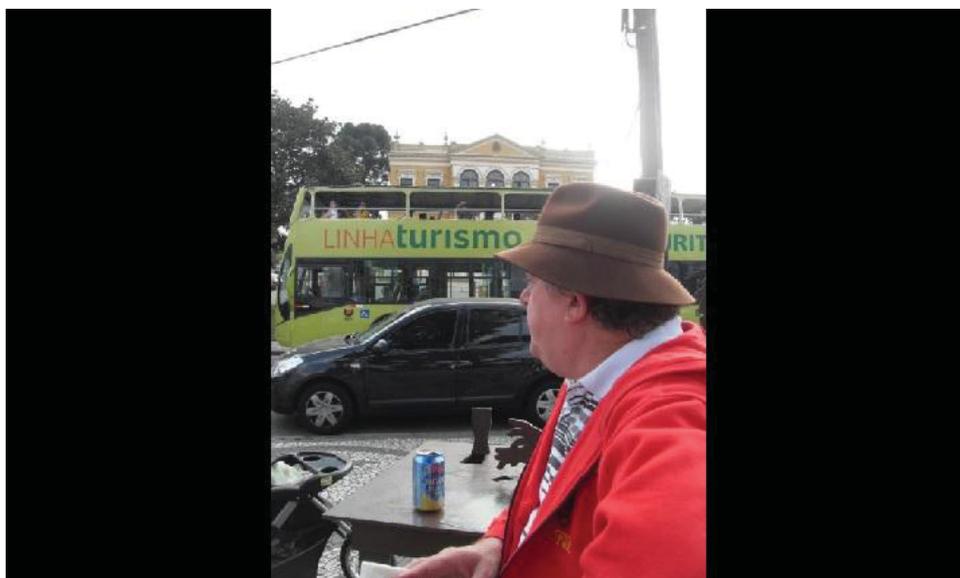


Figura 43 – Registo do morador “Betão49”. Praça Garibaldi, Curitiba-PR. (abr. 2016).
Fonte: *TripAdvisor*, 2018.

Na Praça Dom Eduardo, em Ilhéus, a significação Recreativa é percebida na imagem registrada pelo visitante “dncunha”, de Salvador, em que se apresenta um momento familiar no Bar Vesúvio, conhecido por obras do escritor Jorge Amado (Figura 44).



Figura 44 – Área externa do Bar Vesúvio, registro do visitante “dncunha” (fev. 2016). Praça D. Eduardo, Ilhéus-BA.
Fonte: *TripAdvisor*, 2016.

Na categoria recreativa, nas avaliações em fotografias e depoimentos, das praças Garibaldi, em Curitiba, e Dom Eduardo, em Ilhéus, podemos perceber as dimensões da experiência entretenimento e evasão, caracterizadas pelos momentos de lazer, retratados nas imagens e apoiados pelos depoimentos.

d) Significação Circulação

Na categoria circulação, o visitante “Gilberto S.”, registrou a Praça Garibaldi, em Curitiba, em dia de domingo, quando naquele local se realiza a “Feirinha do Largo da Ordem”, registrando o fluxo de pessoas visitando a Praça Garibaldi (Figura 45).

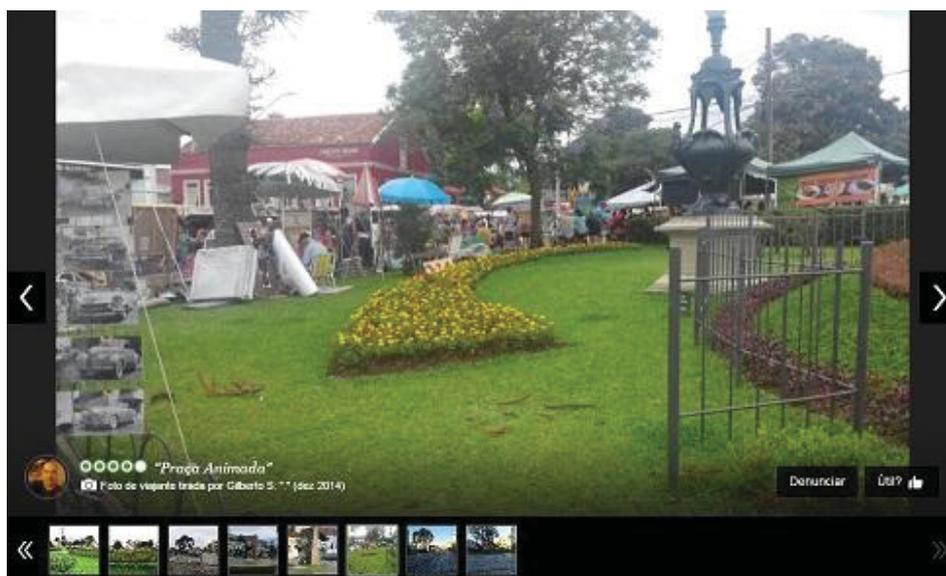


Figura 45 – Frequentação de pessoas na Praça Garibaldi, Curitiba-PR, por “Gilberto S”. (dez.2014).
Fonte: *TripAdvisor*, 2016

Na avaliação comentada, o visitante “Gilberto S”, de Fortaleza, salientou a significação Circulação, destacando a localização da Praça Garibaldi em frente à Igreja do Rosário, destacando a proximidade de bons restaurantes, lugares de diversão, intitulado a sua avaliação com a mensagem “Praça animada” (Figura 46).



Figura 46 – Avaliação do visitante “Gilberto S.”, sobre a Praça Garibaldi, Curitiba-PR.
Fonte: *TripAdvisor*, 2016.

Sobre a Praça Dom Eduardo, em Ilhéus, o visitante “dncunha”, de Salvador, destaca a arborização, mas também situa a proximidade do local com o mar, e outros atrativos, definindo no título de sua avaliação: “Bem localizada”, demonstrando a significação Circulação (Figura 47).



Figura 47 – Avaliação do visitante “dncunha”, sobre a Praça Dom Eduardo, Ilhéus-BA.

Fonte: *TripAdvisor*, 2016.

A visitante “VaniaPereira90”, de Coimbra, avaliou a Praça Dom Eduardo, em Ilhéus, intitulando: “Praça movimentada”. Na descrição de sua avaliação, a visitante destaca a proximidade do mar relatando poder ouvir o movimento das ondas a noite (Figura 48), demonstrando uma experiência diretamente relacionada à percepção da paisagem. A visitante salienta ainda que é uma praça antiga, onde se encontram bares e lojinhas outros estabelecimentos.



Figura 48 – Avaliação da visitante “VaniaPereira90”, sobre a Praça Dom Eduardo, Ilhéus-BA.

Fonte: *TripAdvisor*, 2016

Uma mesma imagem pode expressar mais de uma dimensão da experiência. Assim como, em algumas experiências vivenciadas, é possível categorizar as praças de acordo com suas significações. A percepção do espaço vai variar conforme o sujeito, considerando o seu repertório e as suas expectativas. Além disso, o atrativo possibilita ao visitante múltiplas experiências.

Assim, como o Turismo é uma atividade movida por imagens, que podem determinar ou não a escolha de um destino, a experiência vivenciada por visitantes, expressada nas imagens e nos depoimentos, sobre as praças que se constituem em espaços públicos de experiências turísticas, proporciona uma leitura crítica, que se propaga nas representações.

4.6 Relacionando as análises da qualidade das experiências de visitantes nas praças do Cacau e Castro Alves, de Ilhéus, sob a perspectiva da imagem fotográfica e de comentários

Utilizando o mesmo procedimento, de selecionar as fotografias registradas por visitantes e veiculadas no website *TripAdvisor*, identificamos imagens e depoimentos relacionados com experiências vivenciadas durante as visitas. Essas imagens foram categorizadas de acordo com as significações da praça e as dimensões da experiência (MATAS COLOM, 1983; DE ANGELIS, 2000; DE ANGELIS, DE ANGELIS NETO, BARROS & BARROS, 2005; PINE & GILMORE, 1999), visando atender ao objetivo de analisar a percepção dos turistas sobre a qualidade das experiências nas praças turísticas de Curitiba e Ilhéus.

Neste tópico tratamos de apresentar os resultados da análise de duas praças da cidade de Ilhéus. Visando seguir o mesmo procedimento adotado em outras análises, para cada uma das significações de praças (visual, simbólica, recreativa e de circulação), foram identificadas fotografias da Praça do Cacau e da Praça Castro Alves, publicadas por visitantes no site *TripAdvisor*.

Seguindo o procedimento adotado em outras análises, nesse estudo também foram relacionadas as significações com as funções desempenhadas pelas praças (MATAS COLOM, 1983; DE ANGELIS, 2000; DE ANGELIS, DE ANGELIS NETO, BARROS & BARROS, 2005; SERPA, 2011), bem como foram analisadas as experiências manifestadas pelos visitantes, com base nas dimensões da experiência (PINE & GILMORE, 1999).

Buscamos analisar experiências de visitantes sobre a Praça do Cacau e a Praça Castro Alves, atendendo o nosso objetivo de compreender a percepção dos turistas sobre a qualidade das experiências turísticas nesses espaços, aprimorando o turismo e gerando desenvolvimento social e econômico às cidades. Seguimos o procedimento adotado anteriormente, selecionando e categorizando as imagens fotográficas de acordo com a significação da praça, a experiência manifestada na imagem, e nos depoimentos de visitantes, registrados no website *TripAdvisor*.

A Praça do Cacau, como é popularmente conhecida a Praça José Haroldo Castro Vieira, se localiza no bairro Cidade Nova, área central da cidade de Ilhéus. A sua área é caracterizada por apresentar cacagueiros coexistindo com exemplares arbóreos de Mata Atlântica, que, assim como nas fazendas, proporcionam o sombreamento fundamental para o seu desenvolvimento. No website *TripAdvisor*, a Praça do Cacau aparece como atrativo nº 32, de 62 atividades em Ilhéus-BA, apresentando 35 avaliações, com 17 fotografias (em julho de 2018).

A Figura 49 apresenta a localização da Praça do Cacau, no bairro Cidade Nova, em Ilhéus.

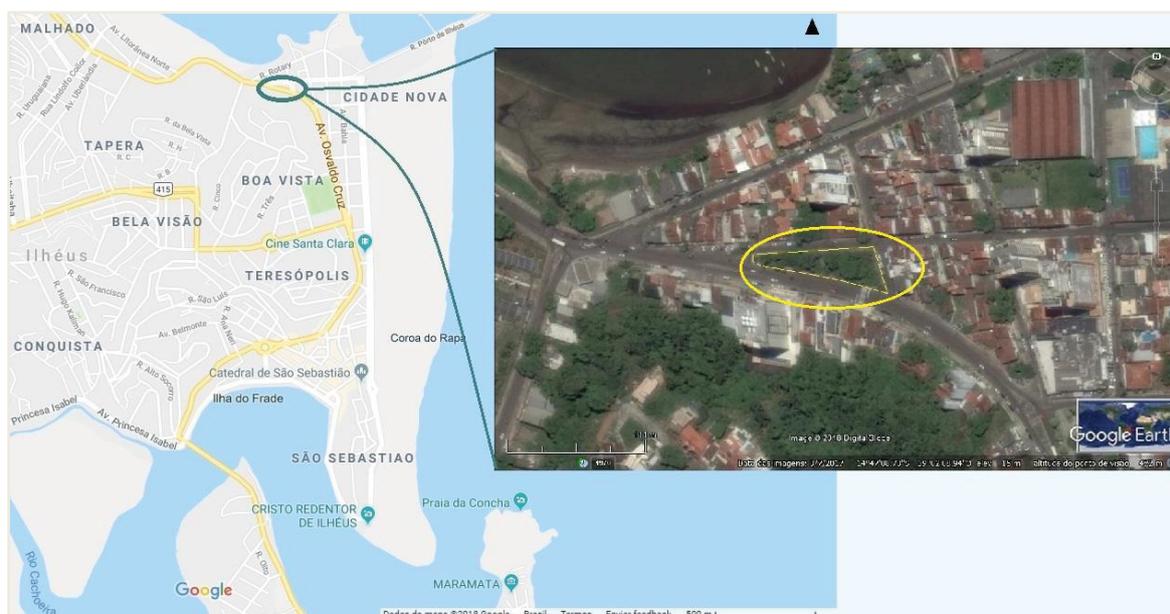


Figura 49 – Localização da Praça do Cacau, Ilhéus-BA.

Fonte: Google Maps – Adaptado pelo autor.

Numa área cercada, foi instalada uma minifazenda de cacau, que serve de atrativo aos visitantes. É possível perceber na jardinagem a intervenção do trabalho manual do homem em procedimentos tradicionais relacionados ao manejo do cacau, desde a roçagem, capinagem, poda, e também em procedimentos realizados após a colheita, como a retirada das amêndoas, a sua secagem e processamento para a produção do chocolate, comentados e

demonstrados para os visitantes, por guias de turismo, com o auxílio de maquete.

A Figura 50 apresenta a localização da Praça Castro Alves, no bairro Centro, em Ilhéus.

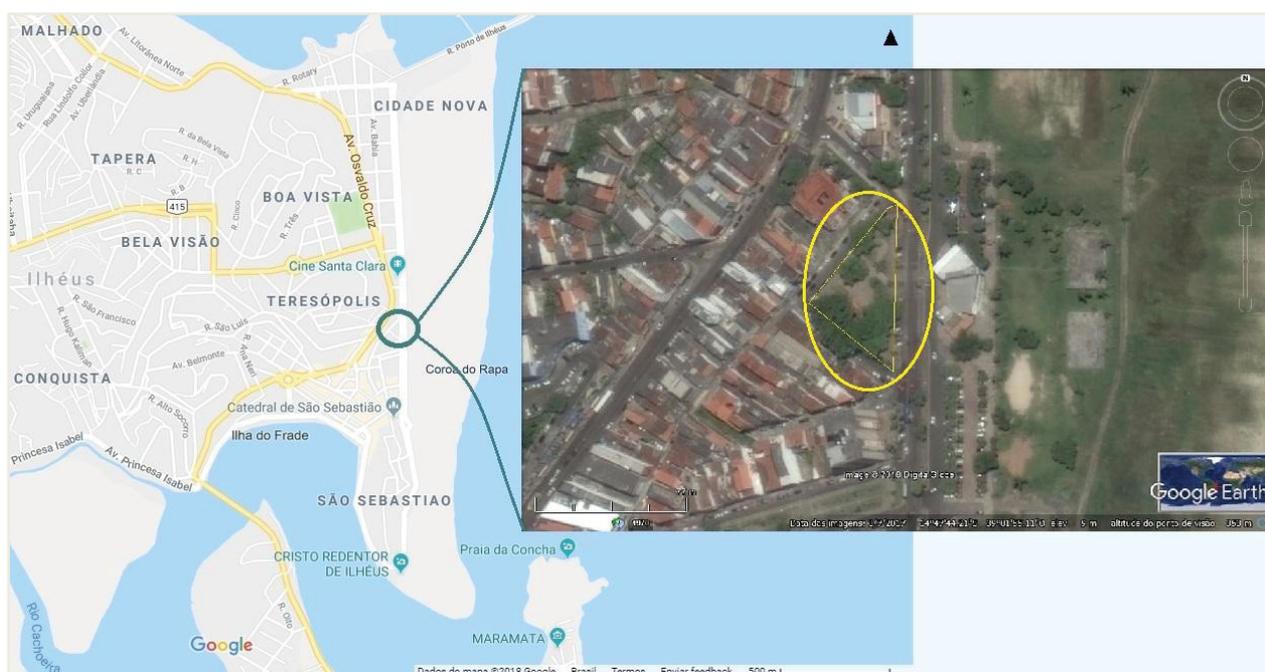


Figura 50 – Localização da Praça Castro Alves, Ilhéus-BA.
Fonte: Google Maps – Adaptado pelo autor.

Na análise dos dados referentes a Praça Castro Alves, um obstáculo exigiu o conhecimento de características da praça por parte do pesquisador. Considerando que não existe método de pesquisa ideal (GÜNTHER; ELALI & PINHEIRO, 2011, p. 242), e, buscando transpor eventuais limitações como essa, compete ao pesquisador utilizar métodos complementares de investigação, como os estudos preliminares desenvolvidos pelos geógrafos Silva e Bomfim (2012), sobre as transformações geoambientais das praças de Ilhéus.

Na busca dos termos “Praça Castro Alves Ilhéus”, no *TripAdvisor*, foram encontradas 66 avaliações, com 46 fotografias, sendo o atrativo nº 20, de 62

atividades em Ilhéus-BA. Porém, entre essas avaliações, incluem-se fotografias e depoimentos de visitantes da Praça Castro Alves da cidade de Salvador-BA (Figura 51).

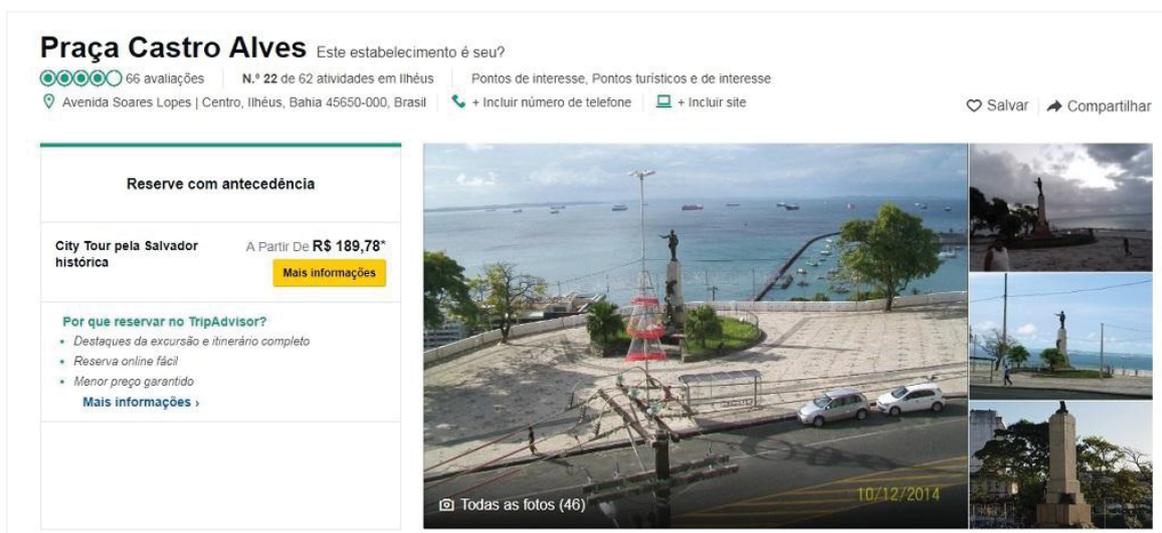


Figura 51 – Imagem da página de apresentação das avaliações do atrativo.
Fonte: *TripAdvisor*, 2018

A Praça Castro Alves, mais conhecida como Praça “da Irene”, se localiza na Avenida Soares Lopes, orla marítima central da cidade de Ilhéus-BA. Muito frequentada por moradores e turistas, a praça apresenta quiosques para comercialização de acarajé, tapioca, caldo de cana, água de coco, e outros produtos da culinária regional. Em relação a monumentos, a praça possui um busto do poeta Castro Alves, situado em seu centro. No seu entorno se localiza a Biblioteca Municipal de Ilhéus, e outros pontos de interesse de moradores e visitantes, como lanchonetes, pizzarias, além de funcionar como um ponto de encontro próximo a outras praças como a Praça Dom Eduardo e a Praça Ruy Barbosa, e ao Cinema “Cine Santa Clara”.

