

O PAPEL DO PLANEJAMENTO URBANO NO DESENVOLVIMENTO DE CURITIBA EM UM DESTINO INTELIGENTE

THE ROLE OF URBAN PLANNING IN THE DEVELOPMENT OF CURITIBA INTO A SMART DESTINATION

**Mateus José Alves Pinto¹
Marcia Shizue Massukado Nakatani²**

RESUMO

O trabalho tem o objetivo de verificar se Curitiba (Paraná) pode ser considerada uma cidade e/ou um destino turístico inteligente para as organizações de turismo e planejamento urbano que atuam no município. O tema é importante para Curitiba, porque a cidade flerta com os conceitos base relacionados às cidades inteligentes. No âmbito metodológico foram entrevistados nove gestores de entidades das áreas de turismo e planejamento urbano de Curitiba. Com as entrevistas semiestruturadas foi possível identificar o histórico de inovação na cidade, além de ações e projetos relacionados ao turismo e ao planejamento urbano que Curitiba realiza e que estão de acordo com os conceitos de cidades e destinos inteligentes. Os resultados levantados mediante pesquisa identificaram que Curitiba ainda não é considerada uma cidade inteligente para todos os cidadãos e, conseqüentemente, ainda não pode ser considerada um destino turístico inteligente.

Palavras-chave: Turismo. Planejamento urbano. Curitiba. Destinos turísticos inteligentes. Cidades inteligentes.

ABSTRACT

This paper aims to verify if Curitiba (Paraná) can be considered a smart city and/or a smart tourist destination for the tourism and urban planning organizations operating in the city. The theme is important for Curitiba, because the city flirts with the basic concepts related to smart cities. Regarding the methodological scope, nine entities managers from the tourism and urban planning areas of Curitiba were interviewed. With the semi-structured interviews it was possible to identify the history of innovation in the city as well as actions and projects related to tourism and urban planning that Curitiba carries out and that are in accordance with the concepts of smart cities and destinations. The results obtained through research identified that Curitiba is not considered a smart city for all citizens and, consequently, cannot yet be considered a smart tourist destination.

Keywords: Tourism. Urban planning. Curitiba. Smart tourist destinations. Smart cities.

1 INTRODUÇÃO

A cidade de Curitiba vem flertando com os conceitos das cidades inteligentes desde 2015. A cidade sediou por três anos consecutivos (2015 a 2017) o *Smart City Business America Congress & Expo*³, um dos maiores fóruns de discussão e negócios em torno das *smart cities* na América Latina. E em 2018 e 2019 Curitiba recebeu o evento *Smart City Expo*

¹Bacharel em Turismo pela Universidade Federal do Paraná, Curitiba (PR), Brasil. Mestrando do Programa de Pós-graduação em Turismo da Universidade Federal do Paraná. E-mail: mateusjose.trilhas@gmail.com.

²Doutora em Administração pela Universidade Federal do Paraná, Curitiba (PR), Brasil. Professora do Departamento de Turismo da Universidade Federal do Paraná. E-mail: marcia.nakatani@gmail.com.

³ Disponível em: <http://smartcitybusiness.com.br/home>

*Curitiba*⁴, que neste ano contou com 6.000 participantes. Este evento é a edição brasileira do *Smart City Expo World Congress* que ocorre em Barcelona e se consagrou como o maior evento sobre cidades inteligentes em todo mundo⁵.

Ademais, o *masterplan* da Paraná Turismo, autarquia do Governo do Estado, tem como um dos objetivos estratégicos até 2026, dentro do eixo de Governança e Sustentabilidade, “consolidar Curitiba como Destino Turístico Inteligente”. (PARANÁ..., 2016, p. 101). Deste modo, os conceitos dos destinos turísticos inteligentes (DTI) já estão sendo discutidos pela gestão pública no âmbito estadual e é importante verificar como a gestão municipal também percebe esta questão.

Levando em consideração o panorama explicado acima, o problema de pesquisa elencado para este artigo surgiu do trabalho de conclusão de curso (TCC) de um dos autores. O objetivo principal do TCC era analisar se Curitiba estava se tornando um DTI e, por isso, foram realizadas entrevistas semiestruturadas com organizações relacionadas às áreas de turismo e planejamento urbano que atuam em Curitiba. Sendo assim, o problema é: Curitiba pode ser considerada uma cidade e/ou destino turístico inteligente para as organizações responsáveis pelo desenvolvimento do turismo e planejamento urbano do município?

Consequentemente, o objetivo geral deste trabalho foi verificar se Curitiba pode ser considerada uma cidade e/ou destino turístico inteligente para as organizações de turismo e planejamento urbano que atuam no município. Como desdobramentos definiram-se como objetivos específicos: entrevistar profissionais de entidades e empresas ligadas às áreas do turismo e planejamento urbano de Curitiba; e utilizar os eixos dos destinos turísticos inteligentes desenvolvidos pela *Sociedad Estatal para la Gestión de la Innovación y las Tecnologías Turísticas*, S.A (SEGITTUR, 2015), órgão estatal espanhol, para analisar as ações e projetos desenvolvidos na cidade, mencionados pelos entrevistados, que a enquadrassem como uma cidade e um destino turístico inteligente.

Em seguida, serão descritos os principais conceitos de cidades inteligentes e destinos turísticos inteligentes. Os autores também apresentarão o cenário turístico e o histórico de inovação de Curitiba. O artigo continua com a explicação da metodologia utilizada, que foi baseada nas entrevistas semiestruturadas; a análise das respostas dos entrevistados e, por fim, as principais considerações finais.

⁴ Disponível em: <https://www.smartcityexpocuritiba.com>

⁵ Disponível em: <http://www.smartcityexpo.com/en/home>

2 CIDADES E DESTINOS TURÍSTICOS INTELIGENTES

O conceito de cidade inteligente nasceu com o propósito de empregar as novas tecnologias existentes para resolver ou minimizar os problemas das cidades modernas. (BASTOS, 2015). Deste modo, segundo Shark (2014) e Stimmel (2015), a cidade inteligente define um novo ambiente urbano, que é desenhado para melhorar a performance através das tecnologias de informação e comunicação (TICs), com o objetivo de assegurar uma qualidade de vida superior à população.

Segundo a Asociación Española de Normalización y Certificación - AENOR (2014), as cidades inteligentes estão pautadas em três conceitos básicos: tecnologia, sustentabilidade e inovação. O primeiro conceito reforça o papel tradicional que as TICs possuem quando se discute o desenvolvimento de cidades inteligentes. A tecnologia, aliada à inovação, permite que os gestores das cidades obtenham uma quantidade de dados suficientemente grandes em tempo real, possibilitando a resoluções de problemas de forma mais rápida (AENOR, 2014).

