



PROJETAR - 2015

Originalidade, criatividade e inovação no projeto contemporâneo:
ensino, pesquisa e prática. Natal, 30 de setembro a 02 de outubro.

Wayfinding e a experiência do usuário nas cidades históricas com atividade turística no sul do Brasil

Wayfinding and the user experience in historic towns with tourist activity in southern Brazil

Wayfinding y la experiencia del usuario en ciudades históricas con la actividad turística en el sur de Brasil

Moana Bellotti

Mestranda do Programa de Pós Graduação em Arquitetura e Urbanismo da Universidade Federal de Pelotas, moanabellotti@hotmail.com.br

Adriana Araujo Portella

Professora Doutora do Programa de Pós Graduação em Arquitetura e Urbanismo da Universidade Federal de Pelotas, adrianaportella@yahoo.com.br

RESUMO

A falta de legibilidade nas cidades e orientação do pedestre em cidades históricas prejudica, não somente as atividades turísticas, como o significado representativo das regiões para os viajantes. A problemática da pesquisa concentra-se na desvalorização dos sistemas de *wayfinding* e na implantação de placas ou aparatos isolados que não funcionam dentro de um sistema eficiente de orientação para o usuário nas cidades do sul do Brasil, onde, na maioria das vezes, se leva em conta essencialmente critérios financeiros sem considerar a identidade da cidade e a percepção dos usuários. O estudo tem como objetivo analisar a atual situação da sinalização nas cidades históricas de médio porte do Rio Grande do Sul, com enfoque no estudo de caso investigado.

PALAVRAS-CHAVE: *wayfinding*, cidades históricas, percepção ambiental.

ABSTRACT

The lack of legitimacy in the cities and the pedestrians orientation in the historical cities , harm , not only the tourism , but also the representative meaning of the region for the travelers. The matter of This paper concentrates in the devaluation of wayfinding system in the implantation of signs and isolated appliances that do not work in a efficient system of orientation for the users in cities of the south of Brazil. Ejet, in most of the time, the financial return is more important than the perception of the users. The goal of This research ia tomar analyze the signs in the historical, median size cities of Rio Grand Do Sul , with emphasis in the investigative study.

KEY WORD: *wayfindings*, *historical cities* , *enviromental perception*.

RESUMEN

La falta de claridad en la ciudades y peatonal orientación en las ciudades históricas perjudica no sólo las actividades turísticas tales como el significado de regiones representativas para los viajeros. El tema de la



PROJETAR - 2015

Originalidade, criatividade e inovação no projeto contemporâneo:
ensino, pesquisa e prática. Natal, 30 de setembro a 02 de outubro.

investigación se centra en la devaluación de sistemas de señalización y la aplicación de placas o dispositivos aislados que no funcionan dentro de un sistema eficiente para guiar al usuario en las ciudades del sur de Brasil, donde, con mayor frecuencia, se necesita cuenta criterios esencialmente financieros sin tener en cuenta la identidad de la ciudad y de la percepción de los usuarios. El estudio tiene como objetivo analizar la situación actual de la señalización de las ciudades históricas medianas de Rio Grande do Sul, centrándose en el estudio de un caso investigado.

PALABRAS-CLAVE: *wayfinding, ciudades históricas, la percepción del medio ambiente.*

INTRODUÇÃO

Adotado no final da década de 70, o *wayfinding* demonstra um novo tratamento para compreender o fluxo das pessoas e sua familiaridade com a cidade.

A evolução e o crescimento das cidades, a variedade de rotas de transportes, as relações de comércio e comunicação convertem os sistemas de sinalização essenciais para o entendimento e bem estar no ambiente urbano. A partir disso, a sinalização torna-se parte do ambiente, deixando de ser somente a utilização de informações soltas.

