

O DESIGN APLICADO NO DESENVOLVIMENTO DE UM MAPA/INFOGRÁFICO ILUSTRADO TURÍSTICO DO MUNICÍPIO DE JAGUARUNA/SC

Vítor de Souza Bitencourt¹

Davi Frederico do Amaral Denardi²

Resumo:

O presente estudo tem como objetivo o desenvolvimento de um mapa turístico para o município de Jaguaruna/SC, projeto que busca estimular o turismo local, além de contribuir para a área acadêmica por meio das pesquisas e resultados apresentados. Para o desenvolvimento do mapa foram aplicados de forma conjunta os conceitos de Design de Sinalização e Infografia como propósito de pesquisa, abordando as características, classificações e aplicações em mapas. Neste estudo foi utilizado a metodologia de Löbach (2001) em busca de estabelecer um desenvolvimento organizado e um resultado satisfatório. Para o levantamento de dados necessários, foi colocada em prática a pesquisa qualitativa com o gestor da área de turismo do município. Desta forma, foram elencados os pontos turísticos apresentados no mapa e outras informações relacionadas ao município importantes ao projeto.

Palavras-chave: Design de Sinalização; Infografia; Mapas.

1 INTRODUÇÃO

Jaguaruna é um município situado no litoral sul de Santa Catarina, conhecido como “Cidade das Praias”, por possuir cerca de 37 km de praias divididas em vários balneários. Além delas, possui outros pontos turísticos como lagoas, sítios arqueológicos e o “chuveirão”, um tipo de construção com duchas de água que provém naturalmente de uma lagoa que é visitada com frequência no verão por turistas. O município possui uma necessidade de maior estruturação para receber os visitantes, especialmente no que diz respeito à divulgação desses diversos pontos turísticos, e também uma sinalização adequada para melhor orientar os visitantes.

¹ Graduando em Design Gráfico pela Faculdade Satc. E-mail: vitorsbitencourt@gmail.com

² Mestre em Design e Professor dos cursos de Design Gráfico, Jornalismo e Publicidade e Propaganda da Faculdade SATC. E-mail: davi.denardi@satc.edu.br.

Diante dos fatos, percebe-se a necessidade de um projeto de mapa de sinalização que, de forma atrativa e intuitiva, não apenas auxilie na orientação dos visitantes, mas também divulgue os pontos turísticos, muitas vezes desconhecidos pelos turistas. Desta forma, os mesmos se sentirão instigados a visitar os lugares, gerando movimentação turística no município e também no comércio. Este fluxo influenciaria ainda a questão econômica de Jaguaruna.

O entendimento sobre Design de Sinalização será importante para o projeto, pois a disciplina aborda questões como conforto e necessidades do usuário. De acordo com D'Agostini (2017), o Design de Sinalização aborda estudos de diferentes matérias que auxiliam na formatação das informações de acordo com a necessidade do usuário e a realidade de cada ambiente, assegurando que usuários identifiquem o local à sua volta como um ambiente amigável e acessível, preparado para suprir necessidades de orientação.

Este estudo tem como foco os turistas que visitam o município de Jaguaruna, principalmente no verão, que não conhecem muito bem o território, tão pouco as características e história de cada ponto turístico. Para o desenvolvimento da pesquisa, foi necessário conhecimento sobre Design de Sinalização e infográficos para responder a seguinte problematização: Como o Design, por meio de um mapa/infográfico, pode ajudar na orientação e divulgação dos pontos turísticos no município de Jaguaruna/SC?

A finalidade da inclusão do estudo a respeito de infográficos neste trabalho visa à integração das características de comunicação dessa disciplina dentro de um mapa, visto que tem potencial para contribuir com a transmissão de forma concisa. De acordo com Módolo (2007), a principal característica dessa linguagem é a interatividade entre texto e imagem e a clareza no tratamento da informação.

O objetivo geral deste trabalho é desenvolver o protótipo de um mapa com características infográficas como forma de auxiliar na comunicação turística do município de Jaguaruna. Seus objetivos específicos são: a) fundamentar os conceitos de Design de Sinalização e sua aplicação em um mapa de orientação; b) abordar como a infografia pode integrar um projeto de mapa de orientação e auxiliar na sua comunicação; c) identificar os principais pontos turísticos de Jaguaruna; d) aplicar os conhecimentos pesquisados e dados levantados em um mapa de orientação com a finalidade de orientar turistas.

Para o desenvolvimento do mapa, foi utilizada a metodologia de projeto de Löbach (2001) dividida em quatro etapas a fim de auxiliar nos processos de elaboração do protótipo e visando atingir o resultado satisfatório. Utilizou-se também nesse trabalho uma técnica de entrevista com o Secretário de Turismo do município com a finalidade de compreender informações relacionadas ao turismo de Jaguaruna como caráter essencial para o desenvolvimento do projeto.

O trabalho em questão busca ampliar os conhecimentos do acadêmico, visto que se depara com uma oportunidade de pesquisa e aplicação dos conceitos relacionados ao Design aqui abordados. O estudo também procura contribuir com o meio acadêmico e do Design como profissão, visando o direcionamento da atenção dos designers aos problemas da sociedade local e como estes profissionais podem estar auxiliando nessas questões.

2 DESIGN DE SINALIZAÇÃO

O Design de Sinalização é uma disciplina que se aplica na comunicação e organização entre os usuários, os ambientes, a tecnologia de materiais e processos de fabricação. A área não está relacionada apenas com o Design, pois também pode ser encontrada em outros campos como a Arquitetura e a Engenharia. Esta vertente busca contribuir para a acessibilidade com informações adequadas ao uso dos espaços (D'ADOSTINI, 2017).

Para Velho (2007), sinalizar é indicar informações ao usuário em um determinado lugar e com um propósito definido de orientação. A eficácia da transmissão da informação é fator crucial para um bom projeto de sinalização.

Chamma e Pastorelo (2007) apontam que as principais características do Design de Sinalização são a legibilidade e a veiculação de informações fidedignas que estejam de acordo com a necessidade e esclareçam as dúvidas dos usuários em relação ao espaço.

A relação do conteúdo da mensagem e onde estará localizada a informação no ambiente é um fator importante na sinalização. Pereira *et al.* (2017) afirmam que antes de se projetar é preciso levantar informações importantes sobre o ambiente como a planta-baixa, caminhos de circulação e pontos de decisão para definir quais as informações são necessárias em determinados locais.

Para os usuários não frequentes no local, a sinalização torna-se um mecanismo de auxílio e a “principal missão é tornar a visita do novo usuário confortável, prescindindo da comunicação verbal e da boa vontade de terceiros para informar” (CHAMMA; PASTORELO, 2007, p. 158).

Dentro de um projeto de sinalização pode-se encontrar os suportes que carregam as informações a serem transmitidas ao usuário. De acordo com D’Agostini (2017), um suporte de sinalização tem a função de orientar dentro de um determinado espaço, preparando o usuário para tomar decisões em relação às informações apresentadas. Existem pelo menos oito funções que podem ser atribuídas a um suporte de sinalização: ambientar, demarcar, identificar, instruir, orientar, promover, proteger e regulamentar.

