

UNIVERSIDADE POSITIVO
ARQUITETURA E URBANISMO
DIREITO
ENGENHARIA CIVIL
ENGENHARIA DE BIOPROCESSOS E BIOTECNOLOGIA
ENGENHARIA DE COMPUTAÇÃO
ENGENHARIA MECÂNICA

ANGELO FABIANE DA SILVA
GIOVANA JUGLAIR AZZOLINI
LEANDRO FRANÇA ANTUNES
LEONARDO TREVISAN MORENO
LETÍCIA PORTELLA FIORESE
MATHEUS DE LARA SZAJDA

PROPOSTAS INOVADORAS PARA O TURISMO EM CURITIBA

CURITIBA

2023

ANGELO FABIANE DA SILVA
GIOVANA JUGLAIR AZZOLINI
LEANDRO FRANÇA ANTUNES
LEONARDO TREVISAN MORENO
LETÍCIA PORTELLA FIORESE
MATHEUS DE LARA SZAJDA

PROPOSTAS INOVADORAS PARA O TURISMO EM CURITIBA

Trabalho apresentado como requisito parcial
para conclusão do projeto inserido na
categoria Inovação da extensão curricular
institucional da Universidade Positivo.

Orientadora: Prof.^a Ma. Fernanda Albanaz

CURITIBA

2023

DEDICATÓRIA

Dedicamos esse trabalho à Escola de Turismo de Curitiba, pela cordialidade e pelo grande empenho oferecido. A ajuda demonstrou-se essencial, e a experiência divertida.

Sumário

1	IMERSÃO	5
1.1	CONTEXTUALIZAÇÃO SOBRE O TURISMO LOCAL	5
2	ANÁLISE E SÍNTESE.....	6
2.1	CRITÉRIOS NORTEADORES	6
2.2	PERSONAS	7
2.2.1	PERSONA 1 – RAFAELA	7
2.2.2	PERSONA 2 – LUCAS.....	8
2.3	MAPA DE EMPATIA	9
3	IDEAÇÃO.....	10
3.1	BRAINSTORMING	10
3.2	CARDÁPIO DE IDEIAS.....	10
3.2.1	ACESSIBILIDADE.....	11
3.2.2	TECNOLOGIA.....	11
3.2.3	MODELOS DE LINGUAGEM.....	11
3.2.4	FEEDBACK.....	11
3.2.5	SEGURANÇA	11
3.3	MATRIZ DE POSICIONAMENTO	11
4	PROTOTIPAÇÃO	12
4.1	PROPOSTA 1 – MELHORIA DA DIVULGAÇÃO DE INFORMAÇÕES	12
4.2	PROPOSTA 2 – APLICATIVO DESTINADO AO TURISTA.....	12
4.3	PROPOSTA 3 – CRIAÇÃO DE UM CHAT INTERATIVO	13
4.4	PROPOSTA 4 – FEEDBACK AO FINAL DO TOUR	13
4.5	PROPOSTA 5 – EXPANSÃO DO WI-FI PÚBLICO	13
4.6	PROPOSTA 6 – SISTEMA DE RECOMPENSAS AO TURISTA	14
4.7	PROPOSTA 7 – CRIAÇÃO DE MASCOTE	14
4.8	PROPOSTA 8 – CONDIZER COM “CIDADE INTELIGENTE”	14
4.9	PROPOSTA 9 – CONCURSO DE FOTOGRAFIA	14
5	CONSIDERAÇÕES FINAIS.....	15
5.1	ANGELO FABIANE DA SILVA.....	15
5.2	GIOVANA JUGLAIR AZZOLINI.....	15
5.3	LEANDRO FRANÇA ANTUNES	16
5.4	LEONARDO TREVISAN MORENO	16
5.5	LETÍCIA PORTELLA FIORESE	16

5.6	MATHEUS DE LARA SZAJDA.....	17
6	REFERÊNCIAS	18

1 IMERSÃO

1.1 CONTEXTUALIZAÇÃO SOBRE O TURISMO LOCAL

Curitiba, a capital do estado do Paraná, é uma das cidades mais visitadas do Brasil devido à sua beleza natural, rica cultura e desenvolvida infraestrutura turística. Com uma grande variedade de atrações, o turismo local atrai tanto brasileiros quanto estrangeiros.