No presente texto, a problemática concentra-se na desvalorização dos sistemas de sinalização e na implantação de peças isoladas que não funcionam dentro de um sistema eficiente nas cidades do sul do Brasil com atividades turísticas, onde não se consideram os efeitos desse tipo de prática sob o significado simbólico da região para os usuários e prejudica o *wayfinding*.

O WAYFINDING

Cardoso, Scherer, Teixeira, Silva e Silva (2012) fazem uma abordagem aos conceitos de: sinalização, baseado no trabalho de Crosby, Fletcher e Forbes, (1970), Folis e Hammer (1979), Smitshuijzen (2007) e Uebele (2007); *señalética*, baseado em Costa (2009); *wayfinding*, baseado em Lynch (1997), Arthur e Passani (1992), Berger (2005), Calori (2007) e Gibson (2009); e design gráfico ambiental, baseado, por sua vez, em Hunt (2003) e Velho (2007). Os conceitos são os seguintes:

sinalização: processo de veiculação de informações. É o princípio de marcar ou sinalizar algo. Transmite informação mediante uma disposição adequada de sinais regulamentando o fluxo de pessoas e veículos, preferencialmente antecipando a demanda. Produto de design utilizado para orientar, informar e guiar os usuários;



PROJETAR - 2015

Originalidade, criatividade e inovação no projeto contemporâneo:
ensino, pesquisa e prática. Natal, 30 de setembro a 02 de outubro.

señalética: sua finalidade é a informação imediata e inequívoca direcionada a reação à mensagem. Não impõe a atenção, não provoca impacto e nem recorre a atenção estética;

wayfinding: voltado ao movimento orientado, utiliza-se da aplicação dos recursos da sinalização para orientar e auxiliar os usuários a chegarem em determinado destino com segurança, tornando a experiência dos mesmos agradável;

design gráfico ambiental: campo multidisciplinar que inclui o design gráfico, design de produto, arquitetura e paisagismo. Abrange questões de identidade, sinalização e *wayfinding* em um determinado ambiente.

Historicamente, verifica-se que o termo *wayfinding* é a derivação de expressões antigas relacionadas à mobilidade e ao deslocamento. A expressão *wayfarer* já é encontrada no ano 1440 como forma de nomear os andarilhos, o termo *wayfaring* existe na língua inglesa desde o século XVI com o significado de viajar e transitar pela cidade. (cf. VELHO, 2007)

A primeira aparição do termo *way-finding* ocorreu no livro “*The Image of the City*”, de Kevin Lynch (1959 pág. 3). Segundo o autor, “a imagem do ambiente é a representação mental genérica do mundo externo que cada indivíduo tenta formar”. Percebe-se, nessa definição, que são evidenciados os processos cognitivos e perceptivos considerados importantes no processo de tomada de decisão, em se tratando de localização.

A expressão se concretiza no livro “*Wayfinding: People, Signs and Architecture*” de Paul Arthur e Romedi Passini, onde a definição do termo é descrita como o “modo pelo qual os usuários chegam a um destino, situam-se no espaço, englobando processos perceptuais, cognitivos e comportamentais envolvidos no alcance do destino”.

Não saber onde se está e como chegar até onde se pretende ir é frustrante e estressante, resultando em efeitos físicos e psicológicos negativos (CARPMAN, GRANT, apud SPINILLO, CARLA, data). Down e Stea (apud SATALICH, 1995) apresentam uma divisão de etapas em um processo de orientação completo a partir da ótica do usuário, que são:

orientação: percepção da relação de pontos de referências próximos ao local de destino;

decisão de rota: escolha da rota que leve ao destino pretendido;



PROJETAR - 2015

Originalidade, criatividade e inovação no projeto contemporâneo:
ensino, pesquisa e prática. Natal, 30 de setembro a 02 de outubro.

monitoramento de rota: verificação da rota escolhida para certificar-se que se está no caminho certo;

reconhecimento de destino: reconhecimento do local de destino.