Para a transmissão da mensagem dentro de um sistema de sinalização, é preciso utilizar de diferentes recursos gráficos de acordo com a necessidade. Segundo Velho (2007), na sinalização, são utilizados recursos da linguagem visual como a tipografia, cores, mapas, pictograma e setas.

Todo projeto de sinalização tem como função orientar os usuários, fazendo-os saberem qual caminho pode seguir. Existem algumas formas de orientação até quando não existe nenhum sistema de sinalização e as mais comuns são por bússola ou por pontos cardeais. Porém, quando o usuário está em um local desconhecido é fundamental o auxílio de um mapa de orientação ou cartográfico (SILVA; CARNEIRO, 2012).

Mapas de orientação são uma simplificação do mundo real configurados por meio de cores, traços, imagens e pictogramas e devem ser facilmente interpretados pelos usuários. Os mapas podem ter diferente finalidades e possuir características diferentes como, por exemplo, serem usados como cartas para navegação aérea e marítima, além de tarefas mais simples como é o caso dos mapas turísticos (SILVA; CARNEIRO, 2012).

Dentro de um projeto de sinalização de um determinado local ou espaço, o mapa é chamado de “mapa de sinalização”, sendo um elemento comum em entrada de túneis e estações de metrô, paradas de ônibus, portos e aeroportos. O mapa têm como principais objetivos identificar ao usuário onde ele está localizado no ambiente, comumente constituído por uma flecha ou algum elemento de marcação e acompanhado da frase “você está aqui”. Desta maneira, também informa o usuário o

caminho correto para chegar a um determinado local de sua necessidade. (SILVA; CARNEIRO, 2012)

Figura 1 – Exemplo de mapa de sinalização de um parque aquático aplicada em um painel.



Fonte: <https://goo.gl/fuem5X>

Segundo D'Agostini (2017), um mapa é fundamental para garantir o mínimo de confiança na exploração de um local complexo. O seu desenho deve ser de fácil assimilação e memorização, deve reproduzir - por meio de uma síntese gráfica clara - os elementos essenciais dos locais. Os mapas podem ser planejados em um plano bidimensional ou tridimensional. No plano bidimensional, de certa forma, se reduz o número de informações a serem assimiladas, pois o ambiente é retratado em maior síntese. Já no plano tridimensional, por exemplo, é possível representar a arquitetura de uma construção ou a característica específica de um ponto do mapa. Este facilita a compreensão do usuário e, conseqüentemente, o reconhecimento desses pontos de referência, pois o nível de detalhe é maior (D'AGOSTINI, 2012).

Para que não haja ruídos na comunicação é necessária uma filtragem de informações desnecessárias para que o mapa não fique visualmente carregado, interferindo negativamente na localização dos atrativos (OLIVEIRA, 2007).

Menezes e Fernandes (2008) complementam que o mapa turístico deve responder perguntas essenciais ao visitante, tais como: "Onde estou?"; "Aonde vou?"; "Como vou?" e "Por onde vou?". Essas questões devem ser respondidas de formas simples e diretas ao turista, que normalmente não são especialistas na leitura de mapas. Os elementos e códigos gráficos do mapa turístico, como imagens e

pictogramas também devem ser de fácil assimilação e reconhecimento no ambiente real. Outros requisitos essenciais são noções de escala (distâncias), direção e posicionamento.

3 INFOGRAFIA

O termo “infográfico” vem do inglês *“informational graphics”* que em tradução literal significa “gráficos informativos”. A ferramenta alia texto e imagem com a finalidade de transmitir a mensagem ao leitor de forma atraente com mais dinamismo. A linguagem verbal está a serviço da imagem, por isso, o infográfico tem o principal objetivo de mostrar o fato como ele acontece de forma visual, sendo assim, atingindo um maior número de pessoas (MÓDOLO, 2007).

Segundo Teixeira (2010), um infográfico deve passar a informação em um sentido completo, sempre de forma a facilitar a compreensão do leitor. Sendo assim, nem imagem e nem texto devem se sobressair. Esses dois elementos devem ser estabelecidos de forma harmônica, tornando-se indispensáveis um ao outro. Para Marques (2000, p. 17), “a infografia é utilizada para explicar uma determinada informação de uma forma simplificada e de leitura rápida”.

A infografia tem o papel de expor conteúdos objetivos de acordo com a realidade e com a finalidade de transmitir uma mensagem diferente e única, destacando principalmente o aspecto atrativo, não sendo apenas informativo para o leitor. Desse modo, segundo Silva (2013), a infografia deve ser cativante e simples, com um alto grau de significação e funcionalidade, mas jamais negligenciando o rigor científico.

De acordo com Módolo (2007), a imagem deixa de apenas ilustrar um texto e se mescla à linguagem verbal protagonizando juntos o processo de comunicação. A linguagem visual torna a compreensão do leitor mais rápida, porém para uma informação precisa também é necessário auxílio de textos objetivos e claros e com uma linguagem direta.

Um infográfico deve transmitir a informação de forma sucinta. Cerigatto, Medeiros e Segurado (2010, p. 146) afirmam que:

pictograma serve como apoio; 3) info-mapa – que utilizam técnicas da cartografia, aliado a elementos como pictogramas e textos; 4) infográficos de 1º nível – onde a característica principal é quando os textos são separados dos ícones principais que compõem a ilustração; 5) infográficos de 2º nível – quando o texto se torna parte dinâmica do infográfico, interagindo diretamente com os ícones e, às vezes, sobrepondo; 6) infográficos sequências espaço-temporais; apresentando um evento que o ocorre no tempo, mostrando os vários estágios em um único gráfico; 7) infográficos mistos – que se configuram por a mescla de estilos; 8) megagráficos – quando o infográfico não utiliza da simplificação e economia de espaço, o intuito é acumular o máximo de informação possível.

Figura 3 – Exemplo de um Info-mapa



Fonte: <https://www.cm-agueda.pt/pages/641>

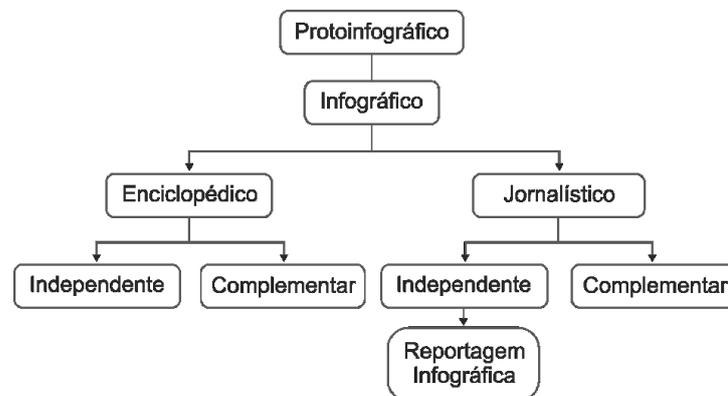
Teixeira (2010) estabelece uma proposta de tipologia que divide os infográficos em dois grandes grupos: enciclopédicos e jornalísticos. O primeiro está centrado em explicações de caráter mais universal e de forma generalista como um infográfico que explica detalhes do funcionamento do corpo humano.