O procedimento de análise, como já demonstrado, buscou relacionar as significações e funções das praças com as experiências vivenciadas pelos visitantes e manifestadas pelas imagens e pelos depoimentos contidos nas avaliações do destino.

a) Significação Visual

A Figura 52 apresenta uma vista parcial da Praça do Cacau. A imagem foi registrada pela visitante “Adriana G”, do Rio de Janeiro, que buscou retratar um elemento estético da praça. No entanto, a visitante intitula a avaliação com: “Esperava mais”, e, na sua descrição, complementa que, apesar de no local ser possível provar o fruto, considerou “meio sem graça”, destacando a apresentação de “pessoas com roupas típicas cantando músicas”. Esse ponto pode evidenciar a necessidade de adequação do tempo de apresentação com o tempo de visita, e, a variedade e a seleção dos atrativos que serão apresentados.



Figura 52 – Praça do Cacau, por “Adriana G” (jun. 2015). Ilhéus-BA.
Fonte: *TripAdvisor*, 2018

A Figura 53 apresenta a Praça Castro Alves, no registro do visitante “dncunha”, de Salvador. Na imagem, o visitante registra a presença de frequentadores (moradores e visitantes) e ambulantes, dando ênfase à estética do lugar. O título da avaliação é “parte da praça”, e na sua descrição, o visitante comenta que a praça fica em frente à praia, com bancos, árvores

diversas que sombreiam as mesas e cadeiras ali colocadas pelos estabelecimentos de gastronomia existentes no local.



Figura 53 – Vista parcial da Praça Castro Alves, por “dncunha” (fev. 2016). Ilhéus-BA.
Fonte: *TripAdvisor*, 2018

A Figura 54 apresenta o depoimento da visitante “Ana D”, de Barueri, que destaca a vista para o Morro de Pernambuco, em Ilhéus.



Figura 54 – Depoimento da visitante “Ana D” (jun. 2017). Ilhéus-BA.
Fonte: *TripAdvisor*, 2018

Nestas duas fotografias e no depoimento, pode-se reconhecer a dimensão contemplação pelo destaque a elementos determinantes para a escolha do ângulo e enquadramento que melhor captassem a imagem pretendida, e/ou para o registro de elementos que marcaram a experiência da visita (FERRARA, 1988; PINE & GILMORE, 1999; BARRETTO, 2002).

b) Significação Simbólica

Na análise da Praça do Cacau, na categoria “simbólica”, destacou-se a fotografia do visitante “RogerioCunha”, de Alfenas, apresentada pela Figura 55. A imagem mostra um cacaeiro com frutos, e, no título da avaliação, o visitante expõe: “Esperava mais de uma praça dedicada a uma das fontes históricas de riqueza da cidade”. No complemento da avaliação, o visitante comenta que, devido a importância do cacau para a economia regional, a praça poderia ser melhor cuidada, e faz algumas sugestões, como a inclusão de informações em placas ou esculturas (Figura 56).



Figura 55 – Cacaeiro. Praça do Cacau, por “RogerioCunha”. (mar. 2015). Ilhéus-BA.

Fonte: *TripAdvisor*, 2018.



Figura 56 – Depoimento sobre a Praça do Cacau, por “RogerioCunha”. (mar. 2015). Ilhéus-BA.
 Fonte: *TripAdvisor*, 2018.

Na imagem apresentada pela Figura 55, e no depoimento do visitante (Figura 56), percebemos uma relação com as dimensões evasão e aprendizagem, permitindo a este, participar ativamente em toda a experiência. O visitante identifica e reconhece a importância de determinado símbolo para a cidade, no caso o cacau, relacionando economia e cultura, e apresenta sugestões visando contribuir com as experiências de outros visitantes (PINE & GILMORE, 1999).

Na análise da Praça Catro Alves, na categoria simbólica, destacou-se a fotografia do visitante “dncunha”, de Salvador, apresentada pela Figura 57. A imagem mostra frequentadores desfrutando das variadas opções da praça. Em destaque, o famoso Acarajé da Irene, que dá nome popular à praça.

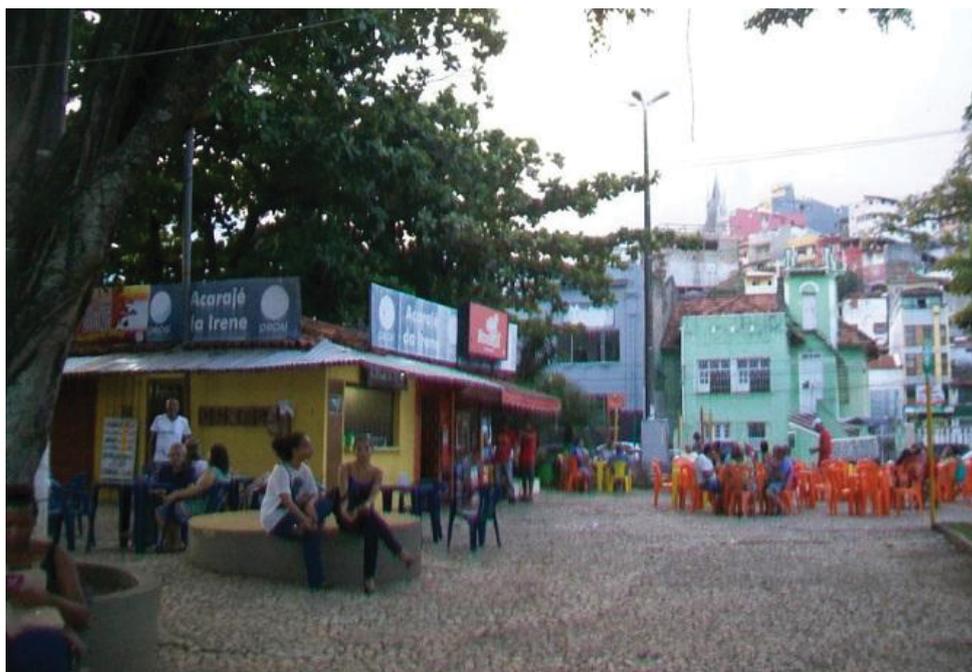


Figura 57 – Vista parcial da Praça Castro Alves, por “dncunha”. (fev. 2016). Ilhéus-BA.
Fonte: *TripAdvisor*, 2018.

Na imagem apresentada pela Figura 58, o mesmo visitante fotografa o busto do poeta Castro Alves, situado no meio da praça. Além do monumento, é possível destacar alguns elementos: uma árvore, em segundo plano, e o prédio da biblioteca municipal, ao fundo. O visitante intitula a sua avaliação com: “Busto de Castro Alves”, e faz comentários sobre a caracterização da praça.

A visitante “Karllauna”, de Una, registra um depoimento salientado as opções culinárias da praça, e de seu entorno, se caracterizando por ser um “local tranquilo durante o dia e movimentado à noite”, pela variedade de opções que dispõe (Figura 59).

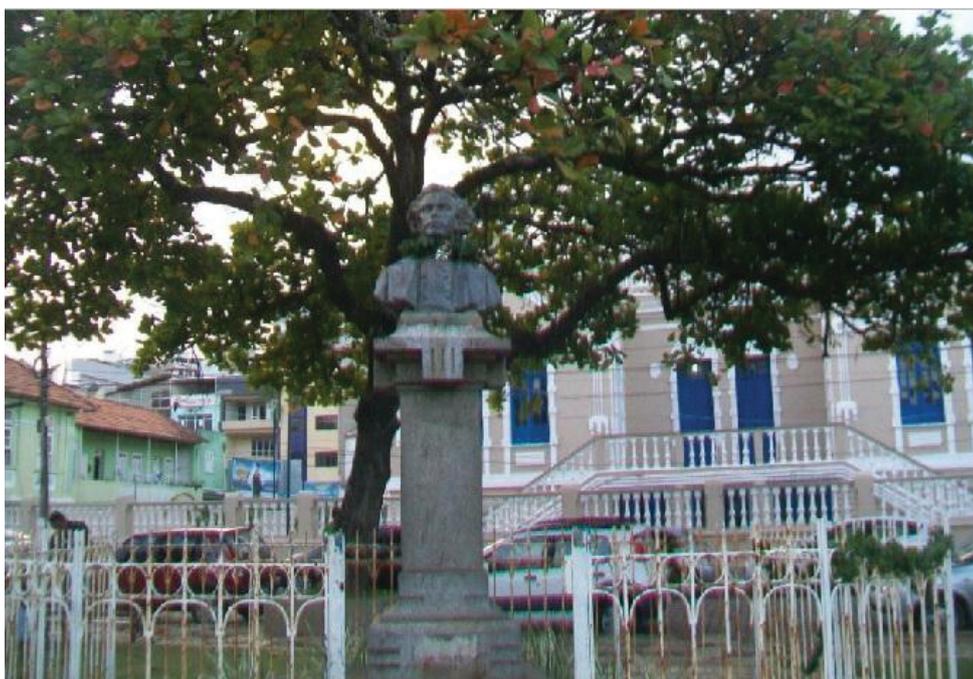


Figura 58 – Vista parcial da Praça Castro Alves, por “dncunha”. (fev. 2016). Ilhéus-BA.

Fonte: *TripAdvisor*, 2018



Karllauna
Una, BA

220 66

5/5 Avaliou em 19 de abril de 2016

Point de Ilhéus tbm conhecido como praça da Irene

Local tranquilo durante o dia e movimentado durante à noite pela variedade de opções que apresenta pra lanche acarajé, pastel, kibe , pão da vida, tortas, tapioca, sucos, caldo de cana, água de coco, além de ser perto do bobs e do subway

[Peça informações para Karllauna sobre Praça Castro Alves.](#)

👍 Obrigado, Karllauna

Esta avaliação representa a opinião subjetiva de um membro do programa TripAdvisor e não da TripAdvisor LLC.

Figura 59 – Depoimento da visitante “Karllauna”, sobre a Praça Castro Alves. (abr. 2016). Ilhéus-BA.

Fonte: *TripAdvisor*, 2018

Na análise desses dados, percebemos uma relação com as dimensões evasão e aprendizagem, permitindo ao visitante, participar ativamente em toda a experiência (PINE & GILMORE,1999). O visitante reconhece a identificação popular da praça, descreve as suas qualidades, e, a veiculação de sua experiência pode possibilitar o incremento de atividades a serem desenvolvidas em torno dos atrativos, por parte de planejadores.

c) Significação Recreativa

Sobre a Praça do Cacau, na categoria recreativa, foi possível analisar a fotografia do visitante “lgams_si”, de São Paulo, apresentada na Figura 60, que, na sua legenda estampa a mensagem: “Cacau”, e na imagem se registra um momento de recreação. Na avaliação, o visitante complementa informando que o guia de turismo contou-lhe histórias e curiosidades relacionadas ao cacau, mostrou as plantações e, ao final da visita, ofereceu produtos para degustação e comercialização.



Figura 60 – Demonstração de amêndoas de cacau por Guia de Turismo. Praça do Cacau, Ilhéus-BA, por “lgams_si”. (jun. 2018).
Fonte: *TripAdvisor*, 2018

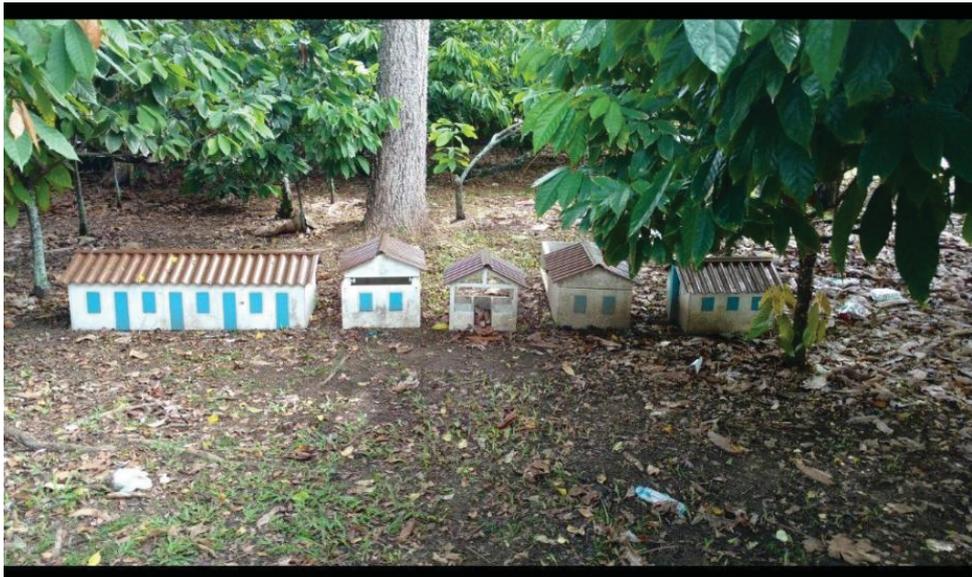


Figura 61 – Maquete de fazenda de cacau. Praça do Cacau, Ilhéus-BA. Registro do visitante “Igams_si”. (jun. 2018).
Fonte: *TripAdvisor*, 2018

Na análise da praça Castro Alves, na categoria recreativa, destacamos a imagem da fotografia do visitante “dncunha”, de Salvador, apresentada na Figura 62, que, na sua legenda estampa a mensagem: “Gastronomia na praça”, e, na imagem se registra um momento de recreação. Na descrição da avaliação, como demonstra a Figura 63, o visitante complementa informando que “na praça se reúnem, no fim da tarde, famílias, amigos, para comerem, beberem, jogarem conversa fora, tomando ‘a fresca’ que vem do mar”. As fotografias e depoimentos correspondem às funções ecológica e psicológica deste espaço (DE ANGELIS, DE ANGELIS NETO, BARROS & BARROS, 2005).



Figura 62 – Frequentação de moradores e turistas na Praça Castro Alves, por “dncunha”. (fev. 2016). Ilhéus-BA.
Fonte: *TripAdvisor*, 2018



dncunha
Salvador, BA
933 496

5 Avaliou em 15 de fevereiro de 2016

Conhecida como Praça da Irene

A Praça Castro Alves fica no centro da cidade, de frente para a praia, com o busto do poeta ao centro, bancos, árvores diversas que dão sombras para as mesas e cadeiras ali colocadas pelos boxes de gastronomia existentes no local.

Na praça se reúnem, no fim da tarde, famílias, amigos, para comerem, beberem, jogarem conversa fora, tomando "a fresca" que vem do mar.






Peça informações para dncunha sobre Praça Castro Alves.

👍 Obrigado, dncunha

Esta avaliação representa a opinião subjetiva de um membro do programa TripAdvisor e não da TripAdvisor LLC.

Figura 63 – Depoimento sobre a Praça Castro Alves, por “dncunha”. (fev. 2016). Ilhéus-BA.
Fonte: *TripAdvisor*, 2018

Podendo corresponder a outras dimensões da experiência, como a aprendizagem, nestas imagens pode ser identificada notadamente a dimensão entretenimento por demonstrar aspectos mais passivos da experiência, demonstrando diversão e relaxamento, relacionados com sua significação de espaço com função de recreação, e o interesse em levar um registro da experiência através de fotografias e outras lembranças (FERRARA, 1993; PINE & GILMORE, 1999; CARLOS, SOUZA & SPOSITO, 2011).

d) Significação de Circulação

Na análise da Praça do Cacau, na categoria circulação, foi possível identificar imagens que registram o fluxo de veículos na Avenida Osvaldo Cruz, como a imagem apresentada na Figura 64. A praça se localiza próxima a importantes pontos, como churrascaria, clínicas médicas, e o Porto Internacional do Malhado.

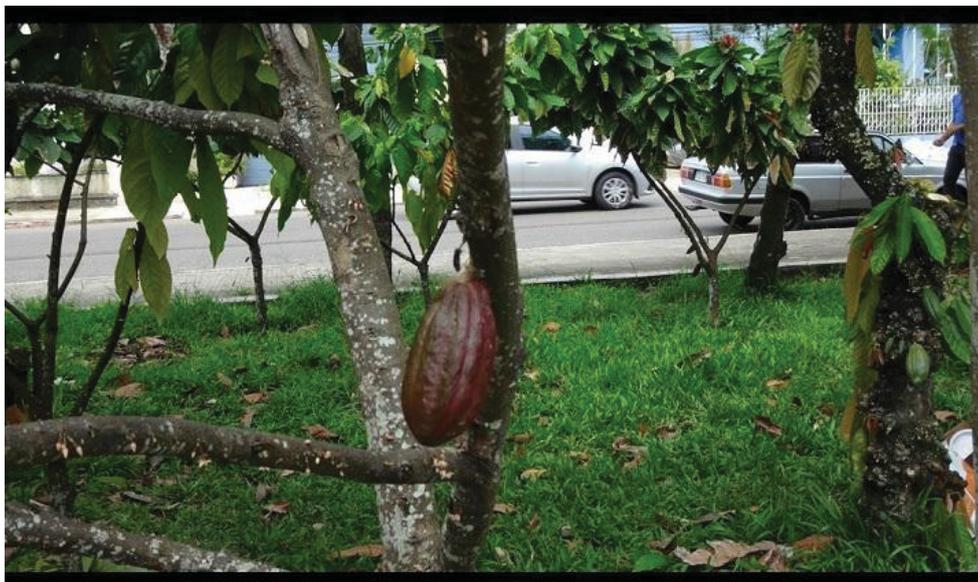


Figura 64 – Vista parcial da Praça do Cacau, por “Adriana G”. (jun. 2015).
Praça do Cacau. Ilhéus-BA.
Fonte: *TripAdvisor*, 2018

Sobre esse registro, o visitante “G A”, de Itabuna, intitula o seu depoimento com: “Referência da cidade”, e destaca a sua localização (Figura 65). No final de seu depoimento, é possível perceber alusão ao cacau como elemento referencial para a Região Sul da Bahia, demonstrando uma fusão entre as dimensões da experiência entretenimento e simbólica (PINE & GILMORE, 1999).



Figura 65 – Depoimento sobre a Praça do Cacau, por “G A”.
(mar. 2015). Ilhéus-BA.
Fonte: *TripAdvisor*, 2018.

Na análise da Praça Castro Alves, na categoria circulação, foi possível identificar e reconhecer imagens e depoimentos que registram a presença de pessoas que utilizam a praça frequentemente como um local de encontro, geralmente, como um ponto de parada para pessoas que vão ao cinema, ou, também, a algum outro atrativo nas proximidades da praça.

Na fotografia apresentada pela Figura 66, registrada pelo visitante “dncunha”, é possível perceber a presença de pessoas nos bancos da praça, e, no depoimento da moradora “solange51”, pode-se perceber elementos que estimulam a frequência à praça, como shows com artistas regionais, que atraem público de todas as idades (Figura 67).



Figura 66 – Vista parcial da Praça Castro Alves, Ilhéus-BA, por “dncunha”. (fev. 2016).
Fonte: *TripAdvisor*, 2018



Figura 67 – Depoimento sobre a Praça Castro Alves, Ilhéus-BA, por “solange51”. (mar. 2016).
Fonte: *TripAdvisor*, 2018.