A cidade é conhecida por sua arquitetura moderna e planejamento urbano inteligente. Um dos principais pontos turísticos é o Jardim Botânico de Curitiba, onde os visitantes desfrutam da sua estufa de vidro em estilo *art nouveau* e os belos jardins ao seu redor. Ademais, o Parque Barigui é um local muito popular para atividades ao ar livre, como caminhadas, piqueniques e passeios de bicicleta.

Curitiba também é famosa por seu sistema de transporte público eficiente, incluindo o famoso Ligeirão, um ônibus expresso que conecta diferentes partes da cidade. Os turistas podem fazer um tour no ônibus *hop-on hop-off* para explorar as principais atrações, como a Ópera de Arame, o Museu Oscar Niemeyer e a Feira do Largo da Ordem, essa última famosa por sua variedade de artesanatos e comidas típicas.

A gastronomia em Curitiba é diversificada, com uma ampla variedade de restaurantes, bares e cafés. Os turistas podem experimentar pratos típicos da região, como o barreado, uma carne cozida lentamente com temperos, e o famoso pão com bolinho, um sanduíche de carne moída com molho.

Além disso, Curitiba é conhecida por sua intensa vida cultural, com uma grande variedade de teatros, museus, galerias de arte e casas de espetáculo. O Festival de Teatro de Curitiba, que acontece anualmente, atrai artistas e espectadores de todo o

país. A cidade também conta com uma vibrante vida noturna, com várias opções de bares e casas noturnas.

Para os amantes da natureza, Curitiba oferece diversas opções de passeios ecológicos. O Parque Tanguá é um local muito visitado, com suas trilhas, jardins e lagos artificiais. Além disso, o município conta com uma ampla rede de parques e bosques, que oferecem espaços de lazer e áreas verdes para os moradores e visitantes.

O turismo local em Curitiba é impulsionado pela sua beleza natural, arquitetura moderna, infraestrutura turística desenvolvida e rica cultura. Com uma ampla variedade de atrações e atividades para todos os gostos, a cidade atrai turistas em busca de paisagens deslumbrantes, gastronomia diversificada, cultura rica e experiências únicas.

2 ANÁLISE E SÍNTESE

2.1 CRITÉRIOS NORTEADORES

Os critérios norteadores fornecem um ponto de partida para a idealização, além de serem importantes parâmetros de avaliação das ideias, caracterizando e classificando-as por importância, utilidade e aplicabilidade. A seguir, estão os critérios norteadores abordados durante as discussões com a equipe:

- Coletar feedbacks dos turistas para contribuir com o desenvolvimento e identificar pontos de melhoria;
- Buscar inclusão ao turista e aos próprios moradores em todos os pontos turísticos;
- Investir em desenvolvimento tecnológico e inovação como diferencial (Cidade Inteligente);
- Formar parcerias a fim de buscar formas inovadoras de atrair visitantes;
- Promover eventos como forma de inclusão cultural;
- Promover sensação de segurança e bem-estar ao turista.

2.2 PERSONAS

As personas são uma ótima forma de se colocar no lugar do “cliente”, e ajudam a entender seus pontos de vista, interesses e necessidades, bem como na criação do mapa de empatia.

2.2.1 PERSONA 1 – RAFAELA

Figura 1 – Representação de persona Rafaela, gerada artificialmente por Stable Diffusion.



Fonte: os autores, 2023.

Rafaela tem 28 anos, e mora em Curitiba, mas nunca realizou uma visita guiada pela cidade. Ela decidiu deixar de lado sua personalidade caseira para conhecer os locais ainda inexplorados e se aprofundar um pouco mais sobre a história local. Ela é morena e tem aproximadamente 1,7 m de altura. Rafaela é significativamente reservada, mas confia muito em seu grupo de amigas, e tem boa habilidade comunicativa.

Rafaela usa uma regata branca, calça e jaqueta jeans lavadas, sapato branco e brincos dourados. Ela não carrega muita coisa além de seu celular, carteira e chaves, pois não sente necessidade de se entulhar para sair.