Já os infográficos jornalísticos abordam aspectos mais próximos da singularidade dos fatos, tendo como exemplo um infográfico que explica um acidente de um avião. O fato é único e não poderá ser usado para explicar um outro acidente,

embora possa haver certos elementos dentro do contexto do infográfico de carácter generalista.

Após essa primeira categorização dos infográficos em enciclopédicos e jornalísticos, existem outras subdivisões que são complementares ou independentes. Desse modo, o complementar comumente está vinculado a uma notícia e à reportagem, agindo como um mecanismo para melhor compreensão da informação. O independente, por sua vez, caracteriza-se por não estar acompanhado de nenhuma reportagem ou notícia, entregando um conteúdo completo referente ao tema dentro do próprio infográfico. No grupo dos infográficos jornalísticos independentes, encontram-se os chamados de reportagem infográfica que costumam relatar reportagens com contextualização em profundidade com maior ênfase em aspectos particulares (TEIXEIRA, 2010).

Figura 4 – Organograma: Os dois grandes grupos de infográficos



Fonte: <https://goo.gl/gqRnaA>

Dentre os campos de atuação da infografia, Colle (2004) considera como os principais: manuais de usuário, informes empresariais, infografia pedagógica, infografia científica, infografia publicitária e infografia jornalística.

Existem algumas definições de estrutura infográfica que, segundo Silva (2013), deve ter um começo, meio e fim, além de torna se relevante evidenciar uma imagem principal para instigar a iniciação da leitura, despertar a emoção e valorizar a infografia. Dentro de uma estrutura infográfica, algumas características informacionais são de carácter importante: título – que deve ser sucinto e direto; texto de entrada – uma espécie de apresentação a infografia com informações gerais; indicação de

fontes; assinatura; dar significado a uma informação plena e independente; permitir compreender o conteúdo e que seja auto explicativa, fazendo resumos e complementos de informações escritas (SILVA, 2013).

4 METODOLOGIA DE PESQUISA

Estruturar os métodos de pesquisa é importante para o estudo em questão, pois – por meio disso – é possível determinar como a pesquisa será executada, bem como a forma que os objetivos serão atingidos. Segundo Silva e Menezes (2001), a pesquisa é um conjunto de ações com finalidade de solução de problemas, baseada em procedimentos racionais e sistemáticos.

Do ponto de vista de sua natureza, a pesquisa configura-se de forma aplicada. De acordo com Silva e Menezes (2001), o propósito é gerar conhecimentos que possam ser utilizados com finalidade de solucionar problemas específicos envolvendo os interesses locais.

Em relação à forma de abordagem do problema, a pesquisa é classificada como qualitativa, pois não é utilizado em sua configuração métodos e técnicas estatísticas. De acordo com Silva e Menezes (2001), a interpretação dos fenômenos e a atribuição de significados são procedimentos básicos neste processo de pesquisa. O pesquisador é o instrumento chave, ele é o responsável por analisar os dados de forma dedutiva e individual. O ambiente natural é a fonte clara e direta para coleta de informações e a pesquisa é apresentada de forma descritiva.

Referente aos seus objetivos, é apontada como exploratória. Esse tipo de pesquisa envolve levantamento bibliográfico e documental, entrevistas não padronizadas e estudos de caso. Para Gil (2008), o objetivo principal da pesquisa exploratória é desenvolver, esclarecer e modificar conceitos e ideias. Visa proporcionar maior familiaridade com o problema seguindo o intuito de torná-lo compreensível, ou seja, possível de construir hipóteses.

Quanto aos seus procedimentos técnicos, é utilizado no estudo os tipos de pesquisa bibliográfica, estudo de caso e levantamento. A pesquisa bibliográfica, conforme relata Gil (2008), é elaborada a partir de material já publicado e acessível ao público em geral, por meio de livros e artigos de periódicos encontrados na internet. O procedimento de estudo de caso é pautado com a finalidade de compreender o

objeto de pesquisa de uma forma ampla e detalhada dentro do seu contexto de realidade. Já o processo de levantamento, é utilizado para realizar a entrevista direto com pessoas cujo informações ou comportamentos deseja-se conhecer.

Adiante, na próxima subseção, é apresentada a metodologia projetual aplicada e os relatos de cada etapa.

4.1 METODOLOGIA PROJETUAL

A metodologia utilizada foi a de Löbach (2001) que é dividida em quatro etapas-chave: análise do problema, geração de alternativas, avaliação das alternativas e realização da solução. Segundo o autor, o processo de design pode ser considerado tanto criativo como de solução de problemas, pois a partir do problema existente, reúnem-se informações sobre o mesmo. Estes dados são analisados e relacionados criativamente entre si e, desta forma, criam-se alternativas que são julgadas a partir de critérios determinados. Por fim, desenvolve-se a solução mais apropriada para o problema existente.

Figura 5 – Representação das etapas da metodologia projetual de Lobach.

<i>Processo Criativo</i>	<i>Processo de solução do problema</i>
1. Fase de preparação	Análise do problema
2. Fase de geração	Alternativas do problema
3. Fase de avaliação	Avaliação das alternativas do problema
4. Fase de realização	Realização da solução do problema

Fonte: Do autor com base em Löbach (2001).

A análise corresponde a primeira etapa da metodologia que busca entender o problema. Nesta fase é realizada a coleta de dados, referentes a informações que servirão de base para a construção da solução. Também são estabelecidas as definições do problema e objetivos do projeto.

A segunda etapa consiste na geração de alternativas do problema. Nesta fase são desenvolvidos ideias e conceitos, baseados nas análises realizadas. Como envolve criatividade, Löbach (2001) sugere que as ideias geradas não sofram julgamentos nesse primeiro momento. O intuito é utilizar a técnica de associação livre combinada com a produção de esboços.

Posteriormente, na terceira etapa, aborda-se a avaliação das alternativas. Este é o momento de selecionar a ideia e refiná-la. Para a avaliação das alternativas geradas, é importante que na fase de análise sejam registrados os critérios de aceitação do novo produto, sendo possível a avaliação e a adequação da melhor solução.

Por último, chega-se à etapa de realização da solução do problema, fase que resulta na materialização da alternativa escolhida. Onde deve ser revisada, aperfeiçoada e detalhada. Pode ser específica ou, em muitas das vezes, uma combinação de características encontradas em várias alternativas geradas.

5 DESENVOLVIMENTO DO PROTÓTIPO

A seguir serão apresentados os resultados obtidos, por meio da aplicação da metodologia projetual de Löbach (2001) no desenvolvimento do mapa.

5.1 ANÁLISE DO PROBLEMA

Seguindo a metodologia de Löbach (2001), esta etapa consiste no levantamento de informações pertinentes ao projeto, bem como análise das mesmas. Por fim, serão estipulados os critérios de análise para que, nas etapas seguintes, estes fatores sirvam de auxílio para validação das ideias geradas.

5.1.1 Coleta de informações

Nessa primeira etapa do processo, buscou-se coletar informações essenciais para a construção do mapa. Por este motivo, houve a necessidade da busca de dados sobre a geografia de Jaguaruna, bem como informações relacionadas aos pontos turísticos, suas características, história e localização.