A significação circulação também é manifestada na experiência do visitante “_filosofia_a”, de Jequié. Na Figura 68, o visitante registra um depoimento sobre a visita salientando a importância da Praça Castro Alves estar incluída no roteiro de quem visita a cidade de Ilhéus.



Figura 68 – Depoimento sobre a Praça Castro Alves, Ilhéus-BA, por “_philosofia_a”. (fev. 2016).

Fonte: *TripAdvisor*, 2018

Dessa forma, a análise desses dados correspondeu à compreensão de como os elementos contidos na percepção dos visitantes sobre esses espaços podem contribuir com o planejamento do turismo e a gestão pública e privada das praças. Trata-se de um conjunto de boas experiências, que assim como é a percepção, vai depender de cada sujeito e de cada espaço.

Essas experiências vividas por quem visita uma praça, quando veiculadas nos meios de comunicação, podem influenciar outros visitantes, e, principalmente, fornecer pistas para adequações que deverão ocorrer no âmbito do espaço público. Espera-se, com isso, que planejadores e gestores possam minimizar aspectos negativos evidenciados na divulgação de uma experiência vivenciada, e com esses, possam contribuir para a satisfação de moradores e visitantes.

4.7 Relacionando as análises da qualidade das experiências de visitantes nas praças Tiradentes e Osório, de Curitiba, sob a perspectiva da imagem fotográfica e de comentários

Trataremos, nessa seção, do estudo de duas praças de Curitiba-PR, cujos resultados apontaram alguns pontos de distinção e, também, de semelhanças. Esse estudo buscou atender ao objetivo de analisar a percepção

de visitantes sobre a qualidade das experiências nas praças Tiradentes e Osório, localizadas no Centro de Curitiba-PR.

Para as análises desses espaços, seguimos o procedimento adotado na análise de outras praças. Sendo assim, para cada uma das significações de praças (visual, simbólica, recreativa e de circulação), foram identificadas e categorizadas fotografias e depoimentos publicados por visitantes no website *TripAdvisor*.

Nesse estudo, buscamos relacionar as significações com as funções desempenhadas pelas praças (MATAS COLOM, 1983; DE ANGELIS, 2000; DE ANGELIS, DE ANGELIS NETO, BARROS & BARROS, 2005; SERPA, 2011), bem como as experiências dos visitantes, com base nas dimensões da experiência (PINE & GILMORE, 1999).

A Figura 69 apresenta uma vista aérea da Praça Tiradentes, que, no website *TripAdvisor* aparece como atrativo nº 85, de 300 atividades em Curitiba-PR, apresentando 322 avaliações, com 80 fotografias (em julho de 2018).

Na sequência, apresenta-se na Figura 70 uma vista aérea da Praça Osório, que aparece como nº 78, de 300 atividades em Curitiba-PR, apresentando 390 avaliações, com 91 fotografias, no website *TripAdvisor* (em julho de 2018).



Figura 69 – Vista aérea da Praça Tiradentes, de Curitiba-PR.
Fonte: COPEL, 2012.



Figura 70 – Vista aérea da Praça Osório, de Curitiba-PR.
Fonte: COPEL, 2012.

a) Significação Visual

Na categoria “visual”, destacam-se as imagens fotográficas registradas pela visitante “LuizadeSa”, de Natal, que representou uma experiência vivenciada na Praça Tiradentes (Figura 71); e, do morador “AiltonShibata”, retratando a Praça Osório (Figura 72).

A Figura 71 apresenta um dos trechos da praça que apresentam piso de vidro laminado, com iluminação interna, para possibilitar a visualização de calçamentos de cunho arqueológico, datados da metade do século XIX, achados durante obras de revitalização realizadas em 2008 (GUIA TURISMO CURITIBA, 2018).

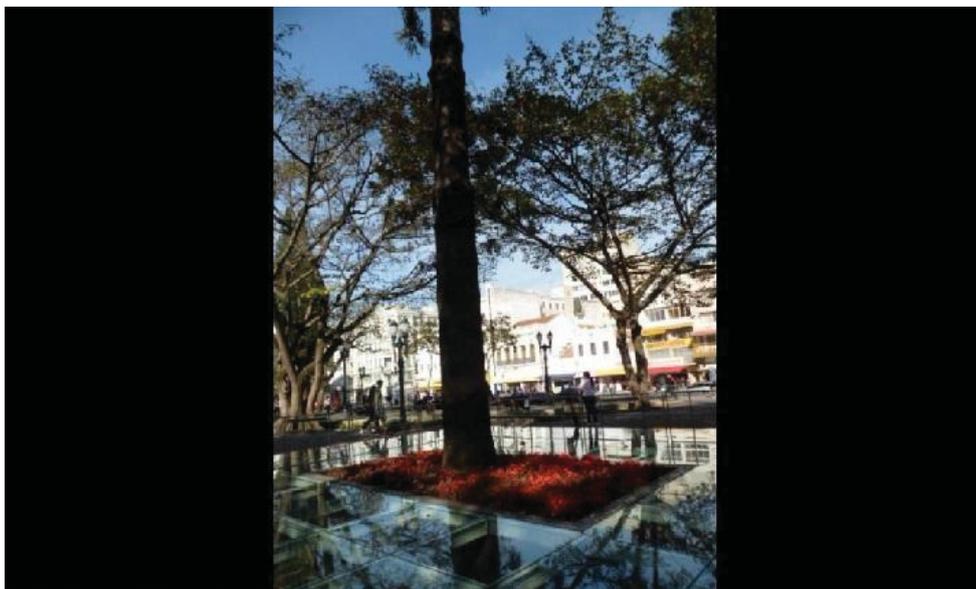


Figura 71 – Praça Tiradentes, por “LuizadeSa”, (abr. 2015). Curitiba-PR.
Fonte: *TripAdvisor*, 2018.

A visitante “LuizadeSa” destaca elementos estéticos da Praça Tiradentes, e na legenda da imagem, destaca: “Charme de praça”. Na descrição de sua avaliação, a visitante intitula: “Praça no centro”, e complementa: “outro lugar charmoso de Curitiba. Vale a pena passar por ali, e se deixar levar e observar as pessoas circulando...”. Nesse depoimento, sobre a experiência da visitante, percebemos características da dimensão evasão,

que diz respeito à capacidade de fazer com que o visitante fique imerso nas atividades que lhe são propostas (HORODYSKI *et al.*, 2014).

A imagem apresentada na Figura 72, registrada por um morador, oferece uma vista aérea de parte da Praça Osório. Na legenda desta imagem, o morador caracteriza o trecho fotografado: “Quadras esportivas da praça, vista de cima”.

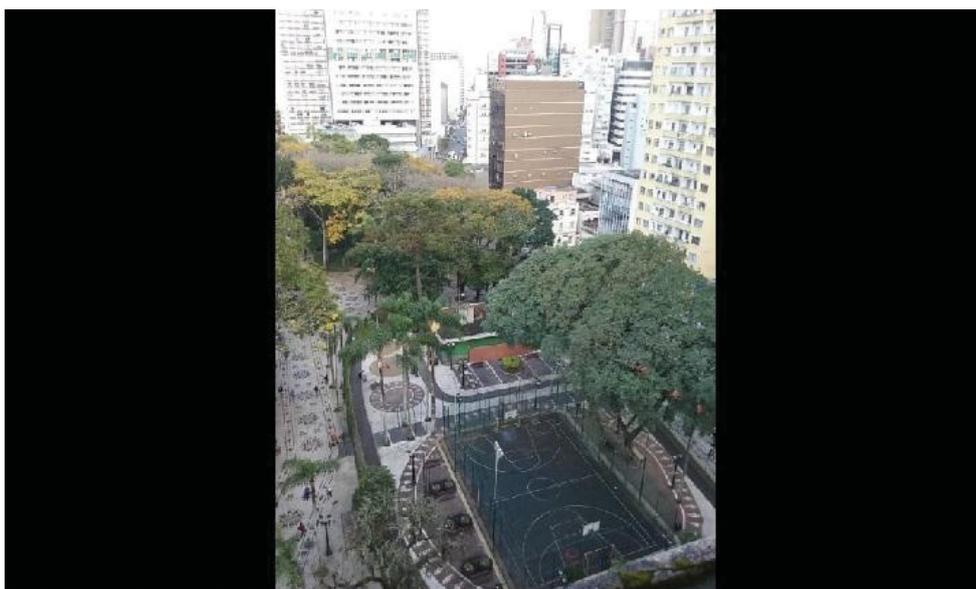


Figura 72 – Praça Gal. Osório, por “AiltonShibata”, (jan. 2018). Curitiba-PR.
Fonte: *TripAdvisor*, 2018.

O morador “AiltonShibata”, intitula o seu depoimento com uma informação que pode servir como elemento atrativo: “Em julho e aos finais de ano há feiras gastronômicas e artesanais”. Visitantes, utilizando-se de ferramentas de reputação *online* para obter informações sobre determinado atrativo, e/ou conhecer o depoimento de quem já vivenciou determinados espaços, compartilhando experiências, podem se beneficiar dessas informações planejando experiências turísticas para a sua visita.

No complemento do depoimento, o morador destaca a ligação da Praça Osório com o Calçadão da Rua XV de Novembro, e, a existência de muitas árvores e pássaros, no Centro da cidade de Curitiba, relacionando às funções

ecológica e psicológica. O morador também destaca atividades programadas na praça: “aos finais de semana há jogos recreativos para as crianças”.

Nessas avaliações, considerando as fotografias e os depoimentos, podemos identificar as dimensões contemplação, aprendizagem, e evasão, por destacarem elementos que motivam o visitante, convidando-lhe a permanecer no atrativo por mais tempo, ou de escolher um ângulo fotográfico que melhor capte a sua imagem, com o objetivo de registrar a experiência vivenciada. Essa dimensão da experiência exige, por parte de planejadores e gestores, o planejamento e gestão da atividade turística em torno de determinado atrativo, sobre que informações se deseja que o turista absorva, ou quais habilidades se deseja que o mesmo pratique durante a sua experiência (FERRARA, 1988; PINE & GILMORE, 1999; BARRETTO, 2002).

b) Significação Simbólica

Na imagem apresentada pela Figura 73, a visitante “Katiafonseca” registrou o Marco Zero da cidade de Curitiba, na Praça Tiradentes. A localização do marco de referência geodésica chama a atenção junto ao monólito, monumento que representa a gênese da cidade, o poder legalmente constituído do governo português e a caracterização de Curitiba como vila em 29 de março de 1693 (GUIA GEOGRÁFICO CURITIBA, 2018).



Figura 73 – Praça Tiradentes, por “Katiafoneca”, (jan. 2016). Curitiba-PR.
Fonte: *TripAdvisor*, 2018.

Na Praça Osório, na categoria “simbólica”, também destaca-se a fotografia da visitante “Leona B”, de Michigan, apresentada pela Figura 74. Desde a legenda da fotografia: “Nice walk through”, a visitante faz referência à significação de circulação. No entanto, no complemento da avaliação, a visitante faz referência ao espaço público como um lugar simbólico da cidade (TUAN, 1983). Ademais, informa que não se sentiu totalmente insegura, pois era um lugar por onde as pessoas passavam, e, para ela, foi um importante marco referencial urbano (OBA, 1988).



Figura 74 – Praça General Osório, por “Leona B”, (fev. 2018). Curitiba-PR.
Fonte: *TripAdvisor*, 2018.

Mesmo considerando a circulação de pessoas que percorrem a praça como um prolongamento do Calçadão da Rua XV de Novembro, no espaço da Praça Osório, é comum perceber a permanência de visitantes. Nestas imagens podemos considerar a dimensões evasão, uma experiência de caráter ativo (PINE & GILMORE, 1999), como é a aprendizagem. O conjunto de atividades que acontecem, de forma programada ou não, no espaço da praça, poderá permitir a participação ativa do visitante durante toda a experiência (HORODYSKI *et al.*, 2014).

c) Significação Recreativa

Na categoria recreativa foi possível analisar a imagem fotográfica do visitante “AugustoSM974”, de Castro, apresentada na Figura 75, que, na sua legenda destaca: “Piso de vidro”. Na descrição da sua experiência, o visitante também faz referência a localização da praça, próxima a outros pontos turísticos, e de fácil acesso por meio de pontos de ônibus.



Figura 75 – Praça Tiradentes, por “AugustoSM974”, (ago. 2015). Curitiba-PR.
Fonte: *TripAdvisor*, 2018.

A Praça Tiradentes também é muito frequentada por ser o ponto inicial do roteiro da Linha Turismo, e, de acordo com os dados obtidos e na base teórica que trata das dimensões da experiência, é possível considerar as dimensões evasão e entretenimento. No final desse estudo, apresentaremos alguns depoimentos que podem fornecer pistas para um melhor planejamento e gestão desses espaços.

Na Figura 76, que apresenta a imagem da Praça Osório, com o título “Comidas típicas”, o visitante “Marcelo R”, de Porto Alegre, registra a imagem de uma feirinha de artesanato com comidas típicas de vários estados e também de outros países. O visitante relata a experiência de estar caminhando no Calçadão da Rua XV de Novembro e ter chegado à Praça Osório, encontrando uma feirinha de artesanato “... bem legal! No local também havia banquinhas de comida típica de países diferentes, como Polônia, México, Chile e outros”. E conclui: “Achei bem interessante e agradável”.



Figura 76 – Praça General Osório, por “Marcelo R”, (dez. 2014). Curitiba-PR.
Fonte: *TripAdvisor*, 2018.

Nestas imagens podem ser identificadas as dimensões entretenimento e evasão, demonstrando aspectos ativos e passivos da experiência turística. O relaxamento e a diversão, relacionados com sua significação de espaço com função de recreação, e o interesse em levar um registro da experiência através de lembranças e fotografias; e também a capacidade de fazer com que o visitante fique imerso nas atividades que lhe são propostas, ou que a criatividade possa permitir (FERRARA, 1993; PINE & GILMORE, 1999; CARLOS, SOUZA & SPOSITO, 2011).

d) Significação de Circulação

Na categoria circulação, foi possível analisar a imagem fotográfica da visitante “Eliane M”, do Rio de Janeiro, apresentada pela Figura 77. A imagem demonstra uma vista parcial do entorno da Praça Tiradentes, no momento de saída do ônibus dando início ao roteiro da Linha Turismo.



Figura 77 – Praça Tiradentes, por “Eliane M”, (abr. 2015). Curitiba-PR.
Fonte: *TripAdvisor*, 2018.

A Figura 78 apresenta a imagem fotográfica do visitante “Alexandre F.”, que registrou o fluxo de pessoas percorrendo a Praça Osório, num final de tarde. No título da avaliação, o visitante define “Bem arborizada”, e complementa afirmando que “a praça é agradável e conta com diversas árvores de grande porte e um chafariz (...) Não há atrativos além desses. O movimento nela é grande”.



Figura 78 – Praça General Osório, por “Alexandre F”, (abr. 2016). Curitiba-PR.
Fonte: *TripAdvisor*, 2018.

Nestas imagens é possível identificar a dimensão entretenimento, demonstrando diversão e relaxamento em grupo, e o interesse em registrar elementos do espaço que marcam/marcaram a visita (CARLOS, SOUZA & SPOSITO, 2011; FERRARA, 1993; SILVA, 2010). As mesmas imagens podem ser consideradas dentro da dimensão contemplação, por destacar elementos que levam o visitante a eleger o ângulo que melhor corresponda à experiência vivida, com o objetivo de registrá-la em fotografias, e ainda, sendo divulgadas e utilizadas em ferramentas de reputação *online*, possam também possibilitar relatos de experiência de diversos visitantes (FERRARA, 1988; PINE & GILMORE, 1999; BARRETTO, 2002; SILVA, 2010; GÂNDARA, SILVA, VIANA & CARVALHO, 2011).

Como já foi abordado, uma mesma imagem pode expressar mais de uma dimensão da experiência. Do mesmo modo que em algumas dimensões da experiência é possível categorizar as praças de acordo com suas significações. A percepção do espaço vai variar conforme o sujeito, essa subjetividade vai corresponder aos filtros culturais, a sua disposição perceptiva, o seu repertório e suas expectativas. Ao mesmo tempo, o atrativo possibilita ao visitante múltiplas experiências.

A leitura crítica sobre um atrativo, considerando sua qualidade, pontos fortes e pontos fracos, acessibilidade, segurança, limpeza, pode favorecer a planejadores e gestores uma resposta direta acerca do nível de satisfação de quem visita esses espaços públicos. O que acaba reconhecendo a reputação *online* como sendo uma ferramenta realista e propositiva.



Figura 79 – Avaliação da Praça Tiradentes, por “Pedro K”. (jun. 2015). Curitiba-PR. Fonte: *TripAdvisor*, 2018.

A Figura 79 apresenta o depoimento do visitante “Pedro K”, que comenta que a praça é bem cuidada, mas também questiona a frequência de visitantes em certos horários, como a noite, ou em finais de semana. No título da avaliação, o visitante ressalta: “Faltava policiamento”.



Figura 80 – Avaliação da Praça Tiradentes, por “ClaudiaBoeira”. (jun. 2015). Curitiba-PR. Fonte: *TripAdvisor*, 2018.



Figura 81 – Avaliação da Praça Osório, por “Luaventura3”. (ago. 2016). Curitiba-PR. Fonte: *TripAdvisor*, 2018.

Na Figura 80, que apresenta o depoimento da visitante “ClaudiaBoeira”, de Porto Alegre, percebemos o destaque dado ao ponto de partida de ônibus da Linha Turismo, na Praça Tiradentes. No entanto, a visitante esclarece que o visitante tem a possibilidade de criar o seu próprio roteiro, iniciando o trajeto em qualquer um dos pontos de parada. Ao final da avaliação, a visitante destaca a Catedral dentre os demais atrativos, mas chama a atenção para a insegurança da área.

Sobre a Praça Osório, a Figura 81 apresenta a avaliação da visitante “Luaventura3”, de Lagos, Portugal. No seu depoimento, a visitante destaca a beleza e a conservação do local. No entanto, também faz críticas à “falta de policiamento”, e no final ressalta: “a noite tem um trailer que vende um cachorro quente prensado muito bom”.

5 ANÁLISE DA QUALIDADE DAS EXPERIÊNCIAS E DA SUSTENTABILIDADE NAS PRAÇAS TURÍSTICAS DE CURITIBA E ILHÉUS

A qualidade das experiências dos visitantes nas praças selecionadas nesta pesquisa foi analisada de acordo com as significações de cada uma das praças selecionadas. Nesta análise, foi possível verificar que as experiências vivenciadas nestas praças apresentaram elementos que correspondentes a diferentes significações (LAMAS, 2000; LYNCH, 1999; MATAS COLOM *et al.*, 1983).

Nesta seção, apresenta-se a análise transversal da qualidade das experiências, a partir de cada uma das significações das praças, considerando também suas funções e dimensões da experiência. Dessa forma, traçaremos, além da existência de possíveis equivalências, ênfases ou supressões de certos elementos a elas correspondentes. Por fim, analisaremos a sustentabilidade das praças turísticas de Curitiba e Ilhéus, tendo presente os quatro aspectos da sustentabilidade das praças, sempre considerando praças sustentáveis aquelas que podem servir a vida urbana de maneira eficiente, contribuindo para a melhoria na qualidade de vida da população (JAVADI, 2016).