2.2.2 PERSONA 2 – LUCAS

Figura 2 – Representação da persona Lucas, gerada artificialmente por Stable Diffusion.



Fonte: os autores, 2023.

Lucas, de 30 anos, veio de Londres visitar Curitiba para explorar a cultura local, experimentar a culinária regional e descobrir os pontos turísticos da cidade. Ele tem cabelos curtos e castanhos, olhos da mesma cor e uma pele bronzeada devido à exposição ao sol durante suas viagens. Ele é alto e magro, dando uma aparência atlética. Lucas adora usar roupas leves e confortáveis enquanto explora a cidade. Ele é amigável e sempre disposto a interagir com moradores locais e outros viajantes para obter recomendações e dicas sobre o que fazer e ver em Curitiba.

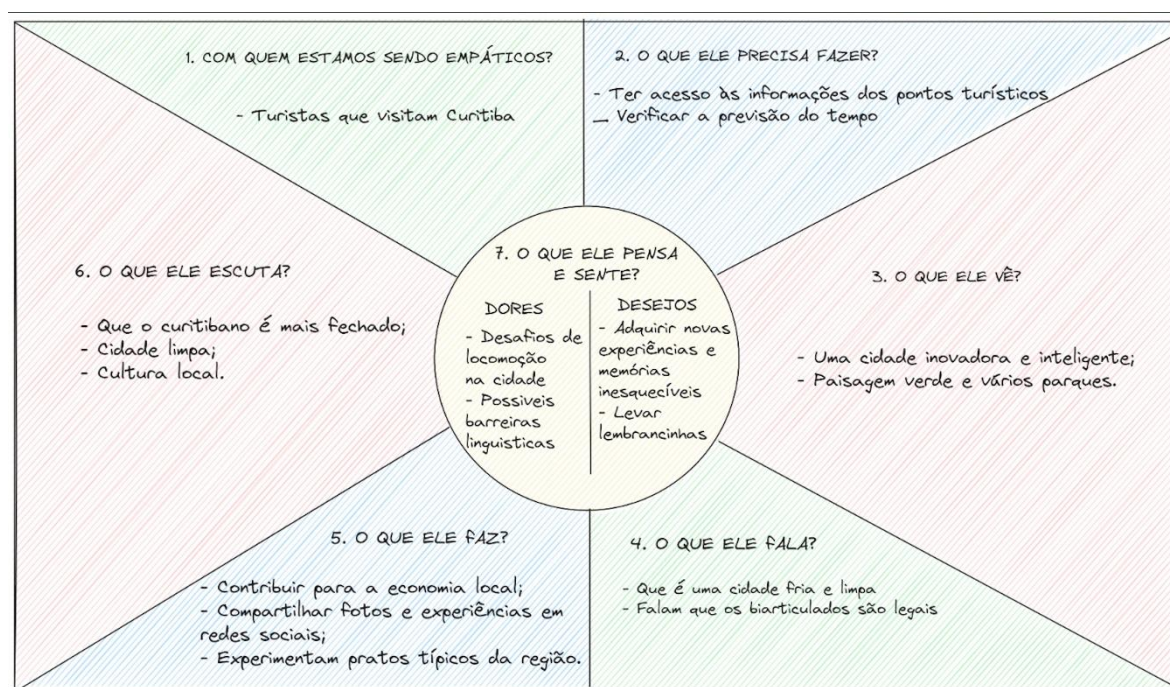
Para sua aventura, Lucas veste uma camisa branca de manga curta, uma bermuda cáqui e sandálias, mantendo-se confortável em um clima mais quente. Ele usa um chapéu de palha para se proteger do sol e óculos escuros para proteger seus olhos dos raios UV. Lucas carrega uma mochila nas costas para guardar suas necessidades de viagem, como água, lanches e mapas.

2.3 MAPA DE EMPATIA

Mapa da Empatia é um material utilizado para conhecer melhor o seu cliente. A partir do mapa da empatia é possível detalhar a personalidade do cliente e compreendê-la melhor. O mapa da empatia faz 7 perguntas para identificar seu público-alvo e assim conhecer seus sentimentos, dores e necessidades.