Para a coleta de dados relacionada aos pontos turísticos, foi realizada uma entrevista com o secretário do setor de turismo na prefeitura municipal, no dia 15 de outubro de 2018. O critério de escolha do participante se deu pelo seu fundamental conhecimento das características turísticas do município. Desta forma, foram realizadas as perguntas descritas a seguir, onde buscou-se compreender quais as informações importantes a serem incluídas ao mapa referente ao turismo do município, bem como as características dos mesmos. Foram aplicados os seguintes questionamentos:

- a) Quais os principais pontos turísticos do município?
- b) Quais os pontos turísticos mais visitados?
- c) Qual as características desses pontos e sua história?
- d) Qual a localização desses pontos dentro do mapa geográfico do município?
- e) Qual as características principais do público que visita à cidade?
- f) Existe algum problema para os turistas conseguirem acesso a esses lugares?
- g) Você considera alguns pontos específicos que mereçam uma maior atenção referente à sua divulgação?
- h) Quais os tipos de divulgação desses pontos turísticos que o município já utiliza?
- i) Existe algum material de divulgação ou institucional oficial do município que poderia estar auxiliando nessa coleta de dados?

Também foram coletados materiais impressos da prefeitura, relacionados à geografia territorial do município, estradas e o turismo. O acesso ao portal da prefeitura de Jaguaruna³ na internet para a coleta de informações inerentes ao projeto, no dia 16 de outubro de 2018, foi outro método de pesquisa utilizado.

5.1.2 Análise das informações

³ <https://www.jaguaruna.sc.gov.br/>

Por meio da pesquisa aplicada, pode-se perceber o grande potencial turístico do município e os pontos turísticos que precisavam ser destacados no projeto.

De acordo com as respostas da entrevista com o secretário de turismo, um total de 12 pontos turísticos foram apontados como importantes para figurarem no projeto. São eles: **1)** Chuveirão – Construção com duchas d’água para banho e hidromassagem ao ar livre. **2)** Sambaquis – Antigos santuários indígenas com materiais orgânicos e calcários (de origem marinha). O município possui o maior do mundo, com cerca de 26 metros de altura; **3)** Lagoa do Arroio Corrente – Manancial de abastecimento da cidade e frequentemente visitada por banhistas; **4)** Museu – Carrega principalmente artefatos relacionado aos sambaquis; **5)** Estação Ferroviária – antiga estação construída em 1925; **6)** Canal da Barra do Camacho – Extravasador de águas da bacia do rio Congonhas. Divide o município de Jaguaruna e Laguna, é frequentada por pescadores e banhistas; **7)** Bosque do Campo Bom – Área verde preservada com plantas originárias da Mata Atlântica; **8)** Duna do Morro do Careca – Grande duna de areia com cerca de 80 metros, ideal para a prática do *Sandboard*. **9)** Laje da Jagua – Local onde ocorre enormes ondas em alto mar decorrente de uma formação rochosa submarina. É utilizada para a prática do *Tow-in*, o surf rebocado; **10)** Igreja do Arroio Corrente – Edificação antiga da década de 50; **11)** Igreja Matriz – Paróquia Nossa Senhora das Dores, situada no centro da cidade; **12)** Aeroporto Regional Sul – Projetado para receber aeronaves de grande porte. Possui umas das maiores pistas dos aeroportos brasileiros.

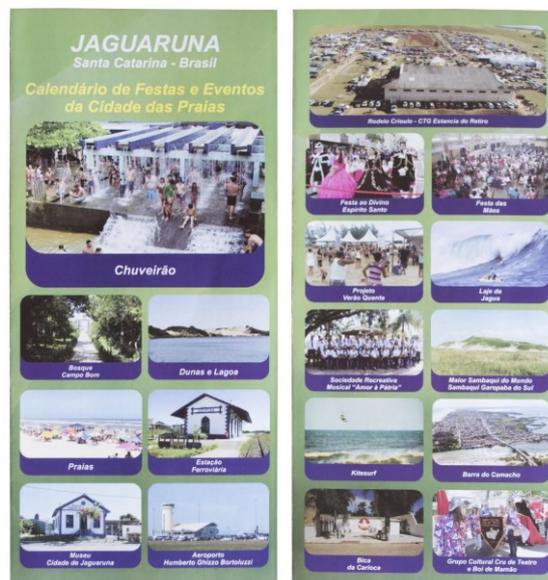
Foram coletados dois materiais impressos no mesmo dia em que foi realizado a entrevista, sendo um folder turístico (Figura 6) e um folder relacionado à festas e eventos da cidade com imagens relacionadas ao turismo (Figura 7).

Figura 6 – Folder turístico do município de Jaguaruna.



Fonte: Prefeitura Municipal de Jaguaruna (2018)

Figura 7 – Folder de festas e eventos do município.



Fonte: Prefeitura Municipal de Jaguaruna (2018)

De acordo com o material impresso coletado na Prefeitura Municipal, foi possível identificar as características do município, de cada ponto turístico e da localização dos mesmos dentro do espaço geográfico. O folder turístico contém imagens dos atrativos turísticos juntamente com textos, explicando brevemente suas características.

Além do material de folder com informações relacionadas ao turismo, ainda na entrevista com o secretário, foi coletado um mapa impresso (Figura 8) com informações relacionadas ao território do município, suas estradas, bairros, balneários e lagoas.

Figura 8 – Mapa do Município de Jaguaruna.

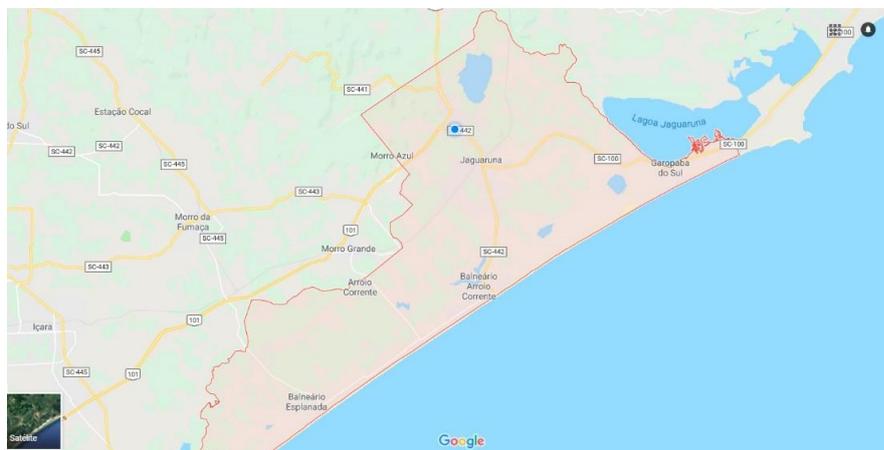


Fonte: Prefeitura Municipal de Jaguaruna (2018)

Houve também uma busca de dados nos meios digitais como o portal do município e na plataforma de mapas do site de pesquisa *Google*⁴. Com a coleta de dados relacionados ao turismo, provenientes do órgão público, e o perímetro territorial demonstrado no serviço de pesquisa, foi possível obter a demarcação exata dos pontos turísticos, das estradas, rodovias e divisões dos bairros e balneários com maior precisão.

⁴ <https://www.google.com.br/maps>

Figura 9 – Demarcação territorial de Jaguaruna proveniente do *Site Google Maps*.