Por sua vez, a sustentabilidade implica na criação de diversas políticas e atividades orientadas para a gestão eficiente dos recursos, a formação e orientação do cidadão, a prevenção e correção de riscos, a acessibilidade, a reciclagem, a energia eficiente e limpa, o abastecimento, entre outros benefícios (AENOR, 2014).

Existem diversos campos que influenciam uma cidade inteligente, como a indústria, a educação, a participação, a infraestrutura técnica, entre outros. Portanto, uma pesquisa do *Centre of Regional Science* da Universidade Tecnológica de Viena (2007) identificou seis características que uma cidade precisa cultivar para ser inteligente (VIENNA UNIVERSITY OF TECHNOLOGY, 2007).

As características são:

- a) Economia Inteligente, que inclui a competitividade econômica, como a inovação, o empreendedorismo, a produtividade, a integração do mercado, entre outros;
- b) Pessoas Inteligentes, que não é apenas descrito pelo nível de qualificação dos cidadãos, mas também pela qualidade das relações sociais;
- c) Governança Inteligente, que leva em consideração os aspectos da participação política, serviços para os cidadãos e o funcionamento da administração;
- d) Mobilidade Inteligente, que reforça o papel das TICs e da inovação nos sistemas de transporte, de maneira sempre inclusiva e acessível

O papel do planejamento no desenvolvimento de Curitiba em um destino inteligente.

e) Ambiente Inteligente, que abrange as condições naturais (clima e áreas verdes, por exemplo), a poluição, a gestão dos recursos e, ainda, os esforços para proteger o meio ambiente; e, por fim...

f) Vida Inteligente, que enaltece os aspectos da qualidade de vida, como a cultura, a saúde, a segurança, moradias, o turismo, entre outros fatores. (VIENNA UNIVERSITY OF TECHNOLOGY, 2007).

Uma outra questão interessante de se apontar é que, para se tornarem as cidades do futuro, as cidades inteligentes também precisam se tornar “cidades compartilhadas”, porque assim elas aproveitam a sua tecnologia para incentivar a solidariedade e a colaboração e não a competição e a divisão. Estas cidades propiciam a criação de um ambiente onde a população possa compartilhar objetos, serviços e experiências (MCLAREN; AGYEMAN, 2015).

Este é o caso de Amsterdã, capital da Holanda, que em 2015 recebeu o título de *Europe's first Sharing City*. Amsterdã possui um ambiente propício para receber novas culturas e inovação e o município demonstra distintas oportunidades relacionadas à economia colaborativa e inteligente, “entregando a inclusão em uma cidade inteligente, com uma coprodução conectada entre as autoridades da cidade, o setor de negócios e os cidadãos.” (MCLAREN; AGYEMAN, 2015, p. 251, tradução nossa).

O destino turístico inteligente nasceu da noção de cidade inteligente e a sua conceituação ainda está sendo discutida cientificamente. Mesmo assim, podemos considerá-lo como uma plataforma de turismo urbana que integra os recursos turísticos, as TICs e as tecnologias móveis inovadoras para fornecer informações explícitas ao turista; melhorar os serviços turísticos; facilitar a interação do visitante; melhorar a qualidade da experiência do turista e também aprimorar a qualidade de vida dos residentes. (XIANG, TUSSYADIAH; BUHALIS, 2015; ZHU, ZHANG; LI, 2014).

Para Pinto (2017, p. 17) o destino turístico inteligente “é o destino turístico maduro que integra as tecnologias da inovação e comunicação (TICs) no desenvolvimento de ações e projetos para o turismo, criando um ambiente turístico inovador, sustentável e acessível para o visitante e o cidadão.”

Assim como as cidades inteligentes não devem ser entendidas apenas pela vertente tecnológica, Boes, Buhalis e Inversini (2015) afirmam que as pesquisas conduzidas no tema dos destinos turísticos inteligentes focam, primordialmente, na implementação da tecnologia. Todavia, outros conceitos devem ser incorporados nesse estudo.

O papel do planejamento no desenvolvimento de Curitiba em um destino inteligente.

A Segittur (2015) além da importância da inovação e das tecnologias reconhece outros elementos para o desenvolvimento dos DTI. O governo espanhol criou a primeira normalização dos destinos turísticos inteligentes no mundo, baseada em quatro eixos fundamentais que os destinos turísticos devem fomentar para alcançar a inteligência pretendida (SEGITTUR, 2015).

A primeira estrutura é a inovação que, de acordo com a Segittur (2015) é o alicerce para os outros eixos, visto que ela deve estar presente em todos eles. A inovação pode ser definida como qualquer troca baseada no conhecimento, capaz de gerar valor, representando a busca contínua pela eficiência, rentabilidade e competitividade. Ela pode ser identificada no desenvolvimento de um serviço ou produto melhorado, em novos métodos de comercialização, em novos modelos de negócio e em novas formas de organizações públicas e privadas. (SEGITTUR, 2015).

A acessibilidade também é um dos eixos fundamentais. Para a Segittur (2015) ela deve estar presente em toda a cadeia de valor do turismo, assegurando a todo e qualquer visitante a liberdade de viajar sem problemas ao destino e realizar a atividade que tenha vontade. A acessibilidade não deve estar presente apenas em hotéis, praias ou algumas atrações, mas também no acesso à informação e conhecimento pelo consumidor. Por isso, todos os provedores de serviços e produtos devem possuir a estratégia de alcançar a acessibilidade total do destino (SEGITTUR, 2015).

Outra linha de atuação apresentada pela Segittur (2015) é a sustentabilidade. Para garantir o desenvolvimento sustentável dos destinos turísticos inteligentes os gestores devem implementar medidas em três pilares da sustentabilidade: a ambiental, a sociocultural e a econômica. O primeiro caso assegura a manutenção dos recursos, dos processos ecológicos e da diversidade biológica.

Relativamente à sustentabilidade sociocultural a Segittur (2015) sugere criar mecanismos que impulsionem os turistas a colaborar ativamente com o destino (co-criação), além de desenvolver ferramentas para a manutenção dos aspectos culturais da comunidade local. A sustentabilidade econômica tem o objetivo de tornar a atividade turística rentável, beneficiando o maior número possível de residentes.

Assim como a inovação, o eixo da tecnologia tem um caráter transversal, porque ele permite a captação e análise de dados em tempo real, facilitando a sustentabilidade e a melhora da acessibilidade. Os dados gerados pelos turistas (tráfego, uso da água, visita a museus, gasto de energia, entre outros) permite que os gestores conheçam o visitante antes

mesmo dele chegar ao local e transformam toda essa informação em conhecimento (SEGITTUR, 2015).

De acordo com Gomes, Gândara e Ivars-Baidal (2017), apesar das similaridades, as cidades inteligentes e os destinos turísticos inteligentes são diferentes.