Para que o usuário encontre seu destino de forma segura e eficiente é necessário tomar a decisão, executar a decisão e processar a decisão, porém, dependendo das características do ambiente, seja ele urbano ou edificado, os processos perceptivos podem se realizar de formas mais ou menos claras e objetivas. As formas de sinalizar, a consideração dos possíveis trajetos eleitos pelo usuário e suas diferentes compreensões do ambiente urbano, e a reiteração da informação são ferramentas determinantes para o sucesso de um sistema de *wayfinding*.

OS EFEITOS E A INFLUÊNCIA DO WAYFINDING

No Livro da Psicologia (2012, pág 73), Edward Tolman afirma que “só percebemos ter o conhecimento dos pontos de referência que aprendemos durante o nosso cotidiano quando precisamos achar algum local no meio de algum trajeto”. Se você está gastando seu tempo à procura de pontos de referência, pensando sobre onde ir, verificando que você não perdeu a sua vez, em seguida, o seu tempo é improdutivo deixando pouco espaço para a eleição, a observação, e tendo interesse em atrações - por ter sido "envolvido" com o lugar ao invés de apenas ter que navegar nele. (cf. FENDLEY, 2009)

A experiência negativa com relação a caminhos, legibilidade, informações contraditórias e orientação como um todo, implicam em impactos para o usuário como frustração e estresse, o que prejudica o significado representativo dessas regiões, conforme ARTHUR E PASSINI (1992).

Segundo os autores, a colocação de sinalização como alternativa no *wayfinding* foi uma estratégia universalmente reconhecida, porém, se essa alternativa não for bem formulada pode confundir ainda mais o usuário e fazê-lo se sentir mais perdido. Para eles, muitas vezes os sinais estão muito pequenos com fontes reduzidas ou com fontes grandes o suficientes porém, com informações ou sinais sem sentido, que podem estar escondidos e as pessoas não conseguem enxergá-los ou acreditam que as informações não são confiáveis e preferem fazer perguntas para pedestres ao redor.

A forma de como uma informação é propagada, adquirida e decifrada é imprescindível para uma sinalização eficiente pois o homem recebe os sinais, decifra no cérebro e pratica a ação. Por meio de



PROJETAR - 2015

Originalidade, criatividade e inovação no projeto contemporâneo:
ensino, pesquisa e prática. Natal, 30 de setembro a 02 de outubro.

sistemas sensório-perceptivos identifica, diferencia e compreende informações. Através dos processos cognitivos toma decisões de acordo com estratégias estabelecidas. (VELHO, 2007)

OS DISPOSITIVOS DE SINALIZAÇÃO

O homem difere-se dos animais pelo uso de signos, os outros animais reagem a certos estímulos como sinal de outros, mas tais signos não chegam ao nível de complexidade e elaboração que se encontram na fala, na escrita, na arte e nos instrumentos de sinalização humano. A ciência e os sinais estão interligados pois a ciência põe o homem em contato com os signos seguros, mas também incorpora seus resultados em sistemas de signos. (MORRIS, 1938)

No início dos anos 1910, na Universidade de Frankfurt, psicólogos alemães desenvolveram teorias sobre a percepção as quais foram nomeadas de “Teoria da Gestalt” que pressupõe a percepção como uma relação entre as partes possuindo significado próprio. De acordo com a Teoria da Gestalt quando olhamos uma imagem qualquer, o cérebro tende a organizá-la, dando-lhe um significado a partir das suas características visuais como a forma, a proporção, a localização e as interações entre seus elementos. (VELHO, 2007)

Arthur e Passini (1992) afirmam existirem diferentes tipos de sinalização que colaboram para o usuário tomar a decisão de rota, executar a rota e concluí-la, são elas:

de orientação: para o momento de decisão de rota. (mapas, plantas, vistas explodidas, tudo em que se consegue visualizar as zonas, diretórios de pavimentos, etc..);

de direção: para o momento de decisão e execução de rota. (setas, linhas coloridas direcionando zonas);

identificação de destino: para finalizar a rota. (sinalização com identificação de ambiente e pictogramas).