Fonte: Google (2018)

Desta forma, o *site Google Maps* foi importante para obter informações relacionadas ao território, porém o processo de demarcação e localização dos pontos turísticos já havia sido previamente esclarecido com o secretário de turismo. O *site* serviu então como um auxílio.

Também foram detectadas na coleta de dados informações importantes referente ao público turístico do município. Segundo o secretário, o maior público visitante é de cidades vizinhas, porém a cidade recebe também de outros estados e até países. Os turistas do Uruguai são destaque, considerados o maior público de visitantes estrangeiros.

Em relação ao conhecimento e acesso dos visitantes aos pontos turísticos, de acordo com o secretário, não existem problemas sérios de locomoção para chegar aos lugares. Todas as estradas possuem boa infraestrutura e não comprometem o acesso. O ponto turístico “Laje da Jagua” é uma exceção neste caso, pois fica localizado em alto mar, sendo de possível acesso apenas por meio de barcos ou Jet-skis. Em alguns momentos, pelo fato do ponto estar localizado em alto mar e não existir algum tipo de embarcação a disposição, não há possibilidade de visitar esse local, existindo apenas a informação da existência do mesmo.

A atual divulgação turística do município é realizada principalmente por meios digitais (site portal do município e redes sociais) e também por meios analógicos como folders. Porém, de acordo com o secretário, existem pontos ainda pouco

visitados. Um dos fatores que contribuem para esta situação é a falta de conhecimento dos visitantes sobre os atrativos e a localização do espaço turístico dentro do município.

5.1.3 Critérios de aceitação

De acordo com Löbach (2001), na etapa de análise deve-se definir os critérios de aceitação para, posteriormente, serem analisados na etapa de avaliação das alternativas. Desta maneira, é possível escolher a melhor solução dentre as ideias geradas na etapa de alternativas do problema. Os critérios aqui definidos estão atrelados aos conceitos abordados na fundamentação teórica relacionado ao design de sinalização e infografia, sendo classificados como: clareza de informação, linguagem simples e direta (MÓDOLO, 2007), legibilidade (CHAMMA; PASTORELLO, 2007), ser de fácil assimilação, localizar o usuário dentro do espaço e facilitação no deslocamento (MENEZES; FERNANDES, 2008).

5.2 ALTERNATIVAS DO PROBLEMA

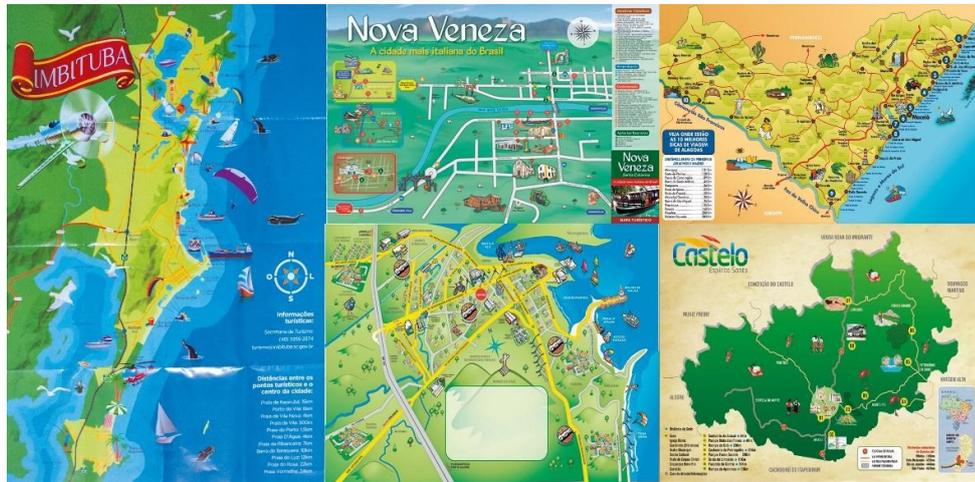
Esta etapa foi utilizada para a geração de ideias, onde também foram coletadas referências criativas para o desenvolvimento do mapa. De acordo com Löbach (2001), nessa etapa a mente deve trabalhar livremente para gerar ideias na maior quantidade possível.

Foram realizadas buscas de referências de mapas turísticos e infográficos e construído dois painéis de referência (Figuras 10 e 11). A pesquisa das imagens utilizadas nos painéis ocorreu por meio do site de busca *Google*⁵ e também pelo *site* de hospedagem de portfólio criativo *Behance*⁶. A ideia da utilização de conceitos relacionados aos infográficos se dá pelo fato de sua linguagem intuitiva, uma vez que, de acordo com Módolo (2007), o infográfico tem o poder de aliar texto e imagem, além transmitir a informação de forma atraente. Desta forma, primeiramente foi realizado o painel semântico atrelado aos mapas turísticos. O intuito é buscar a inspiração e instigar a geração de ideias.

⁵ <https://www.google.com/imghp?hl=pt-pt>

⁶ <https://www.behance.net/>

Figura 10 – Pannel de referência relacionado a mapas turísticos.



Fonte: Google imagens / Behance (2018)

Posteriormente, foi realizado o painel semântico sobre infográfico. A pesquisa foi realizada nos sites citados anteriormente (*Google e Behance*) e teve como intuito buscar infográficos atrelado ao conceito de mapas para relacionar melhor a pesquisa com a realidade do projeto.

Figura 11 – Pannel de referência relacionado à infográficos.

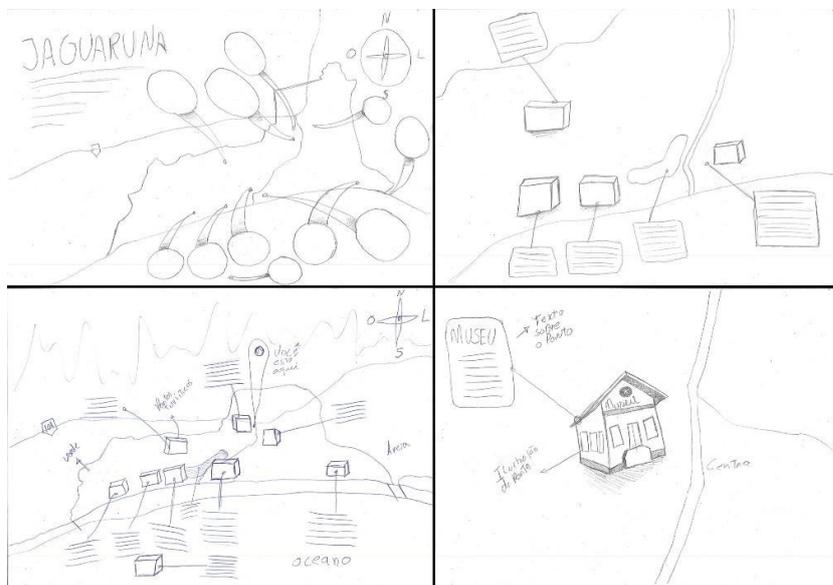


Fonte: Google Imagens / Behance (2018).

Após a realização da pesquisa de referências e construção dos painéis semânticos, iniciou-se a geração dos primeiros esboços. Foram levados em consideração os dados coletados na etapa anterior de análise do problema e os conceitos abordados na fundamentação teórica em relação à Design de Sinalização

e infográficos. Os esboços foram feitos manualmente em papel para justamente tornar o processo livre, prevendo que posteriormente as ideias geradas serão refinadas.