A necessidade de se estabelecer uma aproximação de ambientes urbanos, geralmente impactados, aos aspectos naturais, acaba produzindo além de benefícios ao espaço (qualidade ambiental), um bem-estar à população (qualidade de vida). A utilização das praças urbanas, além de propiciar o lazer da população, é responsável por amenizar os efeitos causados pela intensa densificação dos ambientes urbanos (GRIFFITH & SILVA, 1987). Essa tendência fez com que as praças como espaço público ganhassem relevância.

I) Significação Visual

a) Praça do Japão (Curitiba)

Sobre a Praça do Japão, nas avaliações veiculadas no *TripAdvisor*, identificamos elementos destacados pelos visitantes. Os registros em fotografias e depoimentos destacam a presença de frequentadores, a quantidade de vegetação, e a satisfação com a estética da praça. Nos depoimentos (legendas e comentários) sobre as fotografias, é possível perceber a ênfase com relação ao Memorial Japonês, o “espelho d’água que banha a grande estátua de Buda”, “alamedas”, “cerejeiras”, e, às atividades orientais que ocorrem aos fins de semana.

Nas imagens fotográficas da Praça do Japão, a dimensão contemplação pode ser facilmente identificada pelo destaque dado a elementos que levam o visitante à tomada de decisão, de permanecer no local, ou de eleger o ângulo fotográfico que melhor capte a imagem pretendida, transmitindo a experiência vivenciada (que poderá servir como elemento convidativo para outros visitantes), ou servindo de recordação para o próprio visitante (FERRARA, 1988; PINE & GILMORE, 1999; BARRETTO, 2002; SILVA, 2010).

Também é possível identificar as dimensões aprendizagem e evasão, por demonstrar a existência de experiências que requerem total participação do sujeito envolvido, também exigindo o seu planejamento e gestão sobre que informações se deseja que o turista absorva, ou quais habilidades se deseja que o mesmo pratique durante a sua experiência (PINE & GILMORE, 1999).

Analisando a sustentabilidade da Praça do Japão, na significação Visual, Javadi (2016) afirma que a beleza do ambiente urbano, além de melhorar a qualidade visual do espaço, pode ser considerada como um fator correspondente com a saúde pública da população. De acordo com essa afirmação, Sitte (1992, p. 177) comenta que o efeito sanitário tem como função a saúde, através da circulação do ar e respiração.

b) Praça da Espanha (Curitiba)

Em relação à Praça da Espanha, as fotografias e depoimentos analisados, com relação a significação visual, destacam elementos estéticos da praça, tendo o chafariz e o farol como elementos centrais. O reconhecimento de seu valor estético está presente nestas imagens e depoimentos.

Nessa análise, além da imagem, algumas fotografias se destacaram por suas legendas, desde as mais breves: “Olé”, tão informativas quanto: “Linda, super-bem frequentada, com restaurantes no entorno... Um pedacinho da Espanha em Curitiba! E aos sábados tem feira de carro antigo”, presentes na avaliação da visitante “Gisele G” (em abril de 2014).

Nas fotografias analisadas, considerando a significação Visual da Praça da Espanha, também é comum perceber destaques a atrativos localizados no entorno da praça. Alguns comentários citam a existência de diversos restaurantes e bares, como a avaliação do visitante “Gleicon” (em julho de 2016), intitulada com: “Referência”.

No aspecto da sustentabilidade da praça, Javadi (2016) afirma que para tornar e manter as praças públicas bonitas e alegres, devem ser considerados elementos naturais e artificiais, e, relacionando às atividades culturais desenvolvidas na praça com os atrativos do seu entorno, é possível reconhecer a manutenção do seu valor estético.

c) Praça Santos Andrade (Curitiba)

As avaliações sobre a Praça Santos Andrade (fotografias e depoimentos) destacam, como elementos centrais, o chafariz e o prédio histórico da Universidade Federal do Paraná. Na análise das fotografias disponibilizadas no website *TripAdvisor*, considerando a significação Visual, foi possível identificar a dimensão contemplação no destaque a elementos que levam o visitante a permanecer no local por algum tempo, escolhendo o ângulo que melhor corresponda à sua experiência, esteticamente privilegiado pela

disposição e pela natureza de seus elementos atrativos (FERRARA, 1988; PINE & GILMORE, 1999; BARRETTO, 2002).

Alguns depoimentos levam em consideração o seu valor estético, como “Plaza hermosa”, do visitante “RudloffG” (em janeiro de 2016), e outros comentários que dizem respeito aos monumentos presentes na praça, ao prédio histórico da Universidade Federal do Paraná, e ao Teatro Guaíra, demonstrando as dimensões da experiência de evasão e aprendizagem.

Essas avaliações contemplam a noção de sustentabilidade, pois, de acordo com Javadi (2016), a beleza de uma praça urbana pode incluir paisagismo, pintura, decoração, memoriais e esculturas.

d) Praça Garibaldi (Curitiba)

Nas avaliações da Praça Garibaldi, considerando a significação Visual, se destacam fotografias e depoimentos que complementam as imagens. Esses conteúdos se referem principalmente ao relógio das flores, e outros elementos marcantes, como as luminárias da praça, o casario do entorno da praça, e o Palácio Giuseppe Garibaldi.

Nessa análise, podemos perceber as dimensões da experiência contemplação e aprendizagem, registradas em fotografias e depoimentos compartilhados no *TripAdvisor*.

Na análise da sustentabilidade da praça, considerando a significação Visual, a sua beleza pode incluir paisagismo, pintura, decoração, memoriais e esculturas, e a possibilidade de proporcionar aos visitantes experiências estéticas (HORODYSKI, 2015; JAVADI, 2016).

e) Praça Tiradentes (Curitiba)

Considerando a significação Visual, nas avaliações da Praça Tiradentes, os elementos de maior destaque foram trechos da sua área, que apresentam piso de vidro laminado, com iluminação interna, para possibilitar a visualização de calçamentos de cunho arqueológico, datados da metade do século XIX,

achados durante obras de revitalização (GUIA GEOGRÁFICO CURITIBA, 2018).

Outras avaliações, em imagens e depoimentos, também retratam outros elementos atrativos, como a Catedral Basílica Menor de Nossa Senhora da Luz dos Pinhais. Alguns comentários fazem referência ao Marco Zero, localizado junto ao Monólito de Fundação da Cidade de Curitiba. Nessas avaliações, percebemos características da dimensão evasão, que diz respeito à capacidade de fazer com que o visitante fique imerso nas atividades que lhe são propostas (HORODYSKI *et al.*, 2014).

Na análise da sustentabilidade da praça, tratando da significação Visual, Javadi (2016) entende que a estética das praças urbanas é outro fator ambiental que influencia a presença das pessoas nas praças urbanas, tendo grande relação com a percepção dos usuários sobre o espaço.

f) Praça Osório (Curitiba)

Na análise da Praça Gal. Osório, de Curitiba, considerando a significação Visual, reconhecemos a intenção do visitante em registrar elementos estéticos da praça. Algumas imagens e depoimentos, registrados por visitantes, destacam a presença de vegetação da área, salientando a estética da praça, e a sua localização, tornando evidentes as funções ecológica e psicológica exercidas pela praça.

Nessas avaliações, podemos identificar as dimensões da experiência de contemplação, aprendizagem, e evasão, por destacarem elementos que motivam o visitante, convidando-lhe a permanecer no atrativo por mais tempo, ou de escolher um ângulo fotográfico que melhor represente a experiência vivenciada.

Analisando a sustentabilidade da praça, nos baseamos em Javadi (2016), que considera que quando as praças são orientadas para as pessoas e são decoradas de forma eficiente e adequada, elas podem chamar a atenção, criando um conforto visual para os usuários e uma atmosfera emocional e contemplativa sobre o seu espaço.

Em relação à forma da praça, Sitte (1992, p. 55) argumenta que a sua “profundidade” na direção de algum ponto de referência (edifício, por exemplo) a torna vantajosa. Nesse caso, o ponto de referência seria o próprio prolongamento do Calçadão da Rua XV de Novembro.

g) Praça Dom Eduardo (Ilhéus)

Na análise das fotografias e depoimentos, considerando a significação Visual, destacamos elementos estéticos relacionados ao patrimônio cultural da cidade. A Praça Dom Eduardo se localiza no centro histórico de Ilhéus, pertencendo a um conjunto de atrativos que inclui além da Catedral de São Sebastião, o bar Vesúvio e o Teatro Municipal. A praça se destaca como espaço turístico pela sua localização junto a diversos atrativos em seu entorno. Segundo o entendimento de Magnani (2002) sobre trajetos, e Lynch (1999) sobre caminhos, outros atrativos ligam a Praça Dom Eduardo a outros lugares, como a Praça J. J. Seabra, que possui monumentos como as estátuas de Sapho e Inverno, e construções históricas, como o prédio da Associação Comercial de Ilhéus e o Palácio Marquês de Paranaguá. Nesse percurso entre as duas praças, na Rua Jorge Amado, se localizam importantes atrativos, como a Casa de Cultura Jorge Amado e a Casa dos Artistas.

Nessa análise, considerando a significação Visual, podemos perceber as dimensões da experiência de contemplação e aprendizagem, mediante fotografias e depoimentos compartilhados no *TripAdvisor*. E, analisando a qualidade de sustentabilidade da praça, Javadi (2016) ressalta que a beleza de uma praça urbana pode incluir paisagismo, pintura, decoração, memoriais e esculturas.

h) Praça do Cacau (Ilhéus)

Considerando a significação Visual, as imagens fotográficas compartilhadas por visitantes da Praça do Cacau retratam o principal atrativo da praça, a vegetação da área. As plantações de cacau, associadas a uma maquete representando uma fazenda de cacau, consistem nos únicos atrativos

visuais da praça. Alguns depoimentos de visitantes criticam a falta de conservação da área.

Associada às dimensões da experiência de evasão, contemplação e aprendizagem (PINE & GILMORE, 1999), analisamos a qualidade da sustentabilidade da Praça do Cacau, que, para Javadi (2016), a estética das praças um fator ambiental que influencia a presença das pessoas, tendo grande relação com a percepção dos usuários sobre o espaço.

i) Praça Castro Alves (Ilhéus)

Na análise da Praça Castro Alves, considerando a significação Visual, as fotografias e depoimentos registram aspectos estéticos relacionados à praça e seu entorno. Nesse aspecto, também se destaca a localização da praça de frente à praia da Avenida Soares Lopes, com alguns bancos e árvores que proporcionam sombreamento à área. Alguns depoimentos, como o da visitante “Ana D”, de Barueri, destacam a vista para o Morro de Pernambuco, em Ilhéus, enfatizando a estética do lugar, com o título: “Linda Praça” (em junho de 2017), e correspondendo a dimensão de experiência de contemplação (FERRARA, 1988; PINE & GILMORE, 1999; BARRETTO, 2002).

Na análise da qualidade da sustentabilidade da Praça Castro Alves, nos baseamos em Javadi (2016), que considera que quando as praças são orientadas para as pessoas e são decoradas de forma eficiente e adequada, elas podem chamar a atenção, criando um conforto visual para os usuários e uma atmosfera emocional e contemplativa sobre o seu espaço.

II) Significação Simbólica

a) Praça do Japão (Curitiba)

Na análise das avaliações (fotografias e depoimentos), podemos perceber o destaque dado aos elementos simbólicos da Praça do Japão, desde monumentos em referência à colonização japonesa em Curitiba, até elementos

representativos da própria cultura. Associando às dimensões da experiência de evasão e aprendizagem, reconhecemos imagens e depoimentos que destacam a existência de carpas coloridas em lagos artificiais e a presença de cerejeiras, nos moldes de um jardim japonês.

Nesse aspecto, corroborando com Gomes (1997), a fusão desses domínios da experiência se dá por esse espaço ser um símbolo, que, na sua imagem, transmite a história cotidiana do sujeito. Esses elementos demonstram um envolvimento ativo do observador, e a função psicológica proporcionada pelo caráter simbólico da praça (DE ANGELIS, DE ANGELIS NETO, BARROS & BARROS, 2005; PINE & GILMORE, 1999). Alguns comentários também registram atividades programadas realizadas na praça, como *Tai Chi Chuan* nos fins de semana, e aulas de origami, de soroban (ábaco japonês), oficinas de mangá, zazen (meditação zen-budista) etc.

Analisando a qualidade da sustentabilidade da praça, nos baseamos em Javadi (2016), que considera que a identidade tem uma relação estreita com o apego ao lugar e o sentido do lugar através de fatores socioculturais e significados simbólicos.

b) Praça da Espanha (Curitiba)

Considerando a significação Simbólica, na análise das avaliações da Praça da Espanha (fotografias e depoimentos), reconhecemos o registro de elementos simbólicos, como as imagens e depoimentos que destacam a feira de automóveis antigos, que atrai muitos visitantes, e a presença de bons restaurantes, sendo elementos marcantes do local.

Nestas avaliações podemos perceber os domínios da experiência evasão e aprendizagem, por evidenciar a capacidade de permitir que o visitante participe ativamente em toda a experiência, e, por esse caráter ativo, como é a aprendizagem, é preciso selecionar informações e habilidades que se deseja que o visitante exercite (PINE & GILMORE, 1999).

Na análise da sustentabilidade da Praça da Espanha, nos baseamos em Javadi (2016), que entende que a beleza de uma praça urbana pode incluir paisagismo, pintura, decoração, memoriais e esculturas.

c) Praça Santos Andrade (Curitiba)

Considerando a significação Simbólica, destacam-se avaliações (fotografias e depoimentos) que mostram elementos simbólicos, destacando árvores centenárias e alguns bustos de personalidades da cultura paranaense, e, como no registro do visitante “Eduardo-da-Costa” (em abril de 2016), o monumento a Rui Barbosa e a Águia de Haia, restaurada e reinstalada na praça.

A centralidade da praça é destacada em alguns depoimentos, que salientam, principalmente, o prédio histórico da UFPR e o Teatro Guaíra, e as dimensões da experiência de aprendizagem, através dos símbolos ali expostos, e, de evasão, por evidenciar a capacidade de permitir a imersão do visitante em toda a experiência.

Na análise da qualidade da sustentabilidade da Praça Santos Andrade, nos baseamos em Javadi (2016), que considera que quando as praças são orientadas para as pessoas e são decoradas de forma eficiente e adequada, elas podem chamar a atenção, criando um conforto visual para os usuários e uma atmosfera emocional e contemplativa sobre o seu espaço.

d) Praça Garibaldi (Curitiba)

Na análise da Praça Garibaldi, considerando a significação Simbólica, as avaliações permitem perceber o destaque aos aspectos patrimoniais na área denominada “Setor Histórico de Curitiba”. Algumas fotografias e depoimentos retratam importantes símbolos da história de Curitiba, como o Palácio Giuseppe Garibaldi (idealizado para a integração de imigrantes italianos em Curitiba), o relógio das flores, a feirinha do Largo da Ordem, e o monumento do “cavalo babão” (que desperta o imaginário, servindo de atrativo).

As dimensões da experiência de evasão e aprendizagem se manifestam nas avaliações, e, na análise da qualidade da sustentabilidade da Praça Garibaldi, nos baseamos em Javadi (2016), que considera que a identidade tem uma relação estreita com o apego ao lugar e o sentido do lugar através de fatores socioculturais e significados simbólicos.

e) Praça Tiradentes (Curitiba)

Considerando a significação simbólica, nas avaliações da Praça Tiradentes, percebemos elementos que destacam a referência histórica dessa praça. Dentre os elementos mais fotografados, se destacam o Marco Zero da cidade de Curitiba.

A localização do marco de referência geodésica chama a atenção junto ao monólito, monumento que representa a gênese da cidade, o poder legalmente constituído do governo português e a caracterização de Curitiba como vila em 29 de março de 1693 (GUIA GEOGRÁFICO CURITIBA, 2018).

Analisando a qualidade da sustentabilidade da Praça Tiradentes, nos baseamos em Javadi (2016), quando ressalta que a identidade tem uma relação direta com a afetividade ao lugar e o sentido do lugar através de fatores socioculturais e significados simbólicos.

f) Praça Osório (Curitiba)

Mediante informações das avaliações da Praça Osório, considerando a significação Simbólica, é comum perceber a permanência de visitantes no espaço da praça. O fato de que a circulação de pessoas que percorrem a praça como um prolongamento do Calçadão da Rua XV de Novembro faz do espaço um lugar de parada.

Nesse lugar, são exercitadas as dimensões da experiência de evasão, uma experiência de caráter ativo (PINE & GILMORE, 1999), como é a aprendizagem. O conjunto de atividades que acontecem, de forma programada ou não, no espaço da praça, poderá permitir a participação ativa do visitante durante toda a experiência (HORODYSKI *et al.*, 2014).

Na análise da sustentabilidade da Praça Osório, nos baseamos em Javadi (2016). Para esse autor, desde que as praças públicas urbanas sejam orientadas para o homem e destinadas às necessidades das pessoas, elas são capazes de criar um forte senso de pertencimento aos usuários.

g) Praça Dom Eduardo (Ilhéus)

Nas avaliações da Praça Dom Eduardo, em Ilhéus, considerando a significação Simbólica, é possível perceber a experiência evasão em vários depoimentos, principalmente os que se referem aos momentos de fim de tarde, o bem-estar ao apreciar a brisa local e o cantar dos pássaros, revelando uma função psicológica do espaço. Assim como os comentários sobre os sabores presentes em produtos comercializados no local, como chocolates artesanais e sorvetes variados.

Numa das avaliações analisadas, um visitante (“Fabio M”, em janeiro de 2016) registra um vendedor de produtos artesanais na Praça Dom Eduardo. Na descrição da imagem, o visitante comenta as qualidades daquele espaço, e, faz críticas sobre a sua conservação, pelo fato de ter uma importância histórica e por se constituir num ponto de encontro de turistas e moradores, manifestando a dimensão da experiência de aprendizagem.

Na análise da sustentabilidade da Praça Dom Eduardo, considerando a significação simbólica, nos baseamos em Javadi (2016), que entende que a identidade está relacionada à afetividade do homem ao espaço, o sentido de lugar, através de fatores socioculturais e significados simbólicos.

h) Praça do Cacau (Ilhéus)

Analisando avaliações da Praça do Cacau, considerando a significação Simbólica, destacam-se imagens de mostram cacaueiros com frutos. Em uma das avaliações, o visitante “RogerioCunha” registra a imagem de um cacaueiro e na descrição da sua avaliação comenta que esperava mais de uma praça dedicada a “uma das fontes históricas de riqueza da cidade” (em março de

2015). Na mesma avaliação, o visitante faz algumas sugestões, como a inclusão de informações em placas ou esculturas.

Nas imagens e nos depoimentos de visitantes sobre a Praça do Cacau, percebemos uma relação com as dimensões evasão e aprendizagem, permitindo ao visitante, participar ativamente em toda a experiência. O visitante citado identifica e reconhece a importância de determinado símbolo para a cidade, no caso o cacau, relacionando economia e cultura, e apresenta sugestões visando contribuir com as experiências de outros visitantes (PINE & GILMORE, 1999).

Analisando a qualidade da sustentabilidade da Praça do Cacau, nos baseamos em Javadi (2016), que considera que a identidade tem uma relação estreita com o apego ao lugar e o sentido do lugar através de fatores socioculturais e significados simbólicos.

i) Praça Castro Alves (Ilhéus)

Na análise das avaliações sobre a Praça Castro Alves, considerando a significação Simbólica, destacam-se comentários e fotografias que mostram frequentadores desfrutando das variadas opções da praça, principalmente do famoso “Acarajé da Irene”, que dá nome popular à praça.