Neste aspecto, a Segittur (2015) aponta algumas diferenças entre os conceitos como, por exemplo: a) os limites geográficos do destino podem coincidir ou não com os limites do município; b) as cidades inteligentes estão orientadas a melhorar a qualidade de vida dos residentes, enquanto o público alvo do destino turístico inteligente é o turista; c) a aderência do destino com os conceitos do DTI vão além da própria estância da cidade, porque ela começa no pré viagem, se estende durante a estadia do turista e continua no pós viagem. Mesmo assim, a diferenciação deve ser sutil, visto que um destino turístico nunca será inteligente se o seu sistema territorial também não for (LUQUE GIL; ZAYAS FERNÁNDEZ; CARO HERRERO, 2015).

3 CENÁRIO TURÍSTICO E HISTÓRICO DE INOVAÇÃO DE CURITIBA

Curitiba possui uma história peculiar baseada no processo de planejamento territorial, que resultou em uma configuração urbana própria e em equipamentos públicos exaltados e admirados mundialmente. A identidade urbana da cidade tornou-se um dos principais atrativos para os turistas, traduzindo-se na forma de produtos turísticos estruturados, em atrativos isolados e no cenário para a atração de eventos variados. (AMBIENS..., 2013).

Curitiba também se destaca como um importante centro cultural, político e econômico, apresentando infraestruturas e equipamentos como aeroporto internacional, centros de convenções, shoppings centers, gastronomia diversa, rede hoteleira de qualidade, variedade de comércio, espaços de lazer, rede de parques e bosques, museus, teatros, entre outros. (AMBIENS..., 2013). Para a Ambiens... (2013), a identidade turística de Curitiba compreende os ambientes naturais protegidos, os espaços culturais representativos da relação que as diferentes sociedades estabeleceram com a cidade e o alto grau de urbanização configurado pelo planejamento do território.

A respeito de dados sobre o turismo na cidade, Curitiba recebeu, em 2012, 3.714.184 turistas, número que se elevou para 4.617.081 em 2014. A procedência do turista é, principalmente, nacional (Paraná, São Paulo, Santa Catarina e Rio Grande do Sul). Mas em

torno de 5,1% de visitantes vieram de outros países como Argentina, Alemanha e Estados Unidos (INSTITUTO..., 2015).

Sobre a demanda internacional, em 2017, Curitiba se posicionou como o 5º destino turístico brasileiro mais visitado por estrangeiros à negócios e a 3ª cidade mais visitada em relação a outros motivos como viagens de estudo, visita a amigos, saúde, entre outros. (BRASIL, 2018). A vinda dos turistas a Curitiba é motivada por questões profissionais (40,5%), visitar parentes e amigos (26,4%) e recreação ou descanso (15,8%) (INSTITUTO..., 2015).

De acordo com o Instituto Municipal de Turismo (2015), os turistas definem Curitiba como “cidade com qualidade de vida” e os itens com melhor avaliação são: sinalização e vias urbanas (infraestrutura urbana); áreas verdes e qualidade de vida (qualificação da cidade); restaurantes e comércio (infraestrutura turística). Já os itens com a pior avaliação são: segurança pública e telefonia (infraestrutura urbana); trânsito e poluição sonora (qualificação da cidade); sinalização turística e atendimento na rodoferroviária (infraestrutura turística) (INSTITUTO..., 2015).

Em relação à política estadual de turismo, Curitiba é o carro chefe da região Rotas do Pinhão, definida pelo Programa de Regionalização do Turismo. A capital também faz parte do grupo dos 65 Destinos Indutores do turismo nacional, representando o Paraná juntamente com as cidades de Paranaguá e Foz do Iguaçu. (AMBIENS..., 2013).

No último Índice de Competitividade do Turismo Nacional, apresentado pelo Ministério do Turismo, SEBRAE e FGV (2015), Curitiba alcançou o nível 5, o mais alto da escala utilizada, em oito das 13 dimensões avaliadas: aspectos ambientais, capacidade empresarial, infraestrutura geral, economia local, atrativos turísticos, acesso, políticas públicas e serviços e equipamentos turísticos. Comparando todos os municípios analisados, Curitiba se consagrou o quarto destino mais competitivo do país e a sua nota foi a maior em infraestrutura geral, políticas públicas e aspectos ambientais. (BRASIL, 2015).

O ano de 2015 foi de grande importância para o planejamento do turismo na cidade, porque foi desenvolvido o Plano Municipal de Turismo. O documento define metas e ações em sete áreas estratégicas: gestão do turismo; gestão de eventos geradores de fluxo turístico; qualificação dos produtos e serviços turísticos; promoção e comercialização do destino Curitiba; gestão da informação; produção associada ao turismo; e Curitiba como destino indutor regional e estadual (INSTITUTO..., 2015).

Curitiba, além de um destino turístico modelo no Brasil, também representa a vanguarda do desenvolvimento urbano em todo o país. A capital paranaense começou a se

envolver formalmente com o planejamento urbano na década de 1940, por meio da ação do arquiteto e urbanista francês Alfred Agache, que propôs em 1942 o primeiro plano para a cidade (OLIVEIRA, 2000; RUIZ, 2015).

O denominado Plano Agache criou “diretrizes e normas técnicas para ordenar o crescimento físico da cidade, organizou as funções urbanas, definindo áreas para habitação, serviços e indústrias, além de propor uma significativa reestruturação viária.”. (RUIZ, 2015, p. 231). Ele foi responsável por dividir Curitiba em zonas funcionais (o centro comercial, o centro administrativo, a cidade universitária, o setor militar, o centro industrial e o centro de abastecimento), idealizar um conjunto de vias de circulação e desenhar uma série de modelos de prédio públicos (Centro Cívico) e privados (galerias para impulsionar o comércio) (OLIVEIRA, 2000).

No início de 1960 fica evidente a necessidade de um novo plano diretor para Curitiba, que observava o crescimento exponencial da população de 140 mil habitantes para 350 mil, exigindo novas ações de controle e organização espacial da cidade (RUIZ, 2015). A prefeitura decidiu abrir uma concorrência nacional entre empresas de arquitetura e urbanismo para a seleção do futuro plano diretor da capital. O projeto vencedor foi proposto pela empresa Sereste, São Paulo, e em 1966 a Câmara Municipal transformou o plano em lei (OLIVEIRA, 2000).

Este plano foi sustentado pelo tripé de integração física de zoneamento, transporte coletivo e sistema viário e previa a implantação de ações como: a rede integrada de transporte (RIT); o sistema viário linear; instalação de vias estruturais; instalação de ruas exclusivas para pedestres; criação do setor histórico e de áreas verdes; a linha turismo e, principalmente, a fundação do Instituto de Pesquisa e Planejamento Urbano de Curitiba (IPPUC) (RUIZ, 2015).