Figura 12 – Esboços com geração de ideias



Fonte: Do autor (2018).

Os esboços realizados tiveram embasamento nos conceitos abordados na fundamentação teórica, como também das referências pesquisadas sobre mapas e infográficos. Portanto, foram realizados testes de como funcionaria a relação de texto e imagem, a disposição dos elementos nas páginas e como seria a apresentação visual dos pontos turísticos.

5.3 AVALIAÇÃO DAS ALTERNATIVAS DO PROBLEMA

Após a etapa de alternativas do problema, chegou-se na etapa de avaliação, que consiste nas definições das características do projeto e na escolha da melhor solução. Em vista disso, foi primeiramente definido o plano visual que o mapa apresentaria. O bidimensional foi escolhido para ser aplicado no terreno, pois segundo D'Agostini (2017) o plano bidimensional auxilia na compreensão, por transmitir as informações em maior síntese. Em relação ao estilo gráfico dos pontos turísticos, foi definido que seriam efetuadas ilustrações com similaridades em relação à imagem real do atrativo em plano tridimensional. De acordo com D'Agostini (2017), esse tipo

de plano auxilia no reconhecimento dos elementos no mundo real, pois o nível de detalhe é maior. Os pontos relacionados a lagoas e rios foi definido que se mantivessem no plano bidimensional, facilitando a sua assimilação dentro desse plano de visão.

Para a apresentação do nome dos pontos turísticos, sua história e características, foram usados conceitos de infográfico (junção de imagem e texto), a fim de tornar a informação de simples e de fácil entendimento. Segundo Módolo (2007), esse tipo de linguagem torna a compreensão do leitor mais rápida, principalmente se aliada a textos objetivos e claros com uma linguagem direta.

O infográfico foi desenvolvido utilizando um título e um texto de entrada, para Silva (2013) esses elementos são de caráter importante em uma infografia. O título deve ser sucinto e direto, já o texto deve ser uma espécie de apresentação com informações gerais. O título “Jaguaruna, Cidade das Praias” foi selecionado para o mapa, pois no material impresso coletado na prefeitura a referência é utilizada para destacar o potencial turístico da cidade. O texto de entrada foi extraído do mesmo material e apresenta informações sobre os pontos turísticos e o município.

Conforme sugere Oliveira (2007) as informações foram resumidas e filtradas. Foram consideradas desnecessárias ruas complementares que não tem ligação direta com os pontos turísticos e informações como diferenças de vegetação e solo. O mapa foi basicamente resumido em áreas de vegetação e de dunas, com exceção de uma área acinzentada demarcando o centro urbano da cidade.

Para ajudar o visitante a melhor se situar dentro do espaço que ele está localizado, foi incluído uma seta indicando a sua atual localização. A seta estaria acompanhada da frase “Você está aqui”, uma linguagem simples e direta para uma rápida assimilação. Esse tipo de indicação é essencial, pois facilita a compreensão do espaço. Menezes e Fernandes (2008) apontam que é importante o mapa responder perguntas ao visitante como onde ele está inserido, onde ele pode ir e como chegar.

De acordo com Löbach (2001) ao final desta etapa de avaliação, o autor sugere que sejam realizados testes avaliativos com pessoas relacionadas ao público-alvo e ao projeto em desenvolvimento, com a finalidade de encontrar problemas antes da realização da solução. Devido ao limite do prazo para desenvolvimento do projeto, esse processo de avaliação não pôde ser realizado, porém pode ser colocado em

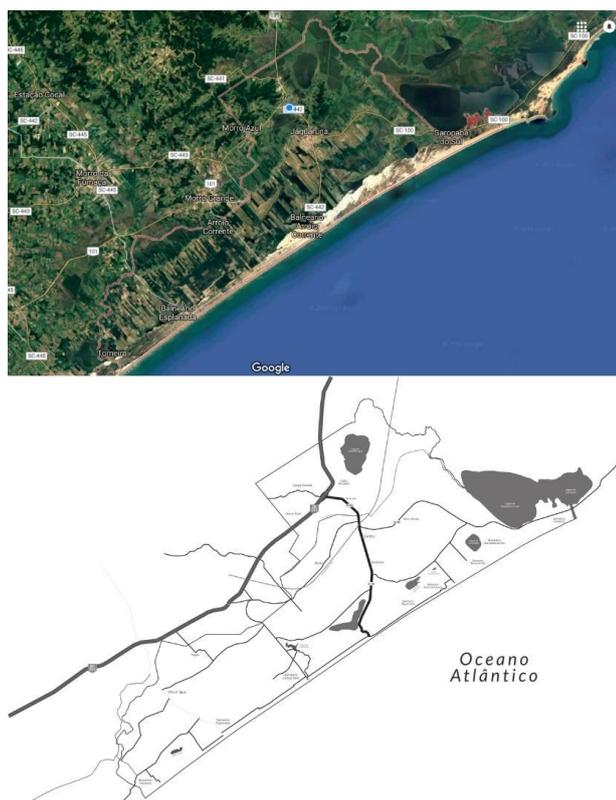
prática após a conclusão, a fim de refinar o resultado de acordo com as necessidades dos usuários.

5.4 REALIZAÇÃO DA SOLUÇÃO DO PROBLEMA

A etapa de realização tem como objetivo a materialização da alternativa escolhida. De acordo com o que foi definido na etapa de avaliação, iniciou-se a construção do protótipo.

Primeiramente foi projetado a base do mapa, ou seja, os limites do município, as rodovias e ruas para acesso aos pontos turísticos, acompanhados de nome, localização de cada bairro e balneários. Localização dos rios e lagoas também estão presentes no projeto. Para realizar a tarefa foram utilizadas como base os mapas e materiais coletados na prefeitura. O mapa base para construção foi coletado no *site Google Maps*. Demais informações auxiliares, como a localização e nome dos bairros foi retirada de materiais impressos coletados na prefeitura e descritos na seção 5.1.

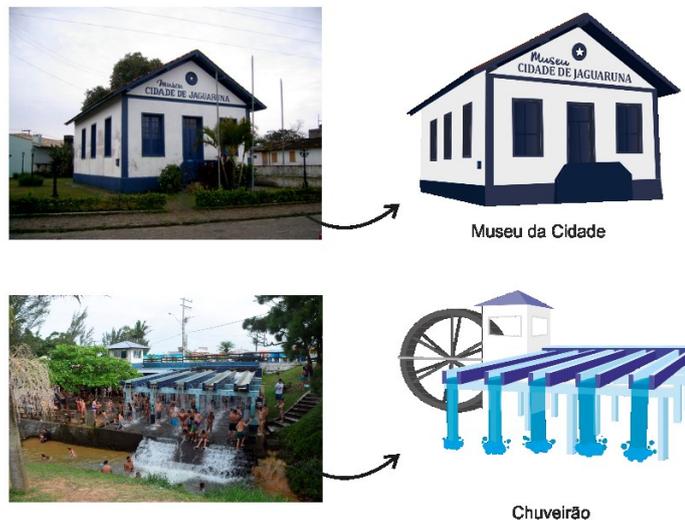
Figura 13 – Construção da base do mapa a partir da referência utilizada.