O grupo elaborou o mapa de empatia com base no turista que visitaria a cidade de Curitiba e quais seriam os principais pontos de dúvidas e curiosidades que o turista teria ao visitar Curitiba.

Figura 3 – Mapa de empatia dos turistas de Curitiba



Fonte: Os autores, 2023.

3 IDEIAÇÃO

Para a formação das ideias, todos os integrantes contribuíram com os mais variados e distintos tópicos de discussão sobre o tema “turismo”. Assim foi possível elaborar e desenvolver este projeto com uma variada gama de pensamentos e contribuições diferentes.

3.1 BRAINSTORMING

O brainstorming, ou tempestade de ideias, além de ser uma técnica de dinâmica de grupo, é uma atividade desenvolvida para explorar a potencialidade criativa. Para o nosso caso, o grupo realizou o seguinte brainstorming:

- Centralizar as informações.
- Divulgação de informações (ex.: jornais tv 1 vez por mês).
- Melhor divulgação das redes sociais.
- Foco em acessibilidade.
- Condizer com a denominação de cidade inteligente.
- Aplicativo para o turista.
- Ajuda aos moradores de rua.
- Maior segurança relacionado aos pontos de guarda municipal.
- Criar e treinar um modelo de linguagem para sanar dúvidas referentes à pontos turísticos.
- Chat interativo (com inteligência artificial) voltado para de um roteiro personalizado.
- Feedback ao final do tour.

3.2 CARDÁPIO DE IDEIAS

O cardápio de ideias é um catálogo que condensa todas as ideias produzidas no projeto, na forma de um menu de restaurante, ajudando na organização das ideias obtidas no brainstorming.

3.2.1 ACESSIBILIDADE

- Acessibilidade das informações.
- Centralizar as informações.
- Divulgação de informações (ex.: jornais tv 1 vez por mês).
- Melhor divulgação das redes sociais.
- Foco em acessibilidade.
- Condizer com a denominação de cidade inteligente.

3.2.2 TECNOLOGIA

- Aplicativo para o turista.

3.2.3 MODELOS DE LINGUAGEM

- Criar e treinar um modelo de linguagem para sanar dúvidas referentes à pontos turísticos.
- Chat interativo (com inteligência artificial) voltado para de um roteiro personalizado.

3.2.4 FEEDBACK

- Feedback ao final do tour.

3.2.5 SEGURANÇA

- Ajuda aos moradores de rua.
- Maior segurança relacionado aos pontos de guarda municipal.

3.3 MATRIZ DE POSICIONAMENTO

A matriz de posicionamento é uma ferramenta de análise estratégica das ideias geradas, utilizada na validação destas em relação aos Critérios Norteadores, bem como às necessidades das Personas criadas no projeto, ou seja, a matriz de posicionamento acaba interligando todas as ideias geradas pelo grupo e facilitando o entendimento e as necessidades de cada proposta de inovação do turismo de Curitiba.

Figura 4 – Matriz de posicionamento contendo os critérios norteadores entre A-F e as propostas entre 1-18.

Critérios norteadores						1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17
A Coletar feedbacks dos turistas para contribuir com o desenvolvimento e identificar pontos de melhoria;						✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓
B Buscar inclusão ao turista e para os próprios moradores em todos os pontos turísticos;						✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓
C Investir em desenvolvimento tecnológico e inovação como diferencial (Cidade Inteligente);						✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓
D Formar parcerias a fim de buscar formas inovadoras de atrair visitantes;						✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓
E Promover eventos como forma de inclusão cultural.						✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓
F Promover sensação de segurança e bem estar ao turista						✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓

Propostas de melhoria	
1 Melhorar a acessibilidade das informações.	10 Formulário de feedback ao final do tour.
2 Centralizar as informações.	11 Expandir o Wi-Fi público.
3 Melhorar a divulgação de dados (ex.: jornais tv 1 vez por mês).	12 Melhorar os serviços já presentes (ex.: sites, QR code).
4 Foco em acessibilidade.	13 Organizar concursos de fotografia voltados à cidade de Curitiba.
5 Aprimorar recursos para condizer melhor com a denominação de cidade inteligente.	14 Melhorar utilização do mascote de Curitiba como logotipo.
6 Desenvolvimento de app ao turista.	15 Sistema de tokens ao visitar pontos turísticos, tokens podem ser trocados por brindes.
7 Melhorar situação dos moradores de rua.	16 Garantir que estabelecimentos possuam um bom padrão de qualidade (ex.: fornecer tabela nutricional).
8 Maior segurança relacionado aos pontos de guarda municipal.	17 Treinar os guias para como agir em situações emergenciais (ex.: situações de saúde, acidente na rua).
9 Criar e treinar um modelo de linguagem (IA) para sanar dúvidas referentes à pontos turísticos.	