Apenas no ano de 2004, considerando a lei do Estatuto das Cidades (Lei nº 10.257, de 10 de julho de 2001), é que o plano diretor de Curitiba foi novamente readequado (Lei nº 11266). O plano diretor de 2004 preserva o legado dos planos diretores anteriores e deixa claro que estas iniciativas continuariam em vigor. O grande destaque foi o processo participativo envolvendo a comunidade para o desenvolvimento do documento (RUIZ, 2015). Em 2014 houve a revisão deste plano, que está valendo até 2024.

A capital é destaque e referência internacional em políticas de meio ambiente e transporte coletivo. Em 1991 foi instaurada a Lei do Meio Ambiente Municipal, por exemplo, e em 1974 foi criado pelo prefeito Jaime Lerner o sistema *Bus Rapid Transit* (BRT), adotada por grandes cidades em todo o mundo como Londres, Johannesburgo, Istambul, Teerã, Nova

Deli, Pequim, Los Angeles, Cidade do México, Bogotá, São Paulo, entre outras (RUIZ, 2015; NTU, 2009).

Todos os componentes de BRT foram desenvolvidos na cidade de Curitiba entre os anos 70, 80 e começo dos anos 90. Segundo a Associação Nacional das Empresas de Transportes Urbanos – NTU, o processo consistia apenas na aplicação de novas ideias para melhorar a eficiência e a qualidade da Rede Integrada de Transporte (RIT). Os elementos do BRT, além das vias exclusivas para os ônibus, são: uso de terminais de integração; criação de linhas diretas e linhas interbairros; uso de veículos maiores (biarticulados); uso das estações tubo para realizar o embarque pré-pago; uso de portas na esquerda para facilitar a integração e operação com estações centrais; e a prioridade nos cruzamentos controlados por semáforos. (NTU, 2009).

O plano diretor de 2004 prevê incrementos no sistema viário, com a implantação de mais de 300 km de ciclovias na cidade, atualização do sistema de sinalização para os pedestres, a instalação de faixa exclusiva para ônibus na rua XV de Novembro e a preocupação com a integração social por meio de transportes que facilitassem a acessibilidade (RUIZ, 2015).

Todos estes desdobramentos contribuíram para Curitiba ser selecionada pelo programa *Smarter Cities Challenge* 2012 da IBM (a única representante brasileira). O desafio seleciona cidades de todo o mundo, que realizaram projetos de desenvolvimento socioeconômico junto às administrações municipais, para receber consultoria de executivos da empresa. (AGÊNCIA, 2012). Curitiba também se tornou membro da Rede de Cidades Criativas da UNESCO⁶ para a área do design no ano de 2014.

Por fim, a capital trabalha para se transformar em uma Tecnópolis com o objetivo de atrair empresas de alta tecnologia e não-poluentes que garantam uma economia sustentável com geração de emprego e renda para a população (AGÊNCIA, 2012). Neste sentido, no ano de 2017, o Prefeito Rafael Greca inaugurou em Curitiba o Vale do Pinhão⁷.

O programa foi criado com o objetivo de integrar todos os atores que desenvolvem inovação e tecnologia na cidade (universidades, aceleradoras, incubadoras, fundos de investimento, centros de pesquisa e desenvolvimento, startups, movimentos culturais e criativos, a sociedade, entre outros). O ecossistema permite que empreendedores cadastrem e divulguem as suas startups para a comunidade. No espaço físico do Vale do

⁶ CREATIVE Cities Network. Disponível em: <<http://twixar.me/hwNK>>. Acesso em: 26 ago. 2019.

⁷ VALE do Pinhão. Disponível em: <<http://twixar.me/c4PK>>. Acesso em: 26 ago. 2019.

Pinhão, a Agência Curitiba de Desenvolvimento também fornece diversos cursos e treinamentos relevantes para promover ações de cidades inteligentes em Curitiba.

4 METODOLOGIA

A metodologia utilizada nesta pesquisa pode ser classificada como exploratória; qualitativa; e como um estudo de caso decisivo e instrumental; porque demonstra o sentido de um determinado fenômeno social que precisa ser mais difundido na comunidade científica, além de que os autores desejam confirmar, contestar ou entender uma teoria (DENCKER, 2007; GIL, 2010; F. FILHO; A. FILHO, 2013).

As técnicas de pesquisa empregadas para este trabalho foram as entrevistas com profissionais de entidades ligadas às áreas do turismo e planejamento urbano de Curitiba. Foram contatadas e convidadas para participar da pesquisa dez organizações, agrupadas nas áreas de turismo (1 a 4) e planejamento urbano (5 a 10): a) Instituto Municipal de Turismo de Curitiba (IMT); 2) Curitiba Convention & Visitors Bureau (CCVB); 3) Paraná Turismo; 4) SEBRAE/PR - Turismo; 5) Instituto de Pesquisa e Planejamento Urbano de Curitiba (IPPUC); 6) iCities Smart Cities Solutions; 7) Instituto das Cidades Inteligentes (ICI); 8) PUCPR - Curso de Arquitetura e Urbanismo; 9) Instituto Smart City Business America; 10) Agência Curitiba de Desenvolvimento.

Dencker (2007, p. 165) constata que a entrevista é “uma comunicação verbal entre duas ou mais pessoas, com grau de estruturação previamente definido, cuja finalidade é a obtenção de informações de pesquisa.”. A entrevista escolhida foi a semiestruturada, onde os pesquisadores formularam algumas perguntas prévias, mas fizeram outras perguntas que não constavam no roteiro, permitindo uma maior flexibilidade na coleta dos dados (F. FILHO; A. FILHO, 2013).

O objetivo de se fazer entrevistas com especialistas foi de verificar com essas organizações estratégicas da cidade se elas consideram Curitiba uma cidade e/ou destino turístico inteligente e também compreender melhor as ações e projetos que Curitiba estava realizando nos quatro eixos da SEGITTUR (2015): inovação, tecnologia, acessibilidade e sustentabilidade para toda a cidade e, especificamente, para o turismo. A entrevista também auxiliou no conhecimento de quando Curitiba começou a incorporar os conceitos de cidade inteligente em seu desenvolvimento urbano.

Os dados coletados nas entrevistas foram gravados ou anotados, com permissão prévia do entrevistado (F. FILHO; A. FILHO, 2013), e transcritos para o trabalho. As

respostas que melhor auxiliaram a obtenção do resultado pretendido foram interpretadas pelos pesquisadores e utilizadas para chegar às conclusões finais presentes neste artigo.

Dentre as organizações listadas acima, apenas a Agência Curitiba de Desenvolvimento não retornou o contato e, por isso, a entrevista não foi realizada com ela. As outras entrevistas ocorreram durante os meses de agosto e setembro de 2016 na sede das nove organizações selecionadas, à exceção do Instituto *Smart City Business America*, cujas respostas foram enviadas por e-mail. Elas foram realizadas, em sua maioria, com um representante de cada organização - apenas no Instituto Municipal de Turismo e no IPPUC as entrevistas foram feitas com duas pessoas.