Fonte: Google Maps (2018) / Do autor (2018)

Balneário Arroio Corrente. Características mais comuns e com ilustrações em um estilo um pouco mais simplificado foram aplicadas nos pontos “Laje da Jagua”, Lagoa do Arroio Corrente e a “Duna do Campo Bom”.

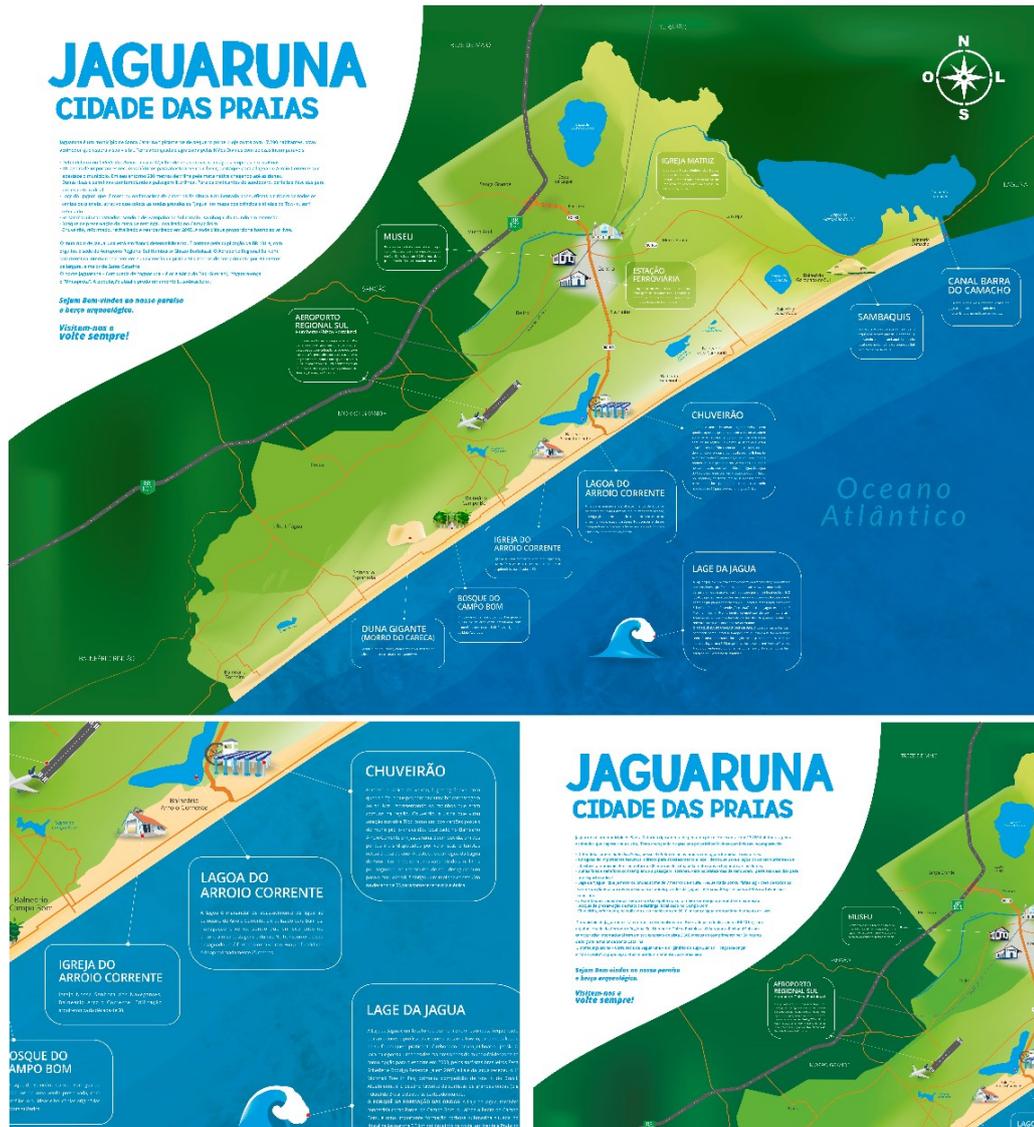
Figura 15 – Ilustração dos atrativos construída a partir de imagens coletadas.



Fonte: Do autor (2018)

A partir da construção das ilustrações dos atrativos turísticos, chegou o momento de incluí-las dentro do mapa, de acordo com a localização, identificada na etapa de análise. Juntamente com a ilustração dos pontos, foram adicionados e diagramados os textos informativos retirados dos materiais coletados na prefeitura e no portal do município na internet. Também foi incluído no mapa o título “Jaguaruna – Cidade das Praias” e um texto de entrada, na parte superior esquerda, indicando o início de leitura do mapa. Neste conteúdo são relatadas algumas das características do município e uma breve passagem sobre os atrativos turísticos. No mapa foi incluída a figura de uma Rosa dos Ventos com indicações referentes aos pontos cardeais (Norte, Sul, Leste, Oeste) para sinalizar o sentido de visualização do mapa e auxiliar na orientação do leitor dentro do espaço.

Figura 16 – Mapa com pontos turísticos e textos.



Fonte: Do autor (2018)

Por último, foi inserido a marcação de localização do suporte onde o mapa estaria localizado, elemento com finalidade de indicar ao visitante onde ele está situado no município. No protótipo em questão essa marcação foi incluída em uma importante localização na entrada principal do município, próxima à BR 101, onde fica o portal de entrada da Cidade e passam grande parte dos visitantes. Porém, essa marcação pode ser realocada conforme o mapa esteja aplicado em outros pontos dentro do município.

Figura 17 – Marcação indicando a localização do mapa dentro do espaço.



Fonte: Do autor (2018)

O protótipo foi desenvolvido em um tamanho 140cm por 100 cm, tamanho esse que é sugerido para aplicação em um totem fixo em um determinado local. Porém, esse tamanho pode ser reajustado conforme a necessidade de uso do projeto e a validação final com a prefeitura, levando em considerações questões de ergonomia visual de textos e imagens.

Uma sugestão importante para o projeto é uma versão do mapa em espanhol, considerando o maior público estrangeiro visitando, que é o Uruguai, informação essa detectada na pesquisa com o secretário.

Com o protótipo então finalizado, a fase seguinte seria de pesquisa e validação da proposta, porém, devido ao limite de tempo para execução do projeto, não foi possível realizar essa tarefa. No entanto, fica a possibilidade de uso do projeto pela prefeitura municipal, cabendo analisar eventuais alterações e correções dentro do projeto apresentado.

6 CONSIDERAÇÕES FINAIS

O presente estudo apresentou a importância do Design de Sinalização, como ele pode facilitar na orientação e locomoção de pessoas dentro de um

determinado espaço e proporcionar ao indivíduo uma melhor experiência como, por exemplo, uma atividade de visita à um local desconhecido.

Dentro de uma proposta de sinalização, os mapas se mostram como uma forma de auxiliar um visitante dentro de um local complexo. Estes são capazes de responder perguntas essenciais de orientação, ambientar o usuário dentro do espaço e apresentar de forma visual o local em volta, as possibilidades de destino, bem como o deslocamento mais adequado para chegar a um determinado ponto.