Outros elementos contidos na praça também ganham destaque, como o busto do poeta Castro Alves, situado no meio da praça. Além do monumento, é possível destacar o prédio da Biblioteca Municipal, antigo Grupo Escolar General Osório, localizado no entorno.

O visitante reconhece a identificação popular da praça, descrevendo as suas qualidades, e compartilhando suas experiências. Na análise desses dados, percebemos uma relação com as dimensões evasão e aprendizagem, permitindo ao visitante, participar ativamente em toda a experiência (PINE & GILMORE, 1999), e a possibilidade de incremento de atividades a serem desenvolvidas em torno dos atrativos, por parte de planejadores.

Considerando a significação Simbólica, na análise da sustentabilidade da Praça Castro Alves, nos baseamos em Javadi (2016), que entende que

desde que as praças públicas urbanas sejam projetadas para o homem e suas necessidades, elas são capazes de criar um forte senso de pertencimento aos usuários.

III) Significação Recreativa

a) Praça do Japão (Curitiba)

Nas avaliações da Praça do Japão, mediante fotografias e depoimentos, é possível perceber a qualidade de espaço agradável para o passeio em família. Em uma das avaliações, fazendo referência às funções ecológica e psicológica da praça, a visitante “Bruna N” (em setembro de 2016) comenta a sua experiência ao visitar um local “muito agradável para sentar na grama e relaxar”, destacando a existência de plantas, fontes e peixes, além das referências ao Japão (DE ANGELIS, DE ANGELIS NETO, BARROS & BARROS, 2005).

Nas fotografias é facilmente identificada a dimensão entretenimento por demonstrar aspectos mais passivos da experiência, demonstrando diversão e relaxamento, relacionados com sua significação de espaço com função de recreação (FERRARA, 1993; PINE & GILMORE, 1999; CARLOS, SOUZA & SPOSITO, 2011).

Nestas fotografias e comentários, podem ser identificadas as dimensões entretenimento e evasão, por não apenas demonstrar aspectos passivos da experiência, demonstrando diversão e relaxamento, relacionados com sua significação de espaço com função de recreação, e o interesse em levar um registro da experiência através de lembranças e fotografias; mas também pela capacidade de fazer com que o visitante fique imerso nas atividades que lhe são propostas (FERRARA, 1993; PINE & GILMORE, 1999; CARLOS, SOUZA & SPOSITO, 2011).

Analisando a sustentabilidade da Praça do Japão, nos baseamos em Javadi (2016), que considera que uma praça deve proporcionar conforto físico,

visual e mental, o que está diretamente relacionado com a frequência desse espaço.

b) Praça da Espanha

Considerando a significação Recreativa, a Praça da Espanha apresenta avaliações em depoimentos e fotografias que demonstram momentos familiares de desfrute de importantes atrativos do local: exposição de carros antigos, shows gratuitos, e, restaurantes, cafés e sorveterias, localizados no entorno da praça.

Nas fotografias e depoimentos pode ser identificada a dimensão da experiência de entretenimento por demonstrar aspectos mais passivos da experiência, mas também a dimensão da experiência de evasão, pela capacidade de fazer com que o visitante fique imerso nas atividades que realiza. A demonstração de relaxamento e diversão, relacionados com sua significação de espaço com função de recreação, se refletem no interesse em levar um registro da experiência através de fotografias, e outras lembranças (FERRARA, 1993; PINE & GILMORE, 1999; CARLOS, SOUZA & SPOSITO, 2011).

Na análise da sustentabilidade da Praça da Espanha, nos baseamos em Javadi (2016), que ressalta que as atividades sociais são úteis e se tornam sistemáticas, enquanto as atividades econômicas se consolidam em torno delas.

c) Praça Santos Andrade (Curitiba)

Nas avaliações da Praça Santos Andrade, considerando a significação recreativa, se destacam elementos que se aproximam da significação Circulação. A qualidade da praça como ponto de encontro e local de exibição de diferentes artistas é favorecida pela centralidade da praça, muito frequentada por moradores e turistas, sendo considerada um marco cultural da cidade.

Além da experiência de evasão, nas fotografias e depoimentos podem ser identificada a dimensão da experiência de entretenimento por demonstrar aspectos mais passivos da experiência, demonstrando relaxamento e diversão, relacionados com sua significação de espaço com função de recreação, e o interesse em levar um registro da experiência através de fotografias, e produtos artesanais comercializados na área da praça (FERRARA, 1993; PINE & GILMORE, 1999; CARLOS, SOUZA & SPOSITO, 2011).

Analisando a qualidade da sustentabilidade da Praça Santos Andrade, nos baseamos em Rosaneli (2016), que destaca a comercialização de alimentos, dentre as diferentes formas de apropriação do espaço, principalmente o comércio ambulante, de onde o vendedor tira o seu próprio sustento. Essa atividade irá corresponder a uma demanda, que acabará atraindo concorrência, que resultará em mais comércio, e, por fim, mais frequentadores à praça.

d) Praça Garibaldi (Curitiba)

Considerando a significação Recreativa, as fotografias e depoimentos da Praça Garibaldi retratam momentos de descontração. Alguns visitantes destacam a diversidade de estabelecimentos gastronômicos do “Largo da Ordem”, e no entorno da Praça Garibaldi.

A Feirinha do Largo da Ordem possibilita ao visitante vivenciar momentos de entretenimento e evasão, permitindo a este adquirir lembranças comercializadas no local, e desfrutar da qualidade do espaço da praça para o relaxamento e o registro da experiência.

Na análise da sustentabilidade da Praça Garibaldi, nos baseamos em Javadi (2016), que entende que as atividades e práticas econômicas podem ser periódicas, como a Feirinha do Largo da Ordem, ou até mesmo eventos realizados em épocas específicas do ano.

e) Praça Tiradentes (Curitiba)

Nas fotografias e depoimentos sobre a Praça Tiradentes, considerando a significação Recreativa, é possível reconhecer que a praça é muito frequentada, também, por ser o ponto inicial do roteiro da Linha Turismo, e, de acordo com os dados obtidos e na base teórica que trata das dimensões da experiência, é possível considerar as dimensões evasão e entretenimento.

As fotografias e os depoimentos destacam elementos significativos na praça. Como na legenda: “Piso de vidro”, do visitante “AugustoSM974” (em agosto de 2015), fazendo referência a dimensão da experiência de evasão. Outro elemento de destaque é a localização da praça, próxima a outros pontos turísticos, e de fácil acesso por meio de pontos de ônibus.

Sobre a sustentabilidade das praças, Javadi (2016) aponta para a utilização de praças localizadas em centros históricos, ou próximas a centros comerciais, que podem servir como locais de encontro, reunião, apresentações artístico-culturais etc.

f) Praça Osório (Curitiba)

Sobre a Praça Osório, considerando a significação Recreativa, as fotografias e comentários analisados registram feiras de artesanato e comidas típicas de várias localidades, atividades lúdicas com crianças aos finais de semana, exposição e venda de quadros de pinturas, produção de caricaturas, e exibição de diferentes artistas. A praça também dispõe de quadras esportivas e amplo espaço para caminhadas

Visitantes, utilizando-se de ferramentas de reputação *online* para obter informações sobre determinado atrativo, e/ou conhecer o depoimento de quem já vivenciou determinados espaços, compartilhando experiências, podem se beneficiar dessas informações planejando experiências turísticas para a sua visita. Como o depoimento do visitante “AiltonShibata” (em janeiro de 2018), que caracteriza e informa que “em julho e aos finais de ano há feiras gastronômicas e artesanais”.

Muitos comentários de visitantes destacam a ligação da Praça Osório com o Calçadão da Rua XV de Novembro, e, a existência de muitas árvores e pássaros, no Centro da cidade de Curitiba, relacionando à função ecológica da praça. Nas imagens e depoimentos, podem ser identificados as dimensões da experiência entretenimento e evasão, demonstrando aspectos ativos e passivos da experiência turística. O relaxamento e a diversão, relacionados com sua significação de espaço com função de recreação, e o interesse em levar um registro da experiência através de lembranças e fotografias; e também a capacidade de fazer com que o visitante fique imerso nas atividades que lhe são propostas, ou que a criatividade possa permitir (FERRARA, 1993; PINE & GILMORE, 1999; CARLOS, SOUZA & SPOSITO, 2011).

Na análise da sustentabilidade da praça Osório, nos baseamos em Javadi (2016). Para esse autor, uma praça pode ter instalações para os usuários participarem (de forma ativa e passiva) de várias atividades. Como ocorre na Praça Osório, durante os fins de semana.

g) Praça Dom Eduardo (Ilhéus)

Na Praça Dom Eduardo, em Ilhéus, a significação Recreativa é percebida em imagens que registram momentos de diversão e relaxamento em família em atrativos do entorno, como a sorveteria “Ponto Chic” e o bar Vesúvio, conhecido por obras do escritor Jorge Amado.

Analisando essas avaliações, é possível perceber as dimensões da experiência entretenimento e evasão, caracterizadas pelos momentos de lazer, retratados nas imagens e apoiados pelos depoimentos.

Na análise da sustentabilidade da Praça Dom Eduardo, nos baseamos em Javadi (2016). Para esse autor, a participação das pessoas em atividades sociais, culturais, religiosas, econômicas e políticas, ajudará a promover uma coesão social. No entanto, para atingir esse fim, as atividades sociais dependem da presença de pessoas na praça.

Nesse sentido, as próprias pessoas são um fator que incentiva a presença de outras, que poderão ser atraídas pelo movimento ou pela disposição de equipamentos adaptados para determinado fim (JAVADI, 2016).

h) Praça do Cacau (Ilhéus)

Analisando as fotografias e depoimentos de visitantes sobre a Praça do Cacau, em Ilhéus, considerando a significação recreativa, foi possível verificar registros de momentos de recreação. Algumas fotografias demonstram plantações de cacau e na sua descrição informam que a experiência guiada possibilitou ao visitante conhecer a história do cacau na região Sul da Bahia, e curiosidades relacionadas a ela.

Também podendo corresponder a outras dimensões da experiência, como a aprendizagem, nas avaliações da Praça do Cacau (fotografias e depoimentos) pode ser identificada notadamente a dimensão da experiência de entretenimento por demonstrar aspectos mais passivos da experiência, demonstrando diversão e relaxamento, relacionados com sua significação de espaço com função de recreação, e o interesse em levar um registro da experiência através de fotografias e outras lembranças como produtos derivados do cacau, oferecidos para degustação e venda durante a experiência (FERRARA, 1993; PINE & GILMORE, 1999; CARLOS, SOUZA & SPOSITO, 2011).

Analisando a qualidade da sustentabilidade da Praça do Cacau, nos baseamos em Javadi (2016). Esse autor destaca que as praças devem ser projetadas para todas as pessoas, de diferentes faixas etárias, culturas e níveis sociais. Ademais, elas devem permitir a realização de atividades variadas no seu espaço.

i) Praça Castro Alves (Ilhéus)

Na análise das avaliações da Praça Castro Alves, de Ilhéus, considerando a significação Recreativa, destacam-se fotografias e

depoimentos que registram momentos de recreação na praça. Algumas fotografias registram reuniões em família, entre amigos, para desfrutar produtos da gastronomia regional, para apreciar a exibição de artistas locais, ou, como comentou o visitante “dncunha” (em fevereiro de 2016): “jogar conversa fora, tomando ‘a fresca’ que vem do mar”.

A praça se localiza em frente à praia, com bancos, árvores que sombreiam as mesas e cadeiras ali colocadas pelos estabelecimentos de gastronomia existentes no local, brinquedos instalados para diversão de crianças. As fotografias e depoimentos que se referem ao uso e aproveitamento dessas qualidades da praça correspondem às funções ecológica e psicológica deste espaço (DE ANGELIS, DE ANGELIS NETO, BARROS & BARROS, 2005).

Podendo corresponder a outras dimensões da experiência, como a aprendizagem, nestas imagens pode ser identificada notadamente a dimensão entretenimento por demonstrar aspectos mais passivos da experiência, demonstrando diversão e relaxamento, relacionados com sua significação de espaço com função de recreação (FERRARA, 1993; PINE & GILMORE, 1999; CARLOS, SOUZA & SPOSITO, 2011).

Na análise da sustentabilidade da Praça Castro Alves, nos baseamos em Javadi (2016), que considera que uma praça urbana pode ter instalações para os usuários participarem (de forma ativa e passiva) de várias atividades. A participação das pessoas em atividades sociais, culturais, religiosas, econômicas e políticas, ajudará a promover uma coesão social.

IV) Significação Circulação

a) Praça do Japão (Curitiba)

Na análise das avaliações (fotografias e depoimentos) de visitantes sobre a Praça do Japão, em Curitiba, considerando a significação Circulação, destacamos o registro de características associadas a frequência de visitantes e moradores. As fotografias demonstram a presença de pessoas

desfrutando da praça, e os depoimentos destacam, principalmente, a conservação da área.

Nas imagens analisadas, é possível perceber a dimensão da experiência de entretenimento, através da diversão e relaxamento em grupo, e o interesse em registrar elementos do espaço que marcaram a visita (CARLOS, SOUZA & SPOSITO, 2011; FERRARA, 1993; SILVA, 2010). Essas imagens também possibilitam perceber a dimensão da experiência de contemplação, por destacar elementos que levam o visitante a escolher o ângulo que melhor capte a imagem relacionada à sua experiência, registrando não apenas na memória um espaço que atendeu às suas expectativas, favorecendo seu acesso e circulação aos pontos desejados, ou fazendo-o permanecer nele por algum tempo (FERRARA, 1988; PINE & GILMORE, 1999; BARRETTO, 2002; SILVA, 2010; GÂNDARA, SILVA, VIANA & CARVALHO, 2011).

De acordo com Relph (1976), estudar os lugares significa examinar um fenômeno específico do mundo vivido, elucidando a diversidade e a intensidade de nossas experiências de/no lugar. Conforme esse autor, analisando a sustentabilidade, em um ambiente construído como as praças urbanas, não apenas o cenário físico deve ser levado em conta, mas o significado e o bem-estar mental que o lugar proporciona ao usuário.

b) Praça da Espanha (Curitiba)

Considerando a significação Circulação, a análise das fotografias e depoimentos da Praça da Espanha registram a presença de pessoas em atividade programada na praça, como atividades culturais com apresentações musicais, exposição de carros antigos e também atividades para crianças.

Um dos principais atrativos turísticos da área são os restaurantes localizados no entorno da praça. Nestas imagens é possível perceber a dimensão da experiência de entretenimento, pela demonstração de diversão e relaxamento em grupo, e o interesse em registrar elementos do espaço que marcaram a visita (CARLOS, SOUZA & SPOSITO, 2011; FERRARA, 1993; SILVA, 2010).

As fotografias e depoimentos sobre a Praça da Espanha também podem ser considerados dentro da dimensão contemplação, por destacar elementos que levam o visitante a eleger o ângulo que melhor capte a imagem pretendida, com o objetivo de registrar a experiência, também de forma material, através de fotografias, as quais possibilitam relatos de experiência de diversos visitantes (FERRARA, 1988; PINE & GILMORE, 1999; BARRETTO, 2002; SILVA, 2010; GÂNDARA, SILVA, VIANA & CARVALHO, 2011; SILVA, 2016).

Na análise da sustentabilidade da praça, nos baseamos em Javadi (2016). Para o autor, a participação das pessoas em atividades sociais, culturais, religiosas, econômicas e políticas, ajudará a promover uma coesão social. Para atingir esse fim, as atividades sociais dependem da presença de pessoas na praça. Nesse sentido, as próprias pessoas são um fator que incentiva a presença de outras, que poderão ser atraídas pelo movimento ou pela disposição de equipamentos adaptados para determinado fim.

c) Praça Santos Andrade (Curitiba)

Nas análises das avaliações (fotografias e depoimentos) de visitantes sobre a Praça Santos Andrade, considerando a significação Circulação, foi possível analisar a imagem que registra a presença de pessoas caminhando pela praça, funcionários da prefeitura realizando a limpeza da área, e pessoas sentadas nos bancos. Em comentário dessa fotografia, o visitante “Cleyves”, qualifica o espaço: “Tranquila!!!” (jan.2016), e relata existir barracas de artesanato local e de roupas, destacando a possibilidade de caminhar e tirar fotos. Nessa avaliação foi possível reconhecer elementos definidos como caminhos e pontos nodais (LYNCH, 1999), trajetos (MAGNANI, 2002), e visão serial (CULLEN, 1971).

Nas fotografias e depoimentos analisados, é possível identificar a dimensão da experiência de entretenimento, demonstrando trânsito, permanência e relaxamento de diferentes grupos, e o interesse em registrar elementos do espaço que marcaram a experiência (CARLOS, SOUZA & SPOSITO, 2011; FERRARA, 1993; SILVA, 2010).

Em algumas fotografias também pode ser considerada a dimensão da experiência de contemplação, por destacar elementos que levam o visitante a escolher o melhor ângulo na captura da imagem pretendida, com o objetivo de registrar a não apenas na memória, elementos da praça que corresponderam ou superaram às suas expectativas, favorecendo o seu acesso e circulação aos pontos desejados, ou fazendo-o permanecer ali por algum tempo (FERRARA, 1988; PINE & GILMORE, 1999; BARRETTO, 2002; SILVA, 2010; GÂNDARA, SILVA, VIANA & CARVALHO, 2011).

Na análise da sustentabilidade da praça, nos baseamos em Javadi (2016), que, dentre os aspectos físicos do espaço, considera o tamanho da praça como elemento indicador de sustentabilidade. A localização e o tamanho das praças são fatores que influenciam tipos de atividades que poderão ser desenvolvidas em seu espaço. No caso da Praça Santos Andrade, eventos temáticos desde feiras de livros, e até as manifestações de grupos populares, em Curitiba, acontecem na área em frente às escadarias do prédio histórico da UFPR.

d) Praça Garibaldi (Curitiba)

Considerando a significação Circulação, na análise das fotografias e depoimentos de visitantes sobre a Praça Garibaldi, é possível perceber registros da Praça Garibaldi em dias de domingo, quando acontece a “Feirinha do Largo da Ordem”, com fluxo de pessoas visitando a praça.

Em depoimentos, os visitantes salientam a localização da praça em frente à Igreja do Rosário, destacando a proximidade de bons restaurantes, lugares de diversão. O visitante “Gilberto S” registra um comentário destacando a significação Circulação, intitulando: “Praça animada” (em dezembro de 2014).

Na análise da sustentabilidade da praça, nos baseamos em Javadi (2016), ao considerar que a praça sempre foi uma ferramenta para a subsistência de muitas pessoas. As atividades sociais se tornam sistemáticas, e em torno delas se consolidam atividades econômicas. Nesse sentido, a Feirinha do Largo da Ordem consiste num recurso que, de forma dialética, valoriza aspectos da cultura da cidade, enquanto funciona como atrativo para

moradores e visitantes.

e) Praça Tiradentes (Curitiba)

Foi possível analisar fotografias e depoimentos sobre a Praça Tiradentes, considerando a significação Circulação. Como na avaliação da visitante “Eliane M” (em abril de 2015), que retratou o momento de saída de um ônibus da Linha Turismo, dando início a seu roteiro de visita a outros atrativos de Curitiba.