Quadro 1 - Características das entrevistas

Área	Organização	Data	Coleta	Entrevistado
Turismo	Instituto Municipal de Turismo de Curitiba	25/08/2016 às 18:30	Gravação	A e B
	Curitiba Convention & Visitors Bureau	04/08/2016 às 16:30	Gravação	C
	Paraná Turismo	18/08/2016 às 08:30	Gravação	D
	SEBRAE/PR - Turismo	09/08/2016 às 09:00	Gravação	E
Planejamento Urbano	Instituto de Pesquisa e Planejamento Urbano de Curitiba	24/08/2016 às 14:30	Anotação	F e G
	iCities – Smart Cities Solutions	02/08/2016 às 08:30	Gravação	H
	Instituto das Cidades Inteligentes	11/08/2016 às 14:00	Anotação	I
	PUCPR - Curso de Arquitetura e Urbanismo	12/08/2016 às 14:30	Anotação	J
	Instituto Smart City Business America	05/09/2016	E-mail	K

Fonte: Os autores (2019)

Para resguardar a identidade dos entrevistados, que nesta pesquisa permaneceram anônimos, eles foram identificados por letras, por exemplo: “entrevistado A”, “entrevistado B”, e assim por diante, como mostra o Quadro 1.

5 RESULTADOS

A seguir, as perguntas do roteiro da entrevista serão analisadas uma a uma, com as principais contribuições retiradas das respostas dos entrevistados. A primeira pergunta da entrevista foi se os entrevistados estão familiarizados com os conceitos de cidades inteligentes. Todas as respostas foram positivas, apesar de alguns possuírem mais aprofundamento sobre o tema do que outros. Muitos dos entrevistados conhecem o termo devido, principalmente, ao trabalho que desempenham em sua organização como, por exemplo, o entrevistado C do CCVB, que está atento à influência do processo das cidades inteligentes ao redor do mundo no turismo de negócios e eventos.

Os entrevistados F, I e J (IPPUC, ICI e PUCPR, respectivamente) citaram também os diferentes conceitos de cidades inteligentes que são disseminados. O entrevistado J, por

exemplo, fala sobre as *Sensible Cities*, cuja gestão urbana deve acompanhar os processos na cidade através de base de dados em tempo real. Já o entrevistado I mencionou a evolução das cidades de criativas para digitais e agora inteligentes. De acordo com o entrevistado F do IPPUC, não existe um conceito unificado de cidades inteligentes entre os órgãos da gestão municipal, faltando integração para se trabalhar em prol de um padrão de cidade inteligente.

Perguntados sobre o papel do planejamento urbano no desenvolvimento eficiente de Curitiba, o entrevistado K do Instituto Smart City Business America citou que uma cidade inteligente começa com um eficiente planejamento urbano e Curitiba é, tradicionalmente, uma cidade planejada, que facilita a mobilidade e a qualidade de vida da sua população. Para os entrevistados F e H, o planejamento é essencial para o crescimento ordenado e organizado da cidade. Enquanto que para os entrevistados I e J é preciso contar com a tecnologia, que auxilia na coleta de dados e na geração de informação, que vão ser essenciais para a efetivação do planejamento.

Um ponto em comum entre vários entrevistados, como o A, B, D, E e H, foi ressaltar que Curitiba é referência nacional e internacional no planejamento urbano e no transporte público. Todavia, a cidade cresceu, novos problemas urbanos surgiram e o planejamento não acompanhou este processo. Em vista disso, Curitiba precisa voltar a inovar para retomar essa vanguarda, se preocupando com a sua modernização, trazendo novos modais para o transporte coletivo e agregando novas tecnologias no seu planejamento.

A pergunta três tinha o objetivo de compreender a partir de quando Curitiba começou a estreitar relações com o conceito de cidade inteligente. Muitos dos entrevistados, como o iCities, a Paraná Turismo e o ICI apontaram a década de 80 e o antigo prefeito Jaime Lerner como precursor dessa relação, devido ao fato dele ser o propagador da cultura do planejamento urbano na cidade.

Para o Instituto Smart City Business America Curitiba incorporou durante o seu desenvolvimento esses conceitos, mesmo antes deles serem utilizados. O entrevistado F do IPPUC e o J da PUCPR também afirmaram que Curitiba sempre trabalhou com estes conceitos intuitivamente e que ele foi um processo natural. Entretanto, o entrevistado F ainda citou que faltam investimentos em tecnologia, enquanto o entrevistado J mencionou que a “inteligência” da cidade não dialoga com a população e que a criação do próprio Instituto das Cidades Inteligentes (ICI) também aparece como marco para a relação de Curitiba com os conceitos de *smartcities*, pois a gestão municipal começou a perceber a importância da geração de dados.

O papel do planejamento no desenvolvimento de Curitiba em um destino inteligente.

O entrevistado E, do SEBRAE/PR, citou o final do ano de 2013 e início de 2014, quando o Brasil e o SEBRAE estavam em preparação para a Copa do Mundo, como período importante nas discussões sobre o tema, por orientação da FIFA, Ministério do Turismo e Ministério do Esporte. Em uma visita ao IPPUC em 2013, o entrevistado falou que a gestão do instituto também já estava mencionando as cidades inteligentes. Todavia, todas as soluções inteligentes para o evento não ocorreram na prática, apenas a ativação da rede 4G na cidade. Depois da Copa, em 2015, o SEBRAE retomou o assunto e agora em 2016 os destinos turísticos inteligentes passaram a ser estratégia nacional da organização.

A quarta pergunta retrata a percepção dos entrevistados sobre o turismo em Curitiba. A principal resposta dada pelos entrevistados que não são da área do turismo é que Curitiba tem um bom potencial turístico e uma infraestrutura estruturada, com hotéis, restaurantes e a própria Linha Turismo. O entrevistado I até mencionou que uma cidade inteligente é aquela que usa os seus recursos, inclusive turísticos, para gerar receita.

Já os entrevistados das organizações turísticas (CCVB, Paraná Turismo e IMT) possuem uma visão mais crítica em relação a atividade. Para o entrevistado C, o turismo na cidade não é reconhecido, mesmo a sua contribuição sendo significativa. O turismo de negócios e eventos ainda representa a maior parte do fluxo, mas houve uma melhoria da ocupação hoteleira em temporadas de lazer, o que significa uma receita nova.

De acordo com o entrevistado D, da Paraná Turismo, Curitiba não se reconhece como uma cidade turística, porque a gestão municipal não assume a vocação de Curitiba para a cultura, a gastronomia e eventos. A cidade também peca na falta de investimentos em divulgação e promoção. Para o entrevistado, ser inteligente em Curitiba é se ver turística.