Fonte: Os autores, 2023.

4 PROTOTIPAÇÃO

Para a etapa de prototipação, as propostas foram reavaliadas levando em conta os critérios norteadores, e reformuladas conforme necessário.

4.1 PROPOSTA 1 – MELHORIA DA DIVULGAÇÃO DE INFORMAÇÕES

O turismo em Curitiba é um grande atrativo da cidade, tanto para os turistas, quanto para os próprios moradores. Porém é nítido que o déficit de divulgação sobre os roteiros e pontos turísticos atrapalha muito a experiência de quem visita à cidade. Portanto, uma de nossas propostas é tornar o turismo em Curitiba mais popular, a fim de que muitos tornem-se conhecedores dos órgãos de turismo da cidade. Esta disseminação de informações poderia ser realizada com parcerias em canais de TV, por exemplo. Atividades interativas como caça ao tesouro e ARGs (*alternate reality games*) também podem chamar atenção do público mais jovem.

4.2 PROPOSTA 2 – APLICATIVO DESTINADO AO TURISTA

Durante o desenvolvimento das ideias, percebemos que um turista não tem o devido apoio tecnológico que merece, tendo isso em vista, propusemos a criação e desenvolvimento de um aplicativo que visa centralizar e fornecer informações ao turista de forma interativa e personalizada. Esse aplicativo contaria com um banco

dados e uma IA treinada quanto aos principais pontos turísticos da cidade, bem como notícias e alertas, que podem ser distribuídos de forma dinâmica e inteligente. O app poderia por exemplo, utilizar a localização do celular do usuário para identificar o ponto turístico sendo apreciado e fornecer informações relevantes sobre este. Vale destacar que, atualmente, a criação de uma IA não é um processo custoso, e muitas empresas fornecem serviços voltados a esta finalidade de forma facilmente aplicável. Ela também não substitui guias, e necessita da ajuda desses para ser treinada de forma adequada.

4.3 PROPOSTA 3 – CRIAÇÃO DE UM CHAT INTERATIVO

Com o auxílio da mesma IA utilizada na proposta 4.2, poderia implementar-se um chat e/ou sessão interativa que ajudaria o turista ou guia a formular roteiros turísticos, além de auxiliar no deslocamento pela cidade, o guia ainda poderia acompanhar as sugestões feitas pela IA e fornecer modificações sobre demanda.

4.4 PROPOSTA 4 – FEEDBACK AO FINAL DO TOUR

Seja nos pontos turísticos ou ao final do tour, um formulário de feedback chamativo e bem desenvolvido induz mais respostas, gerando opiniões e críticas essenciais para entender a experiência como um cliente, e até criar um mapa de empatia do tour. Esse feedback também poderia ser integrado ao aplicativo, tornando o app muito mais prático e conveniente a quem o usa.

4.5 PROPOSTA 5 – EXPANSÃO DO WI-FI PÚBLICO

Muitos lugares da cidade já possuem redes de internet públicas, como terminais de ônibus, prédios públicos e etc. Porém seria de extrema importância uma extensão de cobertura da rede Wi-Fi de pontos turísticos, a fim de auxiliar o turista na hora de usar o aplicativo antes mencionado ou em divulgar fotos e vídeos nas redes sociais. A ampliação da internet na cidade pode também ser benéfica para os próprios moradores.

4.6 PROPOSTA 6 – SISTEMA DE RECOMPENSAS AO TURISTA

Essa ideia surgiu com o intuito de fomentar o turismo na cidade. Esse sistema funcionaria como uma espécie de jogo, onde ao visitar e fazer check-in em um ponto turístico, o turista ganharia uma determinada quantidade de tokens, os quais podem posteriormente serem substituídos por brindes, lembrancinhas ou descontos em lojas que aderirem à campanha.