Em um dos depoimentos, o visitante “Pedro K” comenta que a Praça Tiradentes é bem cuidada, mas também questiona a frequência de visitantes em certos horários, como a noite, ou em finais de semana. No título da sua avaliação, o visitante destacou: “Faltava policiamento” (em junho de 2015).

O ponto de partida de ônibus da Linha Turismo também é abordado na avaliação da visitante “ClaudiaBoeira” (em junho de 2015), que informa a possibilidade do visitante em montar o seu próprio roteiro, podendo (re)iniciar o trajeto em qualquer um dos pontos de parada. No final da sua avaliação, a visitante ressaltou outros atrativos da praça, como a Catedral, mas chamou a atenção para a insegurança do local.

Analisando a sustentabilidade da praça, nos baseamos em Javadi (2016), que considera a segurança como um dos fatores que influenciam a satisfação do usuário, determinando nele o desejo de retornar ou não àquele espaço, e, no caso da reputação *online*, o efeito propagador de uma experiência indesejada é instantâneo.

f) Praça Osório (Curitiba)

Considerando a significação Circulação, as avaliações da Praça Osório (fotografias e depoimentos), compartilhadas pelos visitantes no *TripAdvisor*, registram o fluxo de pessoas na Praça Osório. O visitante “Alexandre F.” (em abril de 2016) destacou características da praça, como a existência de árvores de grande porte e um chafariz, e relatou que o movimento nela é grande.

Em outras avaliações desta praça, a sua qualidade estética também é destacada. Como o depoimento da visitante “Luaventura3” (em agosto de 2016), que destacou a beleza e a conservação do local. Essa visitante também fez críticas à “falta de policiamento”, mas concluiu ressaltando a conservação da praça e a qualidade e variedade de produtos gastronômicos comercializados no local.

Para Javadi (2016), as praças urbanas devem ser projetadas para todas as pessoas, de diferentes faixas etárias, culturas e níveis sociais. Além disso, elas devem permitir que as pessoas façam atividades variadas em seu espaço, desde artísticas, recreativas, esportivas, educativas etc. De acordo com o autor, como indicador da descrição da sustentabilidade e da qualidade de vida, a equidade enfatiza as vantagens das praças urbanas. Lembrando que uma praça deve ser segura para atrair pessoas de diferentes faixas etárias, como crianças, mulheres e idosos.

g) Praça Dom Eduardo (Ilhéus)

Na análise das avaliações da Praça Dom Eduardo, de Ilhéus, mediante fotografias e depoimentos registrados por visitantes, foi possível perceber o destaque dado a arborização da área e outros atrativos. No entanto, considerando a significação Circulação, avaliações ressaltam a localização da praça, como destacou a visitante “VaniaPereira90” (em janeiro de 2016), que registrou depoimento destacando a proximidade do mar, e a existência de bares, lojinhas e outros estabelecimentos.

Essas avaliações transmitem as experiências de entretenimento e contemplação. Na análise da sustentabilidade da praça, nos baseamos em Javadi (2016) ao considerar o sentido do lugar através de fatores socioculturais e significados simbólicos.

h) Praça do Cacau (Ilhéus)

Na análise das avaliações da Praça do Cacau, de Ilhéus, considerando a significação Circulação, foi possível identificar imagens que registram a frequência de visitantes e o fluxo de veículos na Avenida Osvaldo Cruz, que margeia a praça. A Praça do Cacau se localiza próxima a importantes pontos da cidade, como churrascaria, clínicas médicas, e o Porto Internacional do Malhado.

O visitante “G A” (em abril de 2015) intitulou o seu depoimento com: “Referência da cidade”, e destacou a sua localização. No final do seu relato, o visitante reconhece o cacau como um elemento referencial para a região Sul da Bahia, possibilitando perceber uma fusão entre as dimensões da experiência entretenimento e simbólica (PINE & GILMORE, 1999).

Analisando a sustentabilidade da praça, nos baseamos em Javadi (2016) que trata das instalações que possibilitem a interação dos visitantes. A participação das pessoas em atividades culturais, como essa, poderá favorecer uma coesão social. Para tal, faz-se necessário que as atividades sociais contem com a presença do público. Nesse caso, as próprias pessoas são um fator que incentiva a presença de outras, que poderão ser atraídas pelo movimento ou pela disposição de equipamentos adaptados para determinados usos.

i) Praça Castro Alves (Ilhéus)

Foi possível analisar a Praça Castro Alves, de Ilhéus, considerando a significação Circulação, mediante avaliações em fotografias e depoimentos de visitantes da praça. Nessas avaliações, foi possível identificar e reconhecer fotografias que registram a presença de pessoas que se utilizam da praça como um local de encontro. A localização da Praça Castro Alves, próxima a importantes atrativos localizados no centro da cidade, possibilita o seu uso como um ponto de parada para quem se desloca até o cinema.

Algumas fotografias registradas por visitantes mostram pessoas sentadas nos bancos da praça. A visitante “solange51” (em março de 2016),

em seu depoimento relata que é possível perceber elementos atrativos que estimulam a frequência à praça, citando shows com artistas regionais, que atraem um público de diversas idades ao local. Essas avaliações transmitem as experiências de contemplação e entretenimento.

Na análise da sustentabilidade da praça, nos baseamos em Javadi (2016), que considera que as praças urbanas devem ser projetadas para todas as pessoas, de diferentes faixas etárias, culturas e níveis sociais. Além disso, elas devem permitir que as pessoas façam atividades variadas em seu espaço, desde artísticas, recreativas, esportivas, educativas etc.

No Quadro 8, apresenta-se uma correlação entre categorias/dimensões que permitem analisar a qualidade da experiência e sustentabilidade das praças turísticas com base em pesquisas realizadas em algumas das praças de Curitiba e Ilhéus.

QUADRO 8 – ANÁLISE DA QUALIDADE DA EXPERIÊNCIA E SUSTENTABILIDADE DAS PRAÇAS TURÍSTICAS

SIGNIFICAÇÃO DAS PRAÇAS	FUNÇÕES DAS PRAÇAS	DIMENSÕES DA EXPERIÊNCIA	SUSTENTABILIDADE DAS PRAÇAS TURÍSTICAS
Visual	Estética - Simbólica - Ecológica	Contemplação - Aprendizagem - Evasão	ASPECTOS FÍSICOS: Mobiliário urbano e comodidades; Beleza
			ASPECTOS ECOLÓGICOS: Paisagem
			ASPECTOS SOCIOCULTURAIS: Identidade; Conforto visual/mental; Flexibilidade nas atividades
			ASPECTOS ECONÔMICOS
Simbólica	Simbólica - Psicológica	Evasão - Aprendizagem	ASPECTOS FÍSICOS: Mobiliário urbano e comodidades; Beleza
			ASPECTOS ECOLÓGICOS: Paisagem
			ASPECTOS SOCIOCULTURAIS: Identidade; Sentido do lugar; Conforto visual/mental; Flexibilidade nas atividades
			ASPECTOS ECONÔMICOS
Recreativa	Ecológica - Psicológica	Entretenimento - Evasão	ASPECTOS FÍSICOS: Acessibilidade; Mobiliário urbano e comodidades; Beleza
			ASPECTOS ECOLÓGICOS: Conforto termal; Paisagem; Conforto do vento; Conforto do sol
			ASPECTOS SOCIOCULTURAIS: Identidade; Sentido do lugar; Conforto visual/mental; Equidade; Segurança; Flexibilidade nas atividades
			ASPECTOS ECONÔMICOS
Circulação	Estética - Simbólica	Entretenimento - Contemplação	ASPECTOS FÍSICOS: Acessibilidade; Mobiliário urbano e comodidades
			ASPECTOS ECOLÓGICOS: Conforto termal; Paisagem; Conforto do sol
			ASPECTOS SOCIOCULTURAIS: Conforto visual/mental; Equidade; Segurança
			ASPECTOS ECONÔMICOS

Fonte: Elaboração do autor (2018), com base em Matas Colom *et al.* (1983); Pine e Gilmore (1999); De Angelis, De Angelis Neto, Barros & Barros (2005); Javadi (2016).

A análise da qualidade da experiência e sustentabilidade das praças turísticas constitui importante fonte de informações para a gestão desses espaços. Paralelamente, este procedimento se baseia na valorização de aspectos socioculturais, ambientais e econômicos, fundamentais para a preservação e manutenção desses espaços públicos turísticos.

A qualidade da experiência turística e a sustentabilidade das praças fazem parte de um conjunto de princípios necessários para o desenvolvimento de uma melhor compreensão acerca da percepção do visitante. Analisar as qualidades da praça como reflexo da influência da presença do visitante, e o comportamento deste como reflexo de sua percepção de espaço, é entender o caráter interacional de um espaço multifacetado (HAYLLAR *et al.*, 2011).

A transição entre um modelo tradicional de turismo para o turismo sustentável é uma tarefa gradativa a ser empreendida. A intenção originária do conceito de sustentabilidade é ser expressão de crítica a um modelo de desenvolvimento irresponsável, muitas vezes voltado ao retorno em curto prazo. A sustentabilidade deve ser aceita por todos os envolvidos na atividade, com suas responsabilidades especificadas e definidas com afinidade de aprimorar as condições de vida das pessoas e ambientes, assegurando a possibilidade de suas práticas em épocas futuras.

Assim, é fundamental que planejadores e gestores o empreendimento de práticas coerentes com a redução dos impactos negativos causados pela atividade, a continuidade dos projetos de manutenção da qualidade e criação de condições mais favoráveis para o desenvolvimento da atividade turística nas praças, em princípios norteados pela ética, e com a participação de representantes de diversos setores.

Seguindo essa linha de raciocínio, é importante considerar características da comunidade e o perfil da demanda. Para os visitados, é importante a participação na definição da direção a ser seguida em conjunto com os demais atores; para os visitantes, é fundamental considerar e valorizar o seu papel na realização da visita, ou seja, reconhecer a sua presença, suas possibilidades de interação com o próprio espaço visitado e com outros grupos.

Os diversos atores devem pensar sobre os objetivos comuns e a realidade, possibilitando a elaboração de contribuições que possam atuar na redução de possíveis impactos negativos e a maximização dos efeitos positivos, descobrindo as potencialidades e alcances da atividade turística, pensada e praticada de forma que se desenvolva propriedades que a qualificam como atividade sustentável (BARRETTO, 2004; RABINOVICI, 2011).

Baseando-se nesta análise, é possível reconhecer a praça como um espaço público privilegiado, se constituindo num ambiente favorável para a realização de experiências memoráveis, valorizando as significações e funções que desempenha para moradores e visitantes.

6 CONSIDERAÇÕES FINAIS

Pensar a cidade como espaço sociocultural é perceber a sua capacidade de desenvolver um turismo sustentável com práticas de valorização de suas praças e demais espaços públicos. As práticas de valorização correspondem diretamente à sustentabilidade, vinculando aspectos socioculturais, ambientais e econômicos. Esse procedimento possibilita proporcionar, em primeiro lugar, o conhecimento, a valorização e preservação pelos próprios moradores. Esse processo de valorização, uma vez sentido pelo visitante, potencializa experiências, podendo agregar valor ao destino.

Dessa forma, a análise dos dados correspondeu à compreensão de como os elementos contidos na percepção dos visitantes sobre esses espaços podem contribuir com o planejamento do turismo e a gestão das praças. Trata-se de um conjunto de possibilidades, no estudo das experiências vivenciadas por visitantes e moradores nas praças turísticas de Curitiba-PR e Ilhéus-BA. Nessas duas cidades, a seleção das praças foi baseada em dois fatores: acesso de turistas e moradores, e valor identitário transmitido pelas mesmas.

Como o Turismo é uma atividade constantemente relacionada com imagens, que podem determinar ou não a escolha de um destino, a experiência do visitante e a representação desta, atuam de forma semelhante. As experiências vivenciadas por visitantes, expressadas pelas fotografias e pelos depoimentos, sobre as praças que se constituem em espaços públicos de experiências turísticas, proporcionam uma leitura crítica sobre essas “imagens”, que se propagam nas próprias representações.

No destino turístico criativo, todos os envolvidos no processo acabam (re)produzindo uma imagem de destino. O comportamento do visitante responde a um estímulo do atrativo por meio das manifestações de suas experiências. No entanto, é importante considerar que o atrativo também deseja turistas criativos, e a qualidade dessa criatividade também vai depender do planejamento e gestão do destino.

Dessa forma, o planejamento turístico e a gestão das praças devem ser participativas, democráticas, integradoras, tal como esses espaços. E, a

participação cidadã se destaca como elemento fundamental no levantamento de propostas de aproveitamento ou melhoria dos espaços públicos, através da escolha de representantes e da aproximação entre gestores municipais e a academia.

O planejamento e a gestão do destino turístico englobam elementos internos, que vão desde características físico-geográficas, perfil dos moradores, empresários e gestores; e, externos, que se baseiam nas características da demanda, nos modelos de referência, e nas tecnologias que podem ser aplicadas desde a concepção do destino, na divulgação e comercialização de produtos turísticos, até as avaliações em ferramentas em que o próprio turista é o certificador final, como é o caso da reputação *online*.

A leitura crítica sobre um atrativo, considerando sua qualidade, pontos fortes e pontos fracos, acessibilidade, segurança, limpeza, pode favorecer a planejadores e gestores numa resposta direta acerca do nível de satisfação de quem visita esses espaços públicos. O que acaba reconhecendo a reputação *online* como sendo uma ferramenta realista e propositiva. Nesse estudo, no caso das praças de Curitiba e Ilhéus, as possibilidades de uso desses espaços podem apresentar algumas equivalências e particularidades.

O modelo aqui apresentado para investigação das experiências subjetivas dos visitantes sobre as praças pode ser aplicado em planejamentos urbanos, paisagísticos e ambientais, que levem em consideração a importância das significações e funções das praças e das experiências que essas possibilitam a seus usuários. Assim, insatisfações poderão ser minimizadas, sugestões serem democraticamente consideradas, em um amplo processo de troca de informação e discussão, base para um planejamento sustentável, voltado para os interesses das pessoas.

Ao destacar a sustentabilidade das praças, apontamos em sua gestão, a necessidade de se incorporar conhecimento científico, e, a partir de uma estrutura teórica, ampliar a capacitação técnica de planejadores; e, aos cidadãos, reconhecer o seu papel no planejamento da atividade turística nas praças, através do monitoramento de ações e conscientização pública.

Comentários que poderiam ser entendidos de forma negativa, se vistos

com brevidade, podem ser considerados por planejadores e gestores, e aproveitados, possibilitando correções e aprimoramento do destino turístico. Como os comentários feitos por “Pedro K” em visita à Praça Tiradentes, de Curitiba: “faltava policiamento” (em junho de 2015), e por “Luaventura3” em visita à Praça Osório, de Curitiba: “muito bem conservada, mas faltava policiamento” (em agosto de 2016). Da mesma forma, mesmo não estando relacionado à falta de segurança, mas com a própria experiência do visitante, o comentário feito por “Adriana G”, em visita à Praça do Cacau, de Ilhéus, que considerou “meio sem graça” (em junho de 2015), destacando a apresentação de “pessoas com roupas típicas cantando músicas”. Esses depoimentos podem favorecer a planejadores e gestores, desde a adequação no tempo de apresentação de acordo com o tempo da visita, e, a variedade e a seleção dos atrativos que serão apresentados, até a manutenção das qualidades relacionadas às significações e funções das praças.

Nesse sentido, planejadores urbanos e poder público podem incentivar a realização de atividades nas praças, direcionadas a diversos públicos, estimulando a frequência de moradores e visitantes, de dia e de noite, criando um ambiente interessante e economicamente viável. Esse incentivo pode se estar relacionado à comercialização de produtos típicos do lugar, a realização de atividades culturais na praça, e outros serviços que atraiam o público.

Essas experiências, vivenciadas por quem visita uma praça, quando veiculadas nos meios de comunicação, podem influenciar outros visitantes, e, principalmente, fornecer pistas para adequações que deverão ocorrer no âmbito do espaço público. Espera-se, com isso, que planejadores e gestores possam minimizar aspectos negativos evidenciados na divulgação de uma experiência, e com isso, possam contribuir para melhor satisfazer moradores e visitantes.

Com relação à perspectiva experiencial (TUAN, 1983; PINE & GILMORE, 1999), neste trabalho, foram analisadas avaliações mediante fotografias e depoimentos obtidos no website *Tripadvisor*. A definição das dimensões da experiência contribui para uma reflexão sobre as possibilidades

de se planejar espaços turísticos, que satisfaçam e até surpreendam seus visitantes, e a importância de estudos aprofundados sobre o tema, com o objetivo de identificar elementos físicos e humanos do espaço geográfico com características adequadas para serem aproveitados, de maneira sustentável, como produtos experienciais, com a finalidade de potencializar o destino.

Conforme se pode verificar, as diversas experiências que os indivíduos vivenciam em uma praça correspondem às perspectivas definidas por Pine e Gilmore (1999) e estes conceitos vêm sendo aplicados como uma estratégia para planejar destinos turísticos competitivos. Os resultados desta pesquisa evidenciam possibilidades para planejadores e gestores desenvolverem práticas que atendam a moradores e visitantes, tendo em vista a consolidação de destinos turísticos criativos.

Uma mesma praça, e até mesmo uma mesma imagem, pode expressar mais de uma dimensão da experiência. Assim como, em algumas experiências vivenciadas, é possível categorizar as praças de acordo com suas significações. A percepção do espaço vai variar conforme o sujeito, considerando o seu repertório e as suas expectativas. Além disso, o atrativo possibilita ao visitante múltiplas experiências.

Com relação ao serviço de ônibus da Linha Turismo, em Curitiba, nos chamou a atenção o fato de que as praças mais avaliadas e fotografadas por visitantes, de acordo com o *TripAdvisor*, não fazem parte do roteiro de visita. Planejadores podem, discutindo com a sociedade, adotar maneiras de adicionar pontos de paradas estratégicos, ou, realizar o incremento de roteiros alternativos, baseados nesses dados de reputação *online*.

Partindo dessa análise, a praça, então, se constitui em um espaço privilegiado para o planejamento e prática de experiências positivas possíveis de ser vivenciadas pelos próprios moradores da cidade e por seus visitantes. Isso se justifica quando analisamos as funções desempenhadas por esses espaços. Quando se trata da importância da experiência memorável do visitante, todas as dimensões da experiência devem ser consideradas.

Partindo dessa proposição, a reputação *online* se constitui em um recurso de grande valor para gestores e planejadores que têm a visão de que o

visitante, como certificador final, tem a melhor e mais real opinião sobre determinado atrativo. Nesse sentido, é comum, na análise desses espaços públicos, de acordo com as categorias, as significações das praças, se obter comentários mais críticos, de acordo com a experiência de quem visita esses espaços. Toda informação obtida na avaliação de um destino é benéfica, pois além de se constituir em informação para um visitante potencial, contribuirá fornecendo importantes pistas para a melhoria do destino turístico avaliado.

Nessas avaliações, se imprimem as percepções através de representações em fotografias e depoimentos. Não há forma de dissociar turismo e imagem. Cada vez mais, com o desenvolvimento das ferramentas de apoio ao turismo, imagens de cidades circulam todo o mundo. A velocidade com que uma informação é transmitida, e compartilhada, acaba gerando influências de uma realidade virtual sobre o mundo real.