Os entrevistados A e B do IMT acreditam que o turismo tem uma importância potencial, porque os gestores e a população não conseguem perceber a atividade como estratégica. Ela ocorreu de maneira espontânea na cidade e não teve muito planejamento.

O objetivo da pergunta cinco é de compreender quais ações e projetos Curitiba já desenvolveu ou está desenvolvendo nos quatro eixos da SEGITTUR (2015), levando em consideração aspectos da economia, população, governança, mobilidade, meio ambiente e qualidade de vida. O Quadro 2 apresenta um resumo das ações e projetos apontados pelos entrevistados. Uma fala interessante do entrevistado J é que muitas das ações e projetos são transversais e podem ser consideradas nos quatro eixos estudados.

Quadro 2 - Principais ações e projetos apontados nas entrevistas

Entrevistado	Ações e Projetos
A e B	Portal de dados abertos da Prefeitura.
C	Parque de Softwares;

O papel do planejamento no desenvolvimento de Curitiba em um destino inteligente.

	Ambiente favorável a criação de Startups; Reciclagem do lixo.
E	Novas infraestruturas de transporte coletivo e modernização das existentes; Projeto de sincronismo do tráfego para o sistema coletivo; Projeto piloto da Linha Verde Sustentável, para transformá-la em um espaço inteligente e interconectado; Separação do lixo.
F e G	Revisão do Plano Diretor e da Lei de Zoneamento - melhoria dos vazios urbanos e habitação social (projeto embrião, que ainda não foi lançado, de aluguel social); Ampliação e integração dos modais: rede cicloviária, bikesharing, área calma; Plano das Calçadas - melhoria da acessibilidade e permeabilidade das calçadas, rotas seguras, caminhos de luz, mais arborização e áreas de estar (como mini praças); Plano de Iluminação - iluminação da linha verde, manutenção das identidades das ruas; Carros elétricos da prefeitura, utilizados pela guarda municipal até em atendimento itinerante ao turista Ônibus elétrico, que ainda está em fase de teste.
H	Projeto de ciclomobilidade com universidade e governo da Holanda; Criação de uma ciclovia para geração de energia; Parceria com Volvo e universidade da Suécia para melhorar a sustentabilidade e qualidade das vias e desenvolver o ônibus elétrico; Incubação de Startups; Linha Verde Sustentável; Tentativa de trazer a semaforização inteligente.
I	Projeto Curitiba Eco elétrico; Governança participativa: canal 156; Coleta de dados para a Prefeitura.
J	Começo da intermodalidade (embarque das bicicletas nos ônibus e estacionamento nos terminais); TICs nos terminais de ônibus, como as placas digitais; Parceria de Curitiba com outros países e universidades (Holanda, Japão, Suécia); PARCUR - leitura da poluição do ar por meio de bicicletas.
K	Projeto da Linha Verde Sustentável, que está inserido um novo conceito de cidade, sendo inovador desde a sua constituição e modelo econômico e absolutamente adequado ao perfil moderno de negócios; Parques; Sinais de trânsito inteligentes; Táxis especiais para cadeirantes.

Fonte: Os autores (2019)

Assim como a indagação anterior, a sexta pergunta tem o objetivo de compreender quais ações e projetos específicos para o turismo Curitiba já desenvolveu ou está desenvolvendo nos eixos fundamentais da SEGITTUR (2015). Dentre os entrevistados, apenas as organizações do turismo trouxeram contribuições.

O entrevistado E, do SEBRAE/PR, citou o projeto de souvenirs “Sou Curitiba”, que é um dos legados da Copa do Mundo para a cidade, e a qualificação com as empresas clientes do SEBRAE, onde eles trazem a discussão dos temas de inovação, tecnologia, acessibilidade e sustentabilidade para os empreendedores. O entrevistado também citou uma ideia que surgiu de uma reunião para a implantação de Wi-Fi público nos principais atrativos de Curitiba. Não é nem projeto estruturado, mas há uma intenção nesse sentido.

O papel do planejamento no desenvolvimento de Curitiba em um destino inteligente.

O entrevistado C, do Convention&Visitors Bureau, mencionou que Curitiba foi a primeira capital a ter aplicativo, criado através de uma gestão integrada do CCVB com outras organizações. Ainda, Curitiba possui totens conectados ao site da prefeitura em dez pontos de interesse turístico; disponibilidade de cadeiras de rodas no Jardim Botânico; e a franquia do Hard Rock Café mais sustentável da rede de restaurantes. O CCVB também auxilia no projeto de souvenirs “Sou Curitiba” e na mediação com os hotéis para estruturá-los a receber pessoas com mobilidade reduzida. O CCVB é responsável pelo “Leva e Traz”, sistema de transporte gratuito para bares e restaurantes.

O entrevistado D, da Paraná Turismo, acredita que a presença de um Instituto Municipal de Turismo e o projeto de regionalização são diferenciais inteligentes. Além disso, ele citou os oito novos roteiros lançados no início de 2016 e que são utilizados até o momento, que fazem com que o turista conheça Curitiba a pé ou de bicicleta, rompendo com a dependência de automóveis poluentes.

Os entrevistados do Instituto Municipal de Turismo apontaram o desenvolvimento do novo site como um avanço, mas que ainda deixa a desejar em alguns quesitos, como na tradução; o aplicativo “Curta Curitiba”, que agora está georreferenciado; e o novo Plano Municipal de Inclusão, o qual o IMT está trabalhando no eixo da cultura, esporte, lazer e turismo para melhorar a acessibilidade em atrativos, materiais e atendimento ao turista.

A sétima pergunta, sobre os problemas urbanos que Curitiba enfrenta atualmente, trouxe algumas dificuldades em comum para os entrevistados como, por exemplo, a questão do trânsito, com vias saturadas e engarrafamentos; o tratamento dos resíduos sólidos; a qualidade do transporte e da mobilidade, pois ainda faltam a interação intermodal e a geração de dados em tempo real do transporte coletivo; o tratamento dos espaços públicos centrais (praças); e as adversidades relacionadas à segurança, como a ocupação da região central pelo tráfico de drogas, violência, crescimento dos moradores de rua e ocorrências de assaltos em atrativos.

A oitava pergunta, seguindo a mesma linha da anterior, apresenta as principais deficiências turísticas da cidade, elencadas pelos entrevistados. São elas: falta de investimento para o segmento de lazer; pouca tecnologia para o turismo; falta de recursos e estratégias para a promoção do destino; não percepção de Curitiba como uma cidade turística; perda das pesquisas de demanda, ou seja, a gestão pública não possui coleta e monitoramento de dados sobre o perfil do visitante; falta de articulação da gestão municipal, com um conselho fragmentado; poucos recursos para a manutenção dos atrativos, que acabam ficando

abandonados; acesso precário à informação turística digitalmente; e a falta de interações culturais e atividades experienciais nos espaços públicos e atrativos.