Em relação aos estudos feitos sobre infografia, foi possível perceber o potencial comunicativo dessa ferramenta e como ela pode contribuir na transmissão de informação. Um conteúdo, por vezes complexo, torna-se algo de fácil e rápida assimilação por parte do usuário, transformando a informação em algo mais acessível e intuitivo.

Para objetivo geral deste projeto foi desenvolver um protótipo de mapa de sinalização com características infográficas para auxiliar na comunicação turística do município. Na conclusão do desenvolvimento do protótipo esse objetivo foi alcançado. O mapa desenvolvido busca atender aos critérios técnicos levantados na etapa de fundamentação, bem como o resultado da pesquisa qualitativa realizada com o secretário de turismo. Mas, para obter respostas sobre os benefícios deste projeto na comunicação turística do município, é necessário uma futura aplicação do mapa para validação da solução. Esta ação fica a critério da prefeitura do município.

Antes do objetivo geral, foi necessário atingir os objetivos específicos do projeto, onde foi aplicada a fundamentação dos conceitos de Design de Sinalização e de infografia. Seguindo esta linha, durante a especificação do tema infografia, elementos do conceito foram abordados e aplicados para desenvolver um projeto atrativo e de fácil interpretação. O terceiro objetivo foi atingido em seguida com o levantamento dos dados turísticos em relação ao município. Nesta etapa foi realizado a pesquisa de caráter qualitativa com o secretário de turismo. O último objetivo específico consistiu em aplicar os conhecimentos adquiridos nas etapas de fundamentação e pesquisa qualitativa no projeto do mapa, onde houve o desenvolvimento e conclusão do mesmo com auxílio da metodologia projetual de Löbach (2001).

Como sugestão para trabalhos futuros, recomenda-se um projeto também de sinalização relacionado a placas ao decorrer das estradas do município. Ação que

pode ser desenvolvida como forma de reforçar ainda mais a divulgação dos pontos turísticos, bem como a orientação dos visitantes a chegar em determinado ponto do município de Jaguaruna.

REFERÊNCIAS

CERIGATTO, Mariana Pícaro; MEDEIROS, Mirela Francelina; SEGURADO, Valquíria. **Infografia e educação a distância**. Congresso Iberoamericano de Informática Educativa Jaime Sánchez, Editor Santiago, Chile, 2010.

Colle, Raymond, 2004: TITULO DEL ARTICULO. **Revista Latina de Comunicación Social**, 58. Recuperado el x de xxxx de 200x de: http://www.ull.es/publicaciones/latina/latina_art660.pdf

CHAMMA, Norberto; PASTORELO, Pedro Dominguez. **Marcas & Sinalização: práticas em design corporativo**. – São Paulo : Editora Senac São Paulo, 2007.

D'AGOSTINI, Douglas. **Design de Sinalização**. – São Paulo: Blucher, 2017. 368p.: il. Color.

FERNANDES, Fabiane R. **Design de informação: base para a disciplina no curso de Design / Fabiane Rodrigues Fernandes** – 2ª Ed. – Rio Claro: FRF Produções, 2015.

FERNANDES, Manoel do Couto; MENEZES, Paulo Márcio Leal; SILVA, Marcus Vinicius Loureiro Carvalho. **CARTOGRAFIA E TURISMO: DISCUSSÃO DE CONCEITOS APLICADOS ÀS NECESSIDADES DA CARTOGRAFIA TURÍSTICA**. Universidade Federal do Rio de Janeiro - UFRJ, Rio de Janeiro, 2008.

GIL, Antonio Carlos. **Métodos e técnicas de pesquisa social**. – 6. Ed. – São Paulo: Atlas, 2008.

LÖBACH, Bernd. **Design Industrial: Bases para a configuração dos produtos industriais**. Tradução de Freddy Van Camp. São Paulo: Blucher, 2001.

MARQUES, Ana Sofia Mendes. **Infografia – Uma Aplicação num Portal Vitivinícola**. 2008. Dissertação (Mestrado) - Licenciada em Jornalismo e Ciências da Comunicação, vertente Comunicação Multimédia Faculdade de Letras da universidade do Porto, 2008.

MENEZES, Paulo Márcio Leal; FERNANDES, Manoel do Couto. **Cartografia Turística: Novos conceitos e antigas concepções ou antigos conceitos e novas concepções**. IGEO - Dep Geografia — Laboratório de Cartografia (GeoCart), Rio de

Janeiro, 2008. Disponível em:
www.ligiatavares.com/gerencia/uploads/arquivos/8d0501cb414b2e62687c91ae52e91f4a.pdf

MÓDOLO, Cristiane Machado. **Infográficos: características, conceitos e princípios básicos**. In. XII Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação da Região Sudeste, Juiz de Fora. 2007. Disponível em:
<http://www.intercom.org.br/papers/regionais/sudeste2007/resumos/R0586-1.pdf>.

PEREIRA, Luciana Mendonça Dinoá. *Et al.* **Projeto e implementação de um sistema de sinalização para o instituto federal da paraíba**. 16º Ergodesign – Congresso Internacional de Ergonomia e Usabilidade de Interfaces Humano Tecnológico: Produto, Informações, Ambientes Construídos e Transporte, Santa Catarina, 2017. Disponível em:
<http://pdf.blucher.com.br.s3-sa-east-1.amazonaws.com/designproceedings/16ergodesign/0121.pdf>

OLIVEIRA, Ivanilton José. **Cartografia Turística para a fruição do patrimônio natural da Chapada dos Veadeiros (GO)**. Tese apresentada ao Departamento de Geografia da FFLCH/USP, para obtenção do título de Doutor em Geografia, São Paulo, 2007.

SILVA, Daniel Carneiro; CARNEIRO, Gustavo Tenório. **Posicionamento de mapas de sinalização para pedestres e clientes de shopping centers**. IV Simpósio Brasileiro de Ciências Geodésicas e Tecnologias da Geoinformação, Pernambuco, 2012. Disponível em:

SILVA, Edna Lúcia da e MENEZES, Estera Muszkat. **Metodologia da Pesquisa e Elaboração de Dissertação**. 3a edição revisada e atualizada. Universidade Federal de Santa Catarina. Programa de Pós-Graduação em Engenharia de Produção. Laboratório de Ensino a Distância. 2001.

SILVA, Ana Margarida da Luz. **O poder comunicativo da infografia: Patrimônio de Porto Alegre**. Dissertação (Mestrado) em Design Gráfico - Instituto Politécnico de Castelo Branco / Escola Superior de Arte Aplicadas, Porto Alegre, 2013.

TEIXEIRA, Tattiana. **Infografia e jornalismo: conceitos, análises e perspectivas / Tattiana Teixeira** ; prefácio Luiz Iria. – Salvador : EDUFBA, 2010. 120p.

VELHO, Ana Lucia de Oliveira Leite . **O design de sinalização no Brasil: a introdução de novos conceitos de 1970 a 2000**. – 2007. 184 f. : il. ; 30 cm
Dissertação (Mestrado em Artes e Design) – Pontifícia Universidade Católica do Rio de Janeiro, Rio de Janeiro, 2007.