Partindo dessa compreensão, também reconhecemos que as tendências se modificam na própria concepção de praça como espaço público. Esses espaços, antes, de permanência, passam a ser de passagem e passam a surgir novos sentidos para o termo praça. O mundo globalizado elabora uma noção de espaço efêmero, e, em meio a praças de alimentação de *shopping centers*, as formas de apropriação do espaço ganha complexidade, podendo fazer de algumas praças urbanas, espaços “vazios”, em meio à ausência do poder público diante de problemáticas como a violência em pequenas, médias e grandes cidades.

Ao visitar uma praça, o turista percebe a relação dos moradores com os espaços públicos de uma cidade. E, o seu comportamento será derivado e estimulado pela percepção do espaço. A qualidade das experiências vivenciadas em um atrativo irá determinar o retorno do visitante, que, sendo positiva, fará com que o destino seja divulgado por ele, podendo atrair outros visitantes. Portanto, faz-se necessário adequar planos e ações visando relacionar os atributos do espaço público, com as experiências que se pretende desenvolver, considerando os elementos da sustentabilidade.

Dessa forma, a associação da qualidade da experiência turística e das significações e funções desempenhadas pelas praças, considerando a

sustentabilidade, favorece o trabalho de gestores e planejadores, evitando impactos negativos aos atrativos e valorizando os efeitos benéficos da atividade turística sobre os moradores e sobre a própria cidade, valorizando as praças e dinamizando a economia.

Partindo desse entendimento, o problema levantado na pesquisa questiona se a compreensão da percepção dos turistas sobre a qualidade das experiências e a sustentabilidade nas praças turísticas de Curitiba e Ilhéus pode facilitar na sua gestão. Nesse contexto, considerando uma praça como espaço público turístico, e, através da análise das experiências de visitantes e frequentadores sobre as praças urbanas de Curitiba-PR e Ilhéus-BA, a pesquisa objetivou compreender a percepção dos turistas sobre a qualidade das experiências e a sustentabilidade nas praças turísticas de Curitiba e Ilhéus.

Buscando atingir esse objetivo geral, a pesquisa buscou analisar a percepção dos turistas através da ferramenta de reputação *online*, considerando fotografias e depoimentos dos visitantes. Foi adotado um procedimento para análise das experiências dos visitantes, e, com isso, formas de classificação das praças, considerando as experiências desses visitantes.

Estabelecer uma classificação das praças que relacione suas significações e funções e a qualidade da experiência turística, tendo presente a análise da percepção e representação dos visitantes, permitirá facilitar o planejamento das praças buscando experiências positivas e memoráveis para os turistas e sustentáveis para a comunidade local, sempre considerando maximizar os impactos sociais, culturais, ambientais e econômicos positivos, minimizando os negativos.

As limitações no método são superadas com uma simples consulta em outras fontes, ou com o conhecimento prévio do visitante, que pretende planejar a sua visita se utilizando para isso, da ferramenta de reputação *online*, como é o caso do *TripAdvisor*, utilizado nesse estudo. Ou, em ações de planejadores e gestores, que precisam conhecer o destino, e, interagir com representantes da sociedade. O obstáculo encontrado, neste estudo, foi o fato de encontrar destinos homônimos agrupados numa mesma busca na plataforma.

De acordo com os resultados dessa pesquisa, é possível verificar que as experiências de visitantes e moradores que frequentam as praças, relacionadas a múltiplos interesses, se sobrepõem de forma harmônica. Considerando essa observação, reconhecemos que as oportunidades de interação social entre interessados em visitar esses espaços, moradores, e planejadores da atividade turística devem ser reconhecidas como um elemento fundamental para o enriquecimento das experiências de visita, atuando dialeticamente, na divulgação dos atrativos e do destino, o que possibilitará o planejamento sustentável do turismo.

As análises da qualidade da experiência turística, feitas em diferentes praças, de Curitiba e Ilhéus, demonstram uma eficácia do método. Sendo assim, o procedimento adotado pode contribuir para a gestão desses espaços, aprimorando o turismo e gerando desenvolvimento social e econômico às cidades.

Diante desses resultados, espera-se que o estudo seja ampliado, fornecendo elementos para o desenvolvimento de pesquisas relacionadas ao tema, que possam ser aplicados em qualquer realidade espacial. Com isso, esperamos que estudos dessa natureza contribuam para o reconhecimento da praça como um espaço público vital na cidade, possível de estimular e desenvolver boas experiências a quem a frequenta/visita.

REFERÊNCIAS

- ARRAIS, T. P. A. As imagens da cidade e a produção do urbano. *In*: CAVALCANTE, L. S. (org.) **Geografia da cidade**: a produção do espaço urbano de Goiânia. Goiânia: Alternativa, 2001.
- ARRUDA, H. S.; TRICÁRIO, L. T. Hospitalidade urbana e design de espaços públicos: a trajetória da Praça Almirante Tamandaré em Balneário Camboriú/SC, Brasil. **Revista Cenário**, Brasília, v. 3, n. 4, p. 45-61, 2015.
- ASTI VERA, A. **Metodologia de pesquisa científica**. Porto Alegre: Globo, 1976.
- AVILA, M. A. **Política e Planejamento em Cultura e Turismo**. Ilhéus: Editus, 2009.
- BACHELARD, G. **A formação do espírito científico**: contribuições para uma psicanálise do conhecimento. Trad.: Estela dos Santos Abreu. Rio de Janeiro: Contraponto, 1996.
- BAGLIERI, D. & CONSOLI, R. Collaborative innovation in tourism: managing virtual communities. *In*: **The TQM Journal**, v. 21, no. 4. 2009, p. 353-364.
- BAGNAL, G. **Mapping the museum**: the cultural consumption of two north west heritage sites. Unpublished PhD thesis, University of Salford: Salford, 1998.
- BAGNAL, G. Performance and performativity at heritage sites. **Museum and society**, v.1, 2003.
- BARRADO-TIMÓN, D. A. El concepto de destino turístico: una aproximación geográfico-territorial. *In*: **Estudios Turísticos**. [s.l.], 160, 2004, p. 45-68.
- BARRETTO, M. Espaço Público: usos e abusos. *In*: Yázigi, E., Carlos, A. F. A., CRUZ, R. C. A. **Turismo**: espaço, paisagem e cultura. 3 ed. São Paulo: Hucitec, 2002.
- BARRETTO, M. Relações entre visitantes e visitados: um retrospecto dos estudos socioantropológicos. *In*: **Turismo em Análise**. v. 15, n. 2, 2004, p. 133-149.
- BELLEN, H. M. **Indicadores de Sustentabilidade**: uma Análise Comparativa. 2.ed. Rio de Janeiro: Editora FGV, 2006.
- BIGNÉ, J. E., FONT, X., ANDREU, L. **Marketing de destinos turísticos: análisis y estrategias de desarrollo**. Madrid: ESIC, 2000.
- BITT-MONTEIRO, M. Teoria dos universos circundantes: percepção, espaço e fotografia - uma abordagem metodológica. *In*: **Revista de Biblioteconomia & Comunicação da UFRGS**. v. 8, 2000. p. 26-71.
- BIZINELLI, C., MANOSSO, F. C., GÂNDARA, J. M. G., VALDUGA, V. Experiências de Turismo Cervejeiro em Curitiba, PR. *In*: **Rosa dos Ventos**. v. 5. Caxias do Sul, 2013.

- BOULLÓN, R. C. **Planejamento do espaço turístico**. Trad: Josely Viana Baptista. Bauru: EDUSC, 2002.
- BRASIL. **Código Civil**. 46 ed. São Paulo: Saraiva, 1995.
- BUHALIS, D., & LAW, R. Progress in Information Technology and Tourism Management: 20 years on and 10 years after the Internet - The State of eTourism Research. **Tourism Management**. 29(4), 2008. p. 609-623.
- BUTLER, R. Issues in applying carrying capacity concepts: examples from United Kingdom. *In*: COCCOSSIS, H. & MEXA, A. **Planning and management for tourism growth is becoming essential in the context of sustainable development**. Ed. 1, 2004
- CALDEIRA, T. **Cidade de muros**: crime, segregação e cidadania em São Paulo. São Paulo: Ed. 34/Edusp, 2000.
- CAMPBELL, C. **The romantic ethic and the spirit of modern consumerism**. Oxford: Blackwell, 1987.
- CAPRARO, A. M. *et al.* A história de uma praça: sociabilidade, manifestações públicas e religiosidade na cidade de Curitiba. **Licere**. v. 13, n. 3. Belo Horizonte, 2010.
- CARLOS, A. F. A. **A cidade**. São Paulo: Contexto, 2011.
- CARLOS, A. F. A., SOUZA, M. L. & SPOSITO, M. E. B. **A produção do espaço urbano**: agentes e processos, escalas e desafios. São Paulo: Contexto, 2011.
- CARMONA, M. *et al.* **Public places, urban spaces**: the dimensions of urban design. Oxford: Architectural Press, 2003.
- CARY, S. H. The Tourist Moment. **Annals of Tourism Research**. 31(1), 2004. p. 61-77.
- CASTRO, I. E.; GOMES, P. C. C. & CORRÊA, R. L. **Olhares geográficos**: modos de ver e viver o espaço. Rio de Janeiro: Bertrand Brasil, 2012.
- CAVALCANTI, L. S. **Geografia da cidade**. Goiânia: Alternativa, 2001.
- CENTRO HISTÓRICO DE CURITIBA. **Palácio Garibaldi**. Disponível em: <http://www.centrohistoricodecuritiba.com.br/sociedade-giuseppe-garibaldi/>. Acesso em: 28 jul. 2018.
- CERQUEIRA, R. & SILVA, T. Marcas e engajamento digital: algumas considerações. *In*: GOMES, W. & REIS, L. (Org.). **Publicidade digital**: formatos e tendências da nova fronteira publicitária. Salvador: P&A Editora, 2011.
- CHURCHILL JR., G. A. **Marketing research**: methodological foundation. Orlando: The Dryden Press, 1999.
- COOPER, C. *et al.* **Turismo, Princípios e Práticas**. São Paulo: Artmed Editora, 2001.

- CORRÊA, R. L. Espaço e simbolismo. *In*: CASTRO, I. E.; GOMES, P. C. C. & CORRÊA, R. L. **Olhares geográficos**: modos de ver e viver o espaço. Rio de Janeiro: Bertrand Brasil, 2012.
- COSGROVE, D. John Ruskin and the Geographical Imagination. **Geographical Review**, 69(4), 1979.
- COSGROVE, D. Em direção a uma Geografia Cultural radical: problemas de teoria. *In*: CORRÊA, R. L.; ROSENDAHL, Z. (Orgs.). **Introdução à Geografia Cultural**. Rio de Janeiro: Bertrand Brasil, 2003.
- COZBY, P. **Métodos de pesquisa em ciências do comportamento**. São Paulo: Atlas, 2006.
- CRANG, M. Picturing practices: research through the tourist gaze. **Progress in human geography**, 21(3), 1997. p. 359-373.
- CROUCH, D. Tourism representations and non-representative geographies: making relationship between tourism and heritage active. *In*: ROBINSON, M. *et al.* (eds.), **Tourism and heritage relationship**: global, national and local perspectives. Sunderland: Business Education Publishers. 2000, p. 93-104.
- CRUZ, R. C. A. **Introdução à Geografia do Turismo**. 2. Ed. São Paulo: Roca, 2003.
- CULLEN, G. **Paisagem Urbana**. Col. Arquitetura e Urbanismo. Lisboa: Edições 70, 1971.
- DAHLANDER, L. & GANN, D. M. How open is innovation? *In*: **Research Policy**, v. 39. 2010, p. 699-709.
- DE ANGELIS, B. L. **A praça no contexto das cidades**: o caso de Maringá-PR. Tese (Doutorado em Geografia). FFLCH. São Paulo: USP, 2000.
- DE ANGELIS, B. L. D. & DE ANGELIS NETO, G. Os elementos de desenho das praças de Maringá-PR. *In*: **Acta Scientiarum**. Maringá. n. 22 v.5, 2000. p.1445-1454
- DE ANGELIS, B. L. *et al.* Metodologia para levantamento, cadastramento, diagnóstico e avaliação de praças no Brasil. *In*: **Revista Engenharia Civil**, v. 20. Guimarães: UM, 2004.
- DE ANGELIS, B. L. ; DE ANGELIS NETO, G.; BARROS, G. D. A.; BARROS, R. D. A. Praças: história, usos e funções. *In*: **Fundamentum**. (Vol. 15). Maringá: EDUEM, 2005.
- DEMO, P. **Pesquisa e construção do conhecimento**: metodologia científica no caminho de Habermas. Rio de Janeiro: Tempo Brasileiro, 1994.
- DEMO, P. **Metodologia do conhecimento científico**. São Paulo: Atlas, 2000.
- DENARDIN, V. C. C. & SILVA, A. P. Praças urbanas como espaços para o turismo e lazer em estudo preliminar na Praça General Osório na cidade de Santa Maria/RS. *In*: **II Encontro Semintur Jr**. Caxias do Sul: UCS, 2011.

- DICKINGER, A. The Trustworthiness of Online Channels for Experience-and Goal-Directed Search Tasks. *In: Journal of Travel Research*, v. 50, n.4, 2011. p.378-391.
- DINHOPL, A. & GRETZEL, U. Conceptualizing tourist videography. *In: Information Technology & Tourism*. Nov. 2015.
- DUNCAN, J. A paisagem como sistema de criação de signos. *In: CORRÊA, R. L. & ROSENDAHL, Z. (orgs.). Paisagens, textos e identidades*. Rio de Janeiro: Eduerj, 2004, p. 90-132.
- FEIBER, S. D. Áreas verdes urbanas imagem e uso: o caso do passeio público de Curitiba-PR. *In: RA 'E'GA*, Vol. 8, pp. 93-105. Curitiba: Editora UFPR, 2004.
- FERNANDES, L. P. **Avaliação do conforto térmico em espaços livres públicos: estudo de caso no entorno de praças do município de Londrina, Paraná**. 65 f. Trabalho de Conclusão de Curso (Engenharia Ambiental). Universidade Tecnológica Federal do Paraná. Londrina, 2014.
- FERRARA, L. A. **Ver a cidade**: cidade, imagem, leitura. São Paulo: Nobel, 1988.
- FERRARA, L. A. **Olhar periférico**: informação, linguagem, percepção ambiental. São Paulo: Edusp, 1993.
- FIORIN, J. L. **Linguagem e ideologia**. 6 ed. São Paulo: Nobel, 1998.
- FLORES, L. C. S.; MENDES, J. C. Perspectivas do destino turístico: repensando o sentido do conceito. *In: Revista Brasileira de Pesquisa em Turismo*, [s.l.], v. 8, n. 2, p.222-237, 1 set. 2014.
- FRAMKE, W. The Destination as a Concept: a discussion of the business-related perspective versus the socio-cultural approach in tourism theory. *In: Scandinavian Journal of Hospitality and Tourism*, [s.l.], v. 2, n. 2, p.92-108, ago. 2002.
- GÂNDARA, J. M. G. A imagem dos destinos turísticos urbanos. *In: Revista Eletrônica de Turismo Cultural*. nº especial. São Paulo: ECA/USP, 2008. p. 1-22.
- GÂNDARA, J. M. G.; SILVA, E. K. L.; VIANA, M. S.; CARVALHO, R. C. O. Sementes da Mata Atlântica: conformação do produto cultural para o destino Itacaré - Bahia. *In: Cultur - Revista de Cultura e Turismo*. Vol. 1(5), 2011.
- GÂNDARA, J. M. G., MENDES, J., MOITAL, M., RIBEIRO, F. N. S. & GOULART, L. A. Planificación estratégica de un circuito turístico hitórico-cultural experiencial: Itabuna-Bahia, Brasil. *In: Estudios y Perspectivas en Turismo*. Vol. 21. Buenos Aires. pp. 225-248, 2012.
- GARCÍA CANCLINI, N. **Culturas Híbridas**: estratégias para entrar e sair da modernidade. São Paulo: EDUSP, 2007.
- GASTAL, S. & SILVA, A. V. F. Jardins e jardim histórico: espaços de memória e possibilidades para o turismo. *In: Revista Iberoamericana de Turismo-RITUR*, Penedo, número especial, 2015. p. 63-85.

- GEHL, J. & GEMZOE, L. **New city spaces**. Copenhagen: The Danish Architectural Press, 2001.
- GEHL, J. **Cidades para pessoas**. São Paulo: Perspectiva, 2013.
- GERMAN MOLZ, J. **Travel Connections: Tourism, Technology and Togetherness in a Mobile World**. London: Routledge, 2012.
- GIL, A. C. **Métodos e técnicas de pesquisa social**. São Paulo: Atlas, 1999.
- GODOY, A. S. Introdução à pesquisa qualitativa e suas possibilidades. *In: Revista de Administração de Empresas*. São Paulo: v.35, n.2, p. 57-63, abr. 1995.
- GOMES, E. C. **Percepção do ambiente construído: a praça**. Tese (Doutorado em Arquitetura). Faculdade de Arquitetura e Urbanismo, Universidade de São Paulo. São Paulo, 1997.
- GOMES, P. C. C. **Geografia e modernidade**. Rio de Janeiro: Bertrand Brasil, 1996.
- GRETZEL, U. Travel in the network: Redirected gazes, ubiquitous connections and new frontiers. *In: LEVINA, M. & KIEN, G. (Eds.). Post-global Network and Everyday Life*. New York: Peter Lang, 2010. p. 41–58.
- GRETZEL, U. *et al.* Searching for the future: Challenges faced by destination marketing organizations. *In: Journal of Travel Research*. v. 45(2), 2006.
- GRETZEL, U., & JAMAL, T. Conceptualizing the Creative Tourist Class: Technology, Mobility, and Tourism Experiences. **Tourism Analysis**. 14(4). 2009, p. 471-481.
- GRETZEL, U. & YOO, K.-H. Use and Impact of *Online* Travel Reviews. *In: P. O'CONNOR, W. HÖPKEN, & GRETZEL, U. (ed.). Information and Communication Technologies in Tourism*. Viena: Springer, 2008. p. 35-46.
- GRIFFIN, T.; HAYLLAR, B. & EDWARDS, D. Lugares e pessoas: uma tipologia de áreas funcionais turísticas. *In: HAYLLAR, B. et al. Turismo em cidades: espaços urbanos, lugares turísticos*. Rio de Janeiro: Elsevier, 2011.
- GRIFFITH, J. J. & SILVA, S. M. F. Mitos e métodos no planejamento de sistemas de áreas verdes. **Anais do Encontro Nacional sobre Arborização Urbana**, vol. 2. Maringá, 1987. p. 34-42.
- GUIA GEOGRÁFICO CULTURA EM CURITIBA. **Linha Turismo**. Disponível em: <http://www.cultura-arte.com/curitiba/linha-turismo.htm>. Acesso em: 22 jul. 2018.
- GUIA GEOGRÁFICO CURITIBA. **Centro Histórico**. Disponível em: <http://www.curitiba-parana.net/setor-historico.htm>. Acesso em: 20 jun. 2018.
- HANNAM, K., BUTLER, G., & PARIS, C. M. Developments and Key Issues in Tourism Mobilities. **Annals of Tourism Research**. 44(1). 2014, p. 171-185.
- HAYLLAR, B & GRIFFIN, T. The precinct experience: a phenomenological approach. *In: Tourism Management*, 26(4), 2005. p. 517-528.