4.7 PROPOSTA 7 – IMPLEMENTAÇÃO DE MASCOTE

A ideia de usar uma mascote como um dos símbolos da cidade ajuda na identificação visual, bem como a concretizar a imagem para novas pessoas que ainda desconhecem sobre o que Curitiba oferece. A mascote poderia ser relacionada a história da cidade, a algum animal que a habita, ou até mesmo inspirar-se na flora da região.

4.8 PROPOSTA 8 – CONDIZER COM “CIDADE INTELIGENTE”

Curitiba possui a alcunha de “cidade inteligente”. Logo, a maioria das ideias foram planejadas visando esse título, portanto, a realização de ideias relacionadas a tecnologia seria muito importante para a manutenção desse título, gerando destaque sobre outras cidades e solidificando a imagem de Curitiba.

4.9 PROPOSTA 9 – CONCURSO DE FOTOGRAFIA

O concurso de fotografia convida viajantes a compartilhar suas perspectivas únicas, ao mesmo tempo em que promove destinos menos conhecidos, com a intenção de incentivar a exploração de destinos turísticos fora dos circuitos tradicionais, promover a interação entre fotógrafos e comunidades locais, enriquecer a base de dados visual de destinos turísticos menos divulgados e fomentar o interesse em viagens sustentáveis e responsáveis. Semanalmente ou mensalmente, ocorreria uma votação pelas fotos de fotógrafos entusiastas, amadores ou profissionais.

5 CONSIDERAÇÕES FINAIS

5.1 ANGELO FABIANE DA SILVA

Em resumo, este projeto de turismo promete ser uma experiência verdadeiramente enriquecedora para todos os envolvidos. Seja você um viajante em busca de novas vivências, um empreendedor vislumbrando oportunidades de investimento ou alguém que simplesmente aprecia explorar novos horizontes, o turismo representa uma oportunidade singular de mergulhar em novas culturas, desfrutar de paisagens deslumbrantes e criar memórias inesquecíveis.

No entanto, é importante ressaltar que o êxito de qualquer empreendimento turístico depende da cooperação e do respeito mútuo entre as comunidades locais e os visitantes. Essa proposta inovadora não apenas amplia as opções de entretenimento para os visitantes, mas também reforça o compromisso de nossa cidade em oferecer oportunidades únicas de exploração e descoberta, tornando-se um destino verdadeiramente inesquecível para todos que a visitam.

5.2 GIOVANA JUGLAIR AZZOLINI

O projeto de inovação para o turismo, de forma simples trouxe um olhar diferenciado para a cidade de Curitiba. Muitas vezes pensamos que o turismo é algo simples, mas com as palestras, as imersões e as discussões feitas em sala de aula ampliaram meu olhar e me trouxeram um grande interesse e curiosidade sobre o turismo, principalmente de Curitiba.

Como nasci e cresci aqui sempre olhei para cidade da mesma forma, com esse projeto consegui ter outra visão e acabei me apaixonando ainda mais pela minha cidade natal. Acredito que trazendo novas propostas de inovação para o turismo, pode trazer um novo público para Curitiba e movimentando cada vez mais a economia e mover ainda mais a diversidade.

5.3 LEANDRO FRANÇA ANTUNES

Em relação ao Projeto de inovação para a área de turismo, posso dizer que para mim foi uma ótima experiência e tive uma excelente impressão. Gosto de poder sair um pouco da sala de aula, para uma dinâmica mais expansiva em outros lugares. Nunca tive em um passeio de linha turística antes, sendo minha primeira vez foi algo que certamente eu gostaria de repetir.

Para a minha equipe e para mim foi um processo de muito aprendizagem e foi algo muito instrutivo, no meu caso em específico por ser algo que acaba sendo totalmente diferente da minha de atuação acadêmica. Seria algo que eu gostaria de levar familiares e amigos para conferir, mesmo sendo curitibano, quase nunca faço passeios para conhecer melhor a cidade.