A clareza e as maneiras mais racionais e objetivas de transmitir mensagens se tornaram indispensáveis e as diversas áreas de estudo que atuam com comunicação tem aderido o campo do design de informação como recurso fundamental em seus projetos (O’GRADY; O’GRADY, 2008).



PROJETAR - 2015

Originalidade, criatividade e inovação no projeto contemporâneo:
ensino, pesquisa e prática. Natal, 30 de setembro a 02 de outubro.

O DESIGN DE INFORMAÇÃO

Segundo a Sociedade Brasileira de Design da Informação, o Design da Informação consiste em uma área do design gráfico que objetiva equacionar os aspectos sintáticos, semânticos e pragmáticos que envolvem os sistemas de informação através da contextualização, planejamento, produção e interface gráfica da informação junto ao seu público alvo e seu princípio básico é otimizar o processo de aquisição da informação efetivado nos sistemas de comunicação analógico e digitais.

Uma definição altamente difundida no meio acadêmico vem da Society for Technical Communication's (STC) – Grupo de pesquisa específico em design da informação – descreve a disciplina como “[...] a tradução da complexidade, desorganização, ou desestruturação de dados de informação com significado”. (REISSER, 2013)

Segundo a *Society for Environmental Graphic Design* - SEGD (Sociedade de Design Gráfico Ambiental) dos Estados Unidos, dentro dos sistemas gráficos para ambientes, o processo de sinalização pode ser definido como o planejamento, projeto e especificação de elementos gráficos no ambiente construído ou natural e estes elementos são usados para comunicar informações específicas em sistemas de identificação, informação, direção, interpretação, orientação, regulamentação e ambientação. (CARDOSO, SCHERER, TEIXEIRA, SILVA, SILVA, 2012)

A informação deve localizar-se e ser transmitida da maneira mais intuitiva possível. Um sistema de design informacional deve ser transparente uma vez que “os usuários não querem pensar, eles querem simplesmente entender”. (O’GRADY; O’GRADY, 2008)

WAYFINDING EM CIDADES HISTÓRICAS

Centros históricos possuem um grande potencial para estudos na área do *wayfinding*, pois além de serem uma parte integrante da cidade, esses locais possuem turistas e moradores da cidade, com diversos níveis de familiaridade e variedade de funções no espaço.

Nas cidades históricas do Rio Grande do Sul percebe-se a desvalorização do sistema integrado de *wayfinding*, o contrário de cidades como Rio de Janeiro e Curitiba.

O ESTUDO DE CASO

A cidade de Pelotas além de ser a terceira cidade mais populosa do Estado do Rio Grande do Sul segundo o IBGE, conta com seis instituições de ensino superior: Universidade Federal de Pelotas (UFPel), Universidade Católica de Pelotas (UCPel), Universidade Norte do Paraná (UNOPAR), Instituto Educacional Dimensão, Faculdades Anhanguera, Instituto Federal Sul-Rio-Grandense (IFSUL) e Faculdade de Tecnologia Senac-RS. Também possui três grandes escolas técnicas: Escola Técnica Estadual João XXIII, Escola Técnica Estadual Professora Sylvia Mello e o Instituto Federal Sul-Rio-Grandense Campus Visconde da Graça, vinculado ao IFSUL. Isso demonstra a tradição acadêmica no município o que conseqüentemente acarreta na chegada de novos moradores que encaram obstáculos ao se localizarem em meio a diversos prédios de faculdades constituindo um problema efetivo que prejudica a adequação dessas pessoas com a cidade.

Essa característica da cidade foi acentuada pelo governo federal como o Programa Universidade Para Todos (ProUni) e Reestruturação e Expansão das Universidades Federais (Reuni). Desta forma, o trânsito da população itinerante é habitual no município.