Para a pergunta “Curitiba é uma cidade inteligente?”, dos nove entrevistados três responderam que não e seis responderam que, de um modo geral, sim. Para o entrevistado D, a inteligência de Curitiba está principalmente na educação e nas potencialidades da sua população. O entrevistado C avaliou que outras cidades inteligentes no mundo incluem o turismo e o mercado de eventos no seu desenvolvimento, porque elas querem tornar a cidade sede de debates e discussões, melhorando a capacidade intelectual das pessoas.

Perguntados se Curitiba pode ser considerada um destino turístico inteligente, por unanimidade, todos os entrevistados responderam que ainda não, porque, primeiramente, ela precisa ser inteligente para o cidadão e depois para o visitante.

6 DISCUSSÃO

O estudo do turismo como ciência ainda é considerado por muitos pesquisadores um campo relativamente novo e que carece de conceitos universais, sendo rotulado como uma ciência imatura que ainda está vivenciando a fase “pré-paradigmática”, apesar do progresso contínuo das pesquisas na área. (TRIBE; DANN; JAMAL, 2015).

Deste modo, o conceito de destino turístico inteligente ainda é recente e ele está sendo discutido e construído pela comunidade científica internacional. No Brasil, uma breve pesquisa do termo “destinos turísticos inteligentes” no portal “Publicações de Turismo”, por exemplo, só recupera sete artigos sobre o tema em periódicos nacionais. Por isso, é possível afirmar que este é um estudo do turismo que carece de definições, de delimitações e pesquisas.

Levando em consideração este fato, é de extrema relevância que mais projetos, pesquisas e artigos sejam desenvolvidos sobre destinos turísticos inteligentes, porque um modelo de gestão de destino baseado na inovação, tecnologia, sustentabilidade e acessibilidade (SEGITTUR, 2015) podem trazer muitos benefícios para os visitantes, *stakeholders* e também para a comunidade local, como explorado anteriormente na revisão de literatura.

As pesquisas na área também devem criar soluções, e não apenas expectativas, para a implementação de destinos turísticos inteligentes. Wang, Li e Li (2013), por exemplo, apresentaram três perspectivas em que as iniciativas dos destinos turísticos inteligentes podem estar presentes. A primeira é na experiência turística, com a adoção de guias turísticos

projetados pelas *Destination Management Organizations* (DMOs) locais, permitindo a construção do relacionamento entre os gestores e os turistas. Na segunda perspectiva, que é a comunicação estratégica, as DMOs devem conversar e interagir com os turistas por meio das mídias sociais. Finalmente, a perspectiva da competitividade do destino implica a construção de uma plataforma de turismo inteligente, criada com o suporte da *big data* (base de dados com informações relevantes sobre negócios, atrativos turísticos e comportamento do consumidor), com a aplicação dos serviços de armazenamento de informações em nuvem e com o desenvolvimento da *Internet of Things*. (WANG; LI; LI, 2013).

Neste sentido, Curitiba pode se apropriar de outra perspectiva para se tornar um destino inteligente, focando no seu planejamento urbano, visto que, como mencionado nas entrevistas, a cidade inteligente - e, por consequência, o destino inteligente - se origina de cidades que possuem um planejamento urbano eficiente, facilitando a vida do cidadão por meio da mobilidade, da qualidade de vida, do crescimento ordenado e também a inserção de novas tecnologias para auxiliar na gestão municipal.

Curitiba possui aspectos urbanos que são utilizados de modelo em outras cidades no Brasil e no mundo (NTU, 2009) e este fato não deve ser ignorado pela gestão municipal e estadual do turismo no momento de criar um ambiente favorável à inteligência turística da cidade, principalmente porque os turistas estão em contato com a mobilidade urbana, com o trânsito, com as vias públicas, com a administração de recursos ambientais (PINTO, 2017) do município e muitos visitantes também consideram a identidade urbana um atrativo turístico. (AMBIENS..., 2013). Contudo, como mostra o quadro 2, os entrevistados da área de turismo citaram poucos projetos urbanos nos quatro eixos da SEGITTUR (2015). Por sua vez, os entrevistados da área urbana desconheciam projetos turísticos relacionados às cidades inteligentes.

Isto pode demonstrar outro problema levantado na entrevista: a falta de integração dos conceitos de cidades e destinos inteligentes pelos órgãos da Prefeitura e outras instituições que atuam junto ao município. Esta falta de conhecimento em comum dificulta o aprofundamento sobre estes conceitos nos projetos urbanos e turísticos que são implementados no município.

Por fim, mesmo sendo referência nesta área, Curitiba também precisa tomar cuidado com a falta de modernização do seu sistema de transporte, mobiliário urbano, gestão de tráfego, gestão de resíduos sólidos, entre outros, porque a cidade se desenvolve continuamente e o planejamento urbano deve acompanhar este desenvolvimento. Para se

O papel do planejamento no desenvolvimento de Curitiba em um destino inteligente.

tornar um destino inteligente Curitiba precisa ser uma cidade inteligente integral, porque a cidade deve ser inteligente, primeiramente, para o cidadão e depois para o visitante.

7 CONSIDERAÇÕES FINAIS

Esta pesquisa, cuja intenção era verificar se Curitiba pode ser considerada uma cidade e/ou destino turístico inteligente para as organizações de turismo e planejamento urbano que atuam no município, atingiu todos os objetivos, tanto gerais como específicos.

Com os resultados das entrevistas foi possível afirmar que Curitiba possui sim alguns projetos e ações que a aproximam de uma cidade e um destino turístico inteligente, levando em consideração os exemplos citados pelos entrevistados dentro dos quatro eixos da SEGITTUR (2015): inovação, tecnologia, sustentabilidade e acessibilidade.

Entretanto, essas iniciativas ainda são insuficientes para que o município seja considerado uma cidade ou um destino turístico inteligente na sua totalidade, principalmente porque a cidade evoluiu, novos problemas urbanos surgiram e o planejamento não acompanhou este processo. Isso pode ser verificado na fala dos entrevistados quando citam muitos problemas em comum em relação à modernização do transporte público e na questão da segurança nos centros urbanos.

Outro ponto de divergência que ficou claro nas entrevistas é que o conceito de cidade inteligente não é unificado nos órgãos da gestão municipal e que, institucionalmente, Curitiba até pode ser considerada inteligente, mas falta integrar toda a população neste processo. Curitiba possui um histórico de planejamento urbano, sustentabilidade, espaços públicos, entre outros aspectos positivos, porém ela ainda precisa evoluir em alguns quesitos como tecnologia, mobilidade, educação, governança, segurança e gestão da energia para poder se tornar uma cidade inteligente e, conseqüentemente, um destino turístico inteligente.