- HAYLLAR, B.; GRIFFIN, T.; EDWARDS, D. & ADRIGUI, M. **Turismo em cidades**: espaços urbanos, lugares turísticos. Rio de Janeiro: Elsevier, 2011.
- HORODYSKI, G. S., MANOSSO, F. C., GÂNDARA, J. M. G. A pesquisa narrativa na investigação das experiências turísticas relacionadas ao consumo de souvenirs: uma abordagem fenomenológica. *In: Turismo em Análise*. Vol. 25, n. 1. São Paulo:USP, 2014.
- INVATTUR, Agência Valenciana del Turismo. **Destinos turísticos inteligentes**: Manual operativo para la configuración de destinos turísticos inteligentes, 2015.
- IVARS BAIDAL, J. A. *et al.* Gestión turística y tecnologías de la información y la comunicación (TIC): el nuevo enfoque de los destinos inteligentes. **Documents d'Anàlisi Geogràfica**, 62(2). 2016, p. 327-346.
- JACKSON, P. **Maps of meaning**. Londres: Routledge, 1989.
- JANSSON, A. A Sense of Tourism: New Media and the Dialectic of Encapsulation/Decapsulation. **Tourist Studies**. 7(1). 2007, p. 5–24.
- JAVADI, H. Sustainable Urban Public Squares. *In: European Journal of Sustainable Development*, 5, 3, 2016. p. 361-370.
- JENNINGS, G., & WEILER, B. Mediating Meaning: Perspectives on Brokering Quality Tourist Experiences. *In: JENNINGS, G. & NICKERSON, N. (Eds.). Quality Tourism Experiences*. Oxford: Elsevier Butterworth-Heinemann, 2006.
- JOVICIC, D. Z. Key issues in the conceptualization of tourism destinations. *In: Tourism Geographies*, [S.l.], v. 18, n. 4, p.445-457, 12 mai. 2016.
- KOZEL, S. As representações no geográfico. *In: MENDONÇA, F.; KOZEL, S. (Orgs.) Elementos de epistemologia da geografia contemporânea*. Curitiba: Ed. UFPR, p. 215-232. 2002.
- KOZEL, S. Ressignificando as representações do espaço: as linguagens do cotidiano. *In: Anais do X Encontro de Geógrafos da América Latina*. São Paulo: USP, 2005
- LAMAS, J. M. R. G. **Morfologia urbana e desenho da cidade**. 2.ed. Fundação Calouste Gulbenkan, Fundação para a Ciência e Tecnologia, 2000.
- LADRIÈRE, J. **Vida social e destinação**. São Paulo: Convívio, 1979.
- LAKATOS, E. M. & MARCONI, M. A. **Fundamentos de metodologia científica**. São Paulo: Atlas, 1993.
- LARSEN, J., URRY, J., & AXHAUSEN, K. W. Networks and Tourism: Mobile Social Life. **Annals of Tourism Research**. 34(1). 2007, p. 244-262.
- LEFEBVRE, H. **O Direito à Cidade**. Tradução de Rubens Frias. São Paulo: Moraes, 1991.
- LO, I. S. *et al.* Tourism and *online* photography. *In: Tourism Management*, Vol. 32, 4, 2011.
- LYNCH, K. **A imagem da cidade**. São Paulo: Martins Fontes, 1999.

MAANEN, J. V. Reclaiming qualitative methods for organizational research: a preface. **Administrative Science Quarterly**, vol. 24, n. 04, 1979. p. 520-526.

MAGNANI, J. G. C. De perto e de dentro: notas para uma etnografia urbana. *In: Revista Brasileira de Ciências Sociais*, v. 17, n. 49, São Paulo, jun. 2002.

MANOSSO, F. C. **O espaço urbano-turístico de Curitiba nas fotografias online**: uma análise na rede social *Instagram*. Dissertação (Mestrado em Geografia). Universidade Federal do Paraná, Curitiba, 2015.

MARCONI, M. A. & LAKATOS, E. **Técnicas de Pesquisa**. 2. ed. São Paulo: Atlas, 1990.

MARÍA-DOLORES, S. M.; GARCÍA, J. J., & MELLINAS, J. P. Los hoteles de la región de Murcia ante las redes sociales y la reputación online. **Revista de Análisis Turístico**, v. 13. 2012, p. 1-10.

MAITLAND, R. & NEWMAN, P. Developing tourism on the fringe of central London. *In: International Journal of Tourism Research*, 6(5), 2004. p. 339-348.

MATAS COLOM, J. **Las plazas de Santiago**. Santiago: Ediciones Universidad Católica de Chile, 1983.

MERLEAU-PONTY, M. **Fenomenologia da Percepção**. 2 ed. São Paulo: Martins Fontes, 1999.

MINAYO, M. C. de S. (Org.) **Pesquisa social: teoria, método e criatividade**. 22 ed. Rio de Janeiro: Vozes, 2003.

MIOTTO, A. **Urban Squares: tourists, residents and behavioural patterns - an analysis of three squares of Lugano**. Dissertação de Mestrado em Economia e Comunicação. Universidade da Suíça Italiana. Lugano: Faculdade de Ciências Econômicas, 2016.

MONDENARD, A. A emergência de um novo olhar sobre a cidade: as fotografias urbanas de 1870 a 1918. Trad: Eveline B. Kavakama. *In: Projeto História*. v.18. São Paulo: Edusc, 1999. p.107-113.

MONTENEGRO, G. N. **A produção do mobiliário urbano no espaço público**: o desenho do mobiliário urbano nos projetos de reordenamento das orlas do Rio Grande do Norte. Dissertação – Universidade Federal do Rio Grande do Norte, Rio Grande do Norte, 2005.

MOREIRA, R. . O Paradigma e a ordem (Genealogia e metamorfoses do espaço capitalista). **Revista Ciência Geográfica**, AGB-Bauru, v. V, n.13, p. 31-44, 1999.

MOSCOVICI, S. **Representações Sociais**: investigações em psicologia social. Petrópolis: Editora Vozes, 2010.

MOURTHÉ, C. **Mobiliário urbano**. Rio de Janeiro: 2AB, 1998.

MURTA, R. S. Consolidação do patrimônio e apropriação do espaço urbano: o caso da Praça da Estação em BH-MG. **Revista Turismo & Desenvolvimento**, Campinas (SP), v. 5, n. 1, 2006. p. 17-29.

- NASUTION, A. D. & ZAHRAH, W. Public Open Space Privatization and Quality of Life, Case Study Merdeka Square Medan. *In: Procedia - Social and Behavioral Sciences*, 36. 2012, p. 466 – 475.
- NEUPANE, R. *et al.* Assessing tourism potential in Bhaktapur Durbar Square, Nepal. *In: International Journal of Environment*, v. 2, 1, 2013. p. 250-261.
- NIKITINA, Y. A. & USHAKOVAB, A. I. Different approaches to the Reconstruction of Vosstaniya Square in St. Petersburg. *In: Procedia Engineering*, 189. 2017. p. 183-791.
- NUCCI, J.C. **Qualidade Ambiental e adensamento urbano**: um estudo de ecologia e planejamento da paisagem aplicado ao distrito de Santa Cecília (SP). São Paulo: Humanitas/FFLCH. USP, 2001.
- O'CONNOR, P. Managing a Hotel's Image on TripAdvisor. *In: Journal of Hospitality Marketing & Management*, Vol.19, 2010. p.754-772.
- OBA, L. T. **Os marcos urbanos e a construção da cidade**: a identidade de Curitiba. Tese (Doutoramento em Estruturas Ambientais Urbanas). Faculdade de Arquitetura e Urbanismo. São Paulo: USP, 1998.
- OLIVEIRA, L. Contribuição dos estudos cognitivos à percepção geográfica. *In: Geografia*. Rio Claro: AGETEO, v. 2, n. 3, p. 61-72, 1977.
- OLIVEIRA, A. S. **Influência da vegetação arbórea no microclima e uso de praças públicas**. 146 f. Tese (Doutorado em Física Ambiental), Instituto de Física, Universidade Federal de Mato Grosso, Cuiabá, 2011.
- PAVÓN, R. G. S., BARQUÍN, R. C. S., GARCÍA, M. C. M., JIMÉNEZ, G. C., PÉREZ, J. I. J. Estrategias de control de impactos turísticos en las áreas naturales protegidas y zonas arqueológicas de Quintana Roo, México. *In: Cultur*, vol. 7, n. 3, p. 05-30, 2013.
- PEARCE, D. G. Toward an Integrative Conceptual Framework of Destinations. **Journal of Travel Research**, [s.l.], v. 53, n. 2, 12 jun. 2014. p.141-153.
- PEARCE, P. L., & GRETZEL, U. Tourism in Technology Dead Zones: Documenting Experiential Dimensions. **International Journal of Tourism Science**. 12 (2), 2012, p. 25–44.
- PEDRON, M. **A experiência dos turistas nos parques de Curitiba/PR**. Dissertação (Mestrado em Geografia). Universidade Federal do Paraná. Curitiba: UFPR, 2013.
- PEÑA, M. A. T. Formación y conciencia de la comunidad dominicana: pilar básico para el desarrollo turístico y económico. *In: Cultur*, vol. 08, n.1, 2014.
- PESAVENTO, S. J. Cidades visíveis, cidades sensíveis, cidades imaginárias. **Rev. Bras. Hist.**, v. 27, n. 53. São Paulo, 2007.
- PINE, B. J. & GILMORE, J. H. **The Experience Economy**. Boston, MA: Harvard Business School Press, 1999.
- POCOCK, D. C. D. Place and the novelist. **Transactions of the Institute of British Geographers N. S.**, (6). 1981, p. 337-347.

- PRITCHARD, A. & MORGAN, N. J. Culture, Identity, and tourism representation: marketing Cymru ou Wales. *In: Tourism Management*, 22, p. 167-179, 2001.
- RABINOVICI, A. Ambientalismo, Organizações Não Governamentais e a busca pela sustentabilidade no Turismo. *In: Turismo em Análise*. v. 22, n. 1. 2011, p. 44 - 70.
- RECHIA, S. **Parques Públicos de Curitiba**: a relação cidade-natureza nas experiências de lazer. Tese (Doutorado em Educação Física). Campinas: Unicamp, 2003.
- RELPH, E. As bases fenomenológicas da geografia. *Geografia*, Rio Claro, v. 4, n. 7, p. 1-25, 1979.
- RIO, G. A. P., A espacialidade da economia: superfícies, fluxos e redes. *In: CASTRO, I. E.; GOMES, P. C. C. & CORRÊA, R. L. Olhares geográficos: modos de ver e viver o espaço*. Rio de Janeiro: Bertrand Brasil, 2012.
- ROBBA, F. & MACEDO, S. S. **Praças brasileiras**. 2. ed. São Paulo: Edusp, 2003.
- ROCHA, L. B. **Signos e significados do centro da cidade de Itabuna-BA**. Dissertação (Mestrado em Geografia). Universidade Federal da Bahia, 2001.
- ROCHA, L. B. Mapa mental: forma de comunicação espacial. *In: TRINDADE, G. A. & CHIAPETTI, R. J. N. Discutindo Geografia: doze razões para se (re)pensar a formação do professor*. Ilhéus: Editus, 2008.
- RODRIGUES, A. M. Espaço, meio ambiente e desenvolvimento: releituras do território. *In: Terra livre*, n. 11-12. São Paulo: AGB, 1997.
- ROJEK, C. & URRY, J. Transformations of travel and theory. *In: ROJEK, C & URRY, J. (eds.). Touring cultures: transformations of travel and theory*. London: Routledge, 1997.
- ROSANELI, A. *et al.* Apropriação do espaço livre público na metrópole contemporânea: o caso da Praça Tiradentes em Curitiba/PR. *In: urbe*, 8 (3), 2016. Disponível em: <http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=193146756006>, Acesso em: 14 jul. 2018.
- SAARINEN, J. Traditions of Sustainability in Tourism Studies. *Annals of Tourism Research*. v. 4, 2006.
- SANTOS, M. **Metamorfoses do espaço habitado**: fundamentos teórico e metodológico da geografia. Hucitec: São Paulo, 1996.
- SANZ-IBÁÑEZ, C. & CLAVÉ, S. A. The evolution of destinations: towards an evolutionary and relational economic geography approach. *In: Tourism Geographies*, [s.l.], v. 16, n. 4, p.563-579, 10 jul. 2014.
- SARANIEMI, S.; KYLANEN, M. Problematizing the concept of tourism destination: an analysis of different theoretical approaches. *In: Journal of Travel Research*, [s.l.], v. 50, n. 2, p.133-143, 19 mar. 2010.

SCHENKEL, Erica. El patrimonio intangible como recurso turístico: ¿Es posible un turismo sustentable? Propuestas para la colonia menonita “la nueva esperanza”. *In: Cultur - Revista de Cultura e Turismo*, v. 7, n. 2. 2013, p. 68-86.

SCHUTZ, A. **Collected papers 1: the problem of social reality**. The Hague: Martinus Nijhoff, 1973.

SERPA, A. **O espaço público na cidade contemporânea**. São Paulo: Contexto, 2011.

SIGALA, M. & CHALKITI, K. Investigating the exploitation of web 2.0 for knowledge management in the Greek tourism industry: an utilization: importance analysis. **Computers in Human Behavior**, v. 30, 2014. p. 800-812.

SIGALA, M. Exploiting web 2.0 for New Service Development: findings and implications from the Greek tourism industry. **International Journal of Tourism Research**, v. 14. 2012, p. 551-566.

SILVA, S. R. X. A imagem como meio de comunicação: a representação simbólica de uma “realidade”. **Revista Espaço Acadêmico**, Vol. 85. Maringá: UEM, 2008.

SILVA, S. R. X. O cartão-postal como forma de representação da memória cultural de Ilhéus: uma contribuição para o turismo cultural. *In: Urutáguá*. v. 18. Maringá: UEM, 2009, p. 199.

SILVA, S. R. X. & SANTOS, A. A. P. A importância de ações educativas voltadas para o uso e apropriação dos bens culturais: uma contribuição para o turismo cultural na cidade de Ilhéus-BA. *In: Anais do I Simpósio Cidades Médias e Pequenas da Bahia*. 2009. Disponível em: <http://periodicos.uesb.br/index.php/ascmpa/article/viewFile/3685/3370>. Acesso em 23 jun. 2018.

SILVA, S. R. X. **A imagem das praças de Ilhéus-BA: uma contribuição para a educação patrimonial e para o turismo cultural**. Dissertação (Mestrado em Cultura e Turismo). Ilhéus: UESC, 2010.

SILVA, S. R. X. & BOMFIM, N. R. A relação entre imagem fotográfica e as transformações geoambientais de praças ilheenses. *In: BOMFIM, N. R. & ROCA, L. B. (Orgs.). As representações na Geografia*. Ilhéus: Editus, 2012.

SILVA, S. R. X. S. A Praça do Japão (Curitiba-PR): lugar, sentimento e vida social. *In: SANTOS, S. R. & SANTOS, P. C. (Orgs.). Gestão urbana e desenvolvimento local e regional: estudos de caso no Brasil*. São Luís: Eduema, 2016.

SITTE, C. **A construção das cidades segundo seus princípios artísticos**. Organização e Apresentação de Carlos Roberto Monteiro de Andrade. Trad: Ricardo Ferreira Henrique. Ática: São Paulo, 1992.

SONTAG, S. **On Photography**. New York: Delta Books, 1977.

SOUZA, B. M.; MAGNANI, J. G. C. (orgs.). **Jovens na metrópole: etnografias e circuitos de lazer, encontro e sociabilidade**. São Paulo: Terceiro nome, 2007.

SOUZA, T. A. & GÂNDARA, J. M. G. Mobiliário urbano como elemento de qualidade, marketing e sustentabilidade em Curitiba-PR. *In: Revista Hospitalidade*. São Paulo, v. X, n. 1, jun. 2013, p. 78-96.

THORNS, D. C. **Transformation of cities**: urban theory and urban cities. Gordonsville: Palgrave Macmillan, 2002.

TIBBALDS, F. **Making people-friendly towns**: improving the public environment in towns and cities. New York: Taylor & Francis Group, 2001.

TINOCO, A. **Um olhar pedestre sobre o mobiliário urbano**: Itaim Bibi 1995-2001. Tese (Doutorado em Arquitetura e Urbanismo) – Faculdade de Arquitetura e Urbanismo, Universidade de São Paulo, São Paulo, 2003.

TUAN, Y-F. Space and place: humanistic perspective. *In: GALE, S. OLSSON, G. (Orgs.). Philosophy in Geography*. Dordrecht: Reidel, 1979, p. 387-427. (Publicado originalmente em: *Progress in Geography*, (6), pp. 211-252, 1974).

TUAN, Y-F. **Topofilia**: um estudo da percepção, atitudes e valores do meio ambiente. São Paulo: Difel, 1980.

TUAN, Y-F. **Espaço e lugar**: a perspectiva da experiência. Trad: Lívia de Oliveira. São Paulo: Difel, 1983.

TUAN, Y-F. **Espaço e lugar**: A perspectiva da experiência. Londrina: Eduel, 2013.

URBS. Linha **Turismo**. <https://www.urbs.curitiba.pr.gov.br/transporte/linha-turismo>. Acesso em: 08.jul.2018.

URIARTE, U. M. **Olhar a Cidade**: Contribuições para a Etnografia dos Espaços Urbanos. Ponto Urbe.Vol.13, 2013.

URRY, J. **The tourist gaze**: leisure and travel in contemporary societies. London: Sage, 1990.

VADIATI, N & KASHKOOLI, A. M. S. Environmental sustainability of newly developed city squares in historic cities: Case study of Isfahan-Iran. *In: Procedia Engineering*, v. 21, 2011. p. 829-837.

VASQUEZ, P. K. **Postaes do Brasil**: 1893-1930. São Paulo: Metalivros, 2002. 240p.

VALLS, J. F.; BUSTAMANTE, J.; GUSMÁN, F. & VILA, M. **Gestão integral de destinos turísticos sustentáveis**. Rio de Janeiro: Editora FGV, 2006

VEIJOLA, S. & JOKINEN, E. The body in tourism. **Theory, culture and society**, 6, 125-151, 1994.

WHITE, N. R. & WHITE, P. B. Home and Away: Tourists in a Connected World. **Annals of Tourism Research**. 34(1). 2007, p. 88-104.

WHYTE, W. H. **The social life in small urban spaces**. New York: Project for Public Spaces, 2001.

URRY, J. **The tourist gaze**: leisure and travel in contemporary societies. London: Sage, 1990.

ZAKARIYA, K. *et al.* Place Meaning of the Historic Square as Tourism Attraction and Community Leisure Space. *In: Procedia - Social and Behavioral Sciences*, 202, 2015. p. 477-486.

ZAKARIYA, K. *et al.* Spatial Characteristics of Urban Square and Sociability: a review of the City Square, Melbourne. *In: Procedia - Social and Behavioral Sciences*, 153. 2014, p. 678-688.

ZUCKER, Paul. The Square in space and time. Time-Saver standards for urban design. *In: WATSON, D. Time-Saver Standards for Urban Design.* AccessEngineering. McGraw-Hill Professional, 2003.