5.4 LEONARDO TREVISAN MORENO

As propostas de inovação que apresentamos têm o potencial de transformar a Escola de Turismo de Curitiba em um centro de excelência e impulsionar o turismo na cidade. Ao melhorar a divulgação de informações e criar um aplicativo dedicado ao turista, podemos tornar Curitiba mais atraente para visitantes, proporcionando experiências enriquecedoras. A integração de uma inteligência artificial no aplicativo, a coleta de feedback dos turistas e a expansão da rede Wi-Fi pública são passos cruciais para aprimorar a qualidade do serviço.

O sistema de recompensas ao turista e a ideia de criar uma mascote para a Escola de Turismo agregam elementos lúdicos e identidade à experiência do visitante. E, finalmente, ao abraçar a inovação e tecnologia, alinhando-se ao título de "cidade inteligente," podemos manter o turismo local lucrativo e vibrante. Com a implementação destas propostas, estamos confiantes de que a Escola de Turismo de Curitiba estará na vanguarda do turismo regional e continuará atraindo um público diversificado e interessado na rica cultura da cidade.

5.5 LETÍCIA PORTELLA FIORESE

A Escola de Turismo de Curitiba vem fazendo um excelente trabalho contribuindo para que Curitiba seja um Destino Turístico Inteligente cada vez mais

competitivo com outras cidades turísticas do Brasil. O tour que fizemos com o ônibus me fez olhar com mais admiração ainda esta cidade. Gostei muito de saber várias curiosidades sobre monumentos e pontos turísticos que provavelmente eu nunca saberia se não fosse o tour com o guia turístico.

Acredito que muitas pessoas (moradores e turistas) iriam gostar muito de fazer esse tour e repassar para outras pessoas as curiosidades sobre vários cantos de Curitiba, porém estimo que a grande maioria da população simplesmente não sabe sobre muitas coisas que Curitiba oferece. Ou seja, agora eu sei que esta cidade tem muito o que proporcionar, muito mais do que eu sabia antes de cursar esta disciplina, porém é pouco divulgado, acredito que investimento em divulgação valeria a pena. (Parceria com canais de TV, por exemplo, que foi uma de nossas propostas).

5.6 MATHEUS DE LARA SZAJDA

A uma primeira vista, foi difícil encontrar aspectos negativos relacionados ao turismo local, o que demonstra comprometimento dos responsáveis por tal setor. Após uma segunda análise, utilizando-se das ferramentas abordadas neste relatório, foi possível observar novos pontos a serem explorados, principalmente voltados à inovação e inclusão, dada à escolha dos critérios norteadores.

Análises experimentais adicionais, como pesquisas de campo aos turistas poderiam trazer novos resultados incisivos na determinação de novos critérios norteadores e propostas de melhoria, porém dado a limitações de tempo e ao âmbito ético, o relatório baseou-se em observações feitas durante tours e em pesquisas externas independentes, ambos demonstrando-se imprescindíveis para os resultados finais.

Embora a ideia de desenvolver uma inteligência artificial pareça desafiadora e vinda de um mundo de ficção científica, ela não só é alcançável até para amadores, como está se tornando cada vez mais comum em todos os tipos de aplicações, sejam comerciais ou pessoais. A IA pode ser extremamente útil não só para o turista, mas para também os próprios guias locais, não como um substituto, mas como uma ferramenta poderosa e versátil, dado por exemplo sua capacidade de entender e falar

toda e qualquer língua. A implementação dela condiz com o título de cidade inteligente e certamente seria um grande atrativo e diferencial.

6 REFERÊNCIAS

AUTOMATIC1111. **GitHub - AUTOMATIC1111/stable-diffusion-webui: Stable Diffusion web UI.** (n.d.). Acesso em 29 de set., 2023, em: <https://github.com/AUTOMATIC1111/stable-diffusion-webui>.

Escola de Turismo Curitiba. (n.d.). Acesso em 25 de out., 2023, em: <https://escoladeturismo.curitiba.pr.gov.br>.

Instituto Municipal de Turismo de Curitiba. (n.d.). Acesso em 25 de out., 2023, em: <https://turismo.curitiba.pr.gov.br>.