REFERÊNCIAS

AENOR. Asociación Española de Normalización y Certificación. **El papel de las normas en las ciudades inteligentes**: relatório. Madrid, 2014. Disponível em: <http://twixar.me/zzNK>. Acesso em: 26 ago. 2019.

AMBIENS COOPERATIVA. **Plano de desenvolvimento integrado do turismo sustentável**: resumo executivo. Curitiba, 2013. Disponível em: <http://twixar.me/p5NK>. Acesso em: 26 ago. 2019.

BASTOS H. Z. L. **Análise de desempenho e projeto de uma infraestrutura de cidade inteligente para transporte público de Curitiba**. 2015. 89 f. Dissertação (Mestrado em Informática) - Setor de Ciências Exatas, Universidade Federal do Paraná, Curitiba, 2015. Disponível em: <http://twixar.me/jy8K>. Acesso em: 26 ago. 2019.

BOES, K.; BUHALIS, D.; INVERSINI, A. Conceptualising smart tourism destination dimensions. *In*: TUSSYADIAH, I.; INVERSINI, A. **Information and communication technologies in tourism 2015**. Lugano: Springer International Publishing Switzerland, 2015. p. 391-403. Disponível em: <http://twixar.me/6zNK>. Acesso em: 26 ago. 2019.

BRASIL. Ministério do Turismo. **Caracterização e dimensionamento do turismo internacional no Brasil 2013-2017**: relatório. Brasília, DF. 2018. Disponível em: <http://twixar.me/FSNK>. Acesso em: 26 ago. 2019.

BRASIL. **Índice de Competitividade do Turismo Nacional**: relatório. Curitiba. Brasília, DF: Ministério do Turismo, SEBRAE e FGV, 2015. Disponível em: <http://twixar.me/wSNK>. Acesso em: 26 ago. 2019.

AGÊNCIA DE CURITIBA. **Guia do investidor**. Relatório. Curitiba, 2012. Disponível em: <http://twixar.me/z5NK>. Acesso em: 26 ago. 2019.

DENCKER, A. F. M. **Pesquisa em turismo**: planejamento, métodos e técnicas. 9. ed. São Paulo: Futura, 2007.

F. FILHO, M. C. ; A. FILHO, E. J. M. **Planejamento da pesquisa científica**. São Paulo: Atlas, 2013.

GIL, A. C. **Como elaborar projetos de pesquisa**. 5.ed. São Paulo: Atlas. 2010.

GOMES, E. L.; GÂNDARA, J. M.; IVARS-BAIDAL, J. A. É importante ser um destino turístico inteligente? A compreensão dos gestores públicos dos destinos do Estado do Paraná. **Revista Brasileira de Pesquisa em Turismo**, v. 11, n. 3, p. 503-536, 2017. Disponível em: <http://twixar.me/n5NK>. Acesso em: 26 ago. 2019.

LUQUE GIL, A. M.; ZAYAS FERNÁNDEZ, B.; CARO HERRERO, J. L. Los destinos turísticos inteligentes en el marco de la inteligencia territorial: conflictos y oportunidades. **Investigaciones Turísticas**, v. 10, p. 1-25, 2015. Disponível em: <http://twixar.me/T5NK>. Acesso em: 26 ago. 2019.

MCLAREN, D.; AGYEMAN, J. **Sharing cities**: a case for truly smart and sustainable cities. Cambridge: The MIT Press, 2015.

NTU - Associação nacional das empresas de transportes urbanos. **Avaliação comparativa das modalidades de transporte público urbano**: relatório. Curitiba, 2009. Disponível em: <http://twixar.me/PSNK>. Acesso em: 26 ago. 2019.

OLIVEIRA D. **Curitiba e o mito da cidade modelo**. 1.ed. Curitiba: Editora UFPR, 2000.

PARANÁ TURISMO. **Paraná turístico 2026: pacto para um destino inteligente**. Curitiba, 2016. Disponível em: <http://twixar.me/bzNK>. Acesso em: 26 ago. 2019.

PINTO, M. J. A. Destinos turísticos inteligentes: o caso de Curitiba/PR (Brasil). **Turismo & Sociedade**, v. 10, n. 3, p. 1-22, 2017. Disponível em: <http://twixar.me/NzNK>. Acesso em: 26 ago. 2019.

RUIZ, T. C. D. **A dinâmica evolutiva da competitividade do destino turístico Curitiba**. 354 f. Tese (Doutorado em Geografia) - Setor de Ciências da Terra, Universidade Federal do Paraná, Curitiba, 2015. Disponível em: <http://twixar.me/pSNK>. Acesso em: 26 ago. 2019.

SEGITTUR. **Informe destinos turísticos inteligentes: construyendo el futuro: relatório**. Madrid, 2015. Disponível em: <http://twixar.me/wy8K>. Acesso em: 26 ago. 2019.

SHARK, A. R. What makes smart cities smart?. *In*: SHARK, A. R.; TOPOTKOFF, S.; LÉVY, S. **Smarter cities for a bright sustainable future: A global perspective**. Alexandria: Public Technology Institute, 2014. p. 1-9.

STIMMEL, C. L. **Building smart cities: analytics, ICT and design thinking**. Boca Raton: Auerbach Publications, 2015.

TRIBE, J.; DANN, G.; JAMAL, T. Paradigms in tourism research: a triologue. **Tourism Recreation Research**, v. 40, n. 1, p. 28-47, 2015. Disponível em: <http://twixar.me/fXNK>. Acesso em: 26 ago. 2019.

VIENNA UNIVERSITY OF TECHNOLOGY. Centre of Regional Science. **Smart cities: ranking of European medium-sized cities**. Viena, 2007. Relatório. Disponível em: <http://twixar.me/jzNK>. Acesso em: 26 ago. 2019.

XIANG, Z.; TUSSYADIAH, I.; BUHALIS, D. Smart destinations: Foundations, analytics and applications. **Journal of Destination Marketing & Management**, v. 4, n. 3, p. 143-144, 2015. Disponível em: <http://twixar.me/By8K>. Acesso em: 26 ago. 2019.

WANG, D.; LI, X.; LI, Y. China's "smart tourism destination" initiative: a taste of the service-dominant logic. **Journal of Destination Marketing & Management**, v. 2, n. 2, p. 59-61, 2013. Disponível em: <http://twixar.me/lXNK>. Acesso em: 26 ago. 2019.

ZHU W.; ZHANG L.; LI, N. Challenges, Function Changing of Government and Enterprises in Chinese Smart Tourism. **e-Review of Tourism Research**, v. 5, p. 1-4, 2014. Disponível em: <http://twixar.me/Vy8K>. Acesso em: 26 ago. 2019.

Aprovado em 23/dez/2019