Além disso, a cidade foi contemplada em 2013 pelas verbas do PAC Turismo, o qual tem como objetivo inserir as cidades históricas nos roteiros turísticos nacionais. Isso alavancou a exploração do potencial turístico da cidade pela Prefeitura Municipal, que investiu em iniciativas que contribuíssem para a informação dos turistas, como a implantação de totens informativos com mapas gerais no Mercado Público Municipal (Figura 01), no Parque da Baronesa e na Praia do Laranjal. Porém, essas peças apresentam em sua maior parte informações sobre o lugar onde se está e suas proximidades e não as possíveis rotas a serem tomadas, o que evidencia a carência de iniciativas que contribuam no sentido de orientação espacial e trajeto para esse público.

Sendo assim, o transitar de todas essas pessoas, as dificuldades de localização, de informações para tomada de decisões são fatores em que há pouco enfoque, investimento e manutenção, e ao mesmo tempo influenciam no bem estar do usuário no ambiente urbano.

Figura 01: Totem no Mercado Público Municipal de Pelotas sem as opções de rotas possíveis a serem tomadas, já sofrendo pela deterioração.



Fonte: Autora

Isto posto, é evidenciada a necessidade de estudos que possam colaborar com medidas que facilitem a mobilidade urbana na cidade de Pelotas. Tal situação confirma-se com o fato de que o conhecimento e aprofundamento dos estudos de *wayfinding* no Brasil ainda é muito restrito. Obter informações, constatar dificuldades e potenciais da cidade relacionados com o tema e difundir o assunto ainda pouco abordado são incentivos para a realização desta pesquisa.

Além disso, o traçado da cidade torna-se um bom exemplo a ser inicialmente analisado, pois possui na malha reticulada uma forma simples para interpretação do *wayfinding* onde evidencia as maiores necessidades instantâneas de informações e partes integrantes para o sistema.

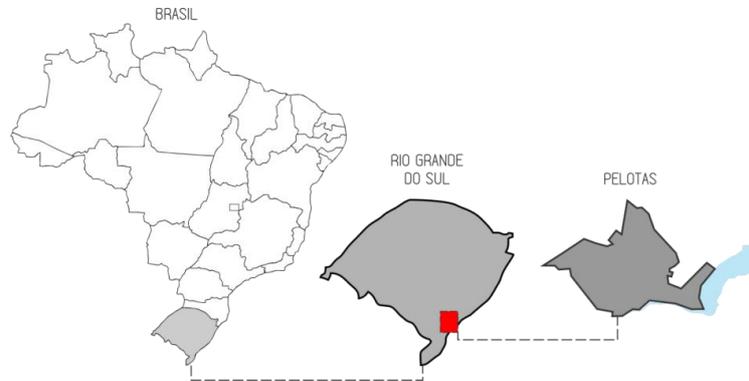
Sendo assim, foi definida a cidade de Pelotas para estudo de caso, pelos critérios citados acima. (Figura 02, 03 e 04)



PROJETAR - 2015

Originalidade, criatividade e inovação no projeto contemporâneo:
ensino, pesquisa e prática. Natal, 30 de setembro a 02 de outubro.

Figura 02: Localização do Município de Pelotas



Fonte: Autora

Figura 03: Prédio do Centro Histórico pertencente a Universidade Federal de Pelotas



Fonte: Autora

Figura 04: Prédio do Centro Histórico pertencente a Universidade Federal de Pelotas



Fonte: Autora

VISÃO CRÍTICA

Segundo a Centro de Design Inclusivo e Acesso Ambiental de Buffalo nos Estados Unidos, os melhores projetos de *wayfinding* mudam ao longo do tempo em que os edifícios são expandidos ou restaurados, fornecem informações de maneira a serem facilmente atualizados, proporcionam ao usuário um ambiente ordenado e possuem uma “clara possibilidade de escolha e de pontos de partida para aquisição de novas informações”, além disso, facultam ao usuário uma clara varredura visual dos locais ou edifícios a fim de dar-lhes um sentido de sua relação com o entorno e utiliza o projeto para reforçar um significado social existente, não para negá-lo (cf. LYNCH, 1960) e organizam a informação de forma consciente e hierárquica para fornecer pistas nos ponto de decisões-chave. (VANDERKLIPP apud IDEA, 2010).

Visto que o estudo encontra-se em fase inicial, ao analisar o centro histórico da cidade de Pelotas percebemos a desordem e a falta de informações, tanto de forma consciente quanto hierárquica. Fica evidente a problemática de orientação espacial nos ambientes do centro histórico e do sistema de *wayfinding* como um todo.

Na fase atual de metodologia estão sendo aplicados mapas mentais com a população local e itinerante com o propósito de identificar os pontos os quais o usuário mais identificam como marcantes na cidade, para, após, mapear as áreas mais lembradas como potenciais para parte integrante de um sistema de *wayfinding* eficiente.

O descarte da devida importância para um sistema de sinalização e padronização da identidade da cidade demonstra a necessidade da implantação de sistemas padronizados para identificação de prédios e direcionamento de pessoas, a fim de evitar os impactos que esses problemas geram no significado simbólico da cidade para seus usuários e reproduzir uma uniformidade visual.

Ademais, todos os prédios históricos deveriam estar adequados dentro desse sistema padronizado, de maneira a serem incluídos, com suas fachadas respeitadas, valorizando historicamente a edificação.

BIBLIOGRAFIA

ARTHUR, Paul; PASSINI, Romedi. **Wayfinding: People, Signs, and Architecture**. New York: McGraw-Hill, 1992. 238p.

DESIGN CULTURE. Design para melhorar as cidades #2, 28 de janeiro de 2014. Disponível em: <http://www.designculture.com.br> – Acessado em: 20 de outubro de 2014 às 22:00.

GIBSON, David. **The Wayfinding Handbook**. Nova York: Princeton. Architecture Press, 2009.

LYNCH, Kevin. **The Image of the City**. Massachusetts: The M.I.T. Press, 1960. 194p.

O'GRADY, J.V & O'GRADY, K.V. **The Information Design Handbook**. Cincinnati: How Books, 2008.

Prefeitura de Pelotas. Pelotas é contemplada com o PAC Turismo, 09 de agosto de 2013. Disponível em: <http://www.pelotas.rs.gov.br/noticias/detalhe.php?codnoticia=34844> – Acessado em: 05 de outubro de 2014 às 15:00.

REISSER, Antonio. **Proposta de um Ciclomapa para a Cidade de Pelotas**. 2013. Trabalho de Conclusão de Curso (Graduação em Design Gráfico) - Universidade Federal de Pelotas.

SATALICH, Glenna. **Navigation and Wayfinding in Virtual Reality: Finding the Proper Tools and Cues to Enhance Navigation Awareness**. Dissertação (Mestrado em Ciência da Engenharia) – University of Washington, Washington, 1995.

VELHO, Ana Lúcia O.L. **O design da Sinalização no Brasil: A Introdução de Novos Conceitos de 1970 a 2000**. Dissertação (Mestrado em Artes e Design) – Pontifícia Universidade Católica do Rio de Janeiro, Rio de Janeiro, 2007.

ZERO HORA. Estrutura das universidades faz de Pelotas um pólo de ensino na Região Sul, 05 de junho de 2014. Disponível em: <http://zh.clicrbs.com.br/rs/noticias/noticia/2012/07/estrutura-das-universidades-faz-de-pelotas-um-polo-de-ensino-na-regiao-sul8-312969.html> – Acessado em: 14 de outubro de 2014 às 13:00.

IBGE. Disponível em: <http://www.ibge.gov.br/estadosat/perfil.php?lang=&sigla=rs> – Acessado em: 15 de outubro de 2014 às 16:00.