

SIGN SYSTEMS FOR TOURISTIC INFORMATION: DESIGN AND METHOD

NEVES. João, SILVA. Fernando
CIAUD – Research Centre in Architecture, Urban Planning and Design,
TU Lisbon,
Lisbon, 1349-055, PORTUGAL
joaoneves.tag@gmail.com

1. INTRODUÇÃO

A maior mobilidade de indivíduos procedentes das mais diversas regiões e continentes é despoletada com o desenvolvimento da rede ferroviária, o surgimento do automóvel e o incremento verificado nos fluxos aéreos, aliados a uma crescente globalização à escala mundial. O comércio, a indústria, o lazer e outras actividades, tornou indispensável a abolição de fronteiras, quer físicas quer linguísticas e mesmo culturais, de modo a facilitar a livre circulação de pessoas e bens.

A maior afluência de pessoas a determinados locais, como aeroportos, zonas comerciais, eventos, serviços públicos, instalações turísticas, etc., suscitou a necessidade de orientar essas pessoas num espaço desconhecido e comunicar mensagens básicas com uma linguagem compreendida por uma maioria. Por outro lado essa mesma mobilidade trouxe consigo desenvolvimento rodoviário associado a um crescente fluxo de indivíduos que se deslocam por necessidades várias de um ponto para outro.

Esta dinâmica social implica a ideia de circunstancialidade, ou seja, a passagem por determinados lugares é esporádica, como resultado de uma actividade itinerante por natureza. Portanto ela comporta novas situações, desconhecimento morfológico e organizacional destes lugares, e por conseguinte, supõe um alto grau de inteligibilidade ou de indeterminação, o qual suscita aos indivíduos dilemas nas suas necessidades de actuação, e inclusivamente riscos.^[1]

“O crescimento e a evolução das cidades, a complexidade das rotas de transportes, as relações de comércio e das comunicações, tornaram a sinalização essencial ao nosso entorno, necessária para o uso seguro das instalações urbanas, propiciando negócios e a troca de conhecimentos e ideias.”^[2]

Esse deslocamento, muitas vezes efectuado em espaços desconhecidos, suscitou a necessidade em apreender novas regras, as quais passam a ser formalizadas através de signos que facilitam o acesso ou a circulação a determinados locais.

“O coração de uma civilização palpita sempre que as pessoas se reúnem para trabalhar, jogar, fazer compras, estudar, executar, culto, ou simplesmente interagir. Amontoados em espaços movimentados, eles compartilham a riqueza e a diversidade da experiência humana, bem como seus desafios. Nestes espaços as pessoas podem "encontrar o seu caminho", no sentido existencial, mas também tornar-se oprimido ou desorientado se fisicamente perder o seu caminho.”^[3]

Eventos realizados à escala mundial, como competições desportivas mundiais (jogos olímpicos, campeonatos europeus e mundiais, etc.), exposições internacionais ou feiras temáticas organizadas internacionalmente, trouxeram consigo uma crescente mobilidade transfronteiriça (como em aeroportos e outros locais de afluxo de grandes massas) e a necessidade de comunicar com uma linguagem perceptível e acessível a uma maioria.

“Em finais dos anos 1960 o conhecimento dos sistemas de design conceptual tinham-se convertido numa realidade. Os gestores e decisores deram-se conta de que uma planificação compreensiva para as grandes corporações e eventos, não somente era funcional e desejável, senão necessária, se se tivesse que acomodar grandes quantidades de pessoas. Isto foi particularmente certo nos eventos internacionais, como as feiras mundiais e os jogos olímpicos, onde um público internacional e multilingue necessitava guia e informação.” ^[4]

A cada vez maior afluência de pessoas a espaços públicos ou eventos trouxe consigo a necessidade de comunicar através de imagens, de modo a facilitar a compreensão e a redução de mensagens escritas em qualquer língua. Para Massironi (1983), este tipo de imagens (pictogramas) auxiliam à orientação em gares, aeroportos, hotéis, serviços, mas também os encontramos actualmente em mapas, guias turísticos, aplicações multimédia, entre outros e para os quais as exigências de exportação e circulação dos mercados não podem prever a utilização de uma língua ou a confusão de muitas línguas ao mesmo tempo. ^[5]

2. A INVESTIGAÇÃO

Os sistemas de signos, bem como os programas de sinalética para informação turística ou para visitantes, são desenvolvidos por inúmeras entidades, com as mais variadas finalidades e quase sempre com o mesmo objectivo: um sistema único, para determinado cliente, organização ou evento e que se esgota no seu universo: o do sistema estanque. Dito de um outro modo, os sistemas desenvolvidos para informação turística não são mais do que programas de sinalética corporativa. Os exemplos são inúmeros, desde o sistema de sinalização do país A, da região B, do município C, da Zona D, do parque E, do edifício F, etc.

Todos nós nos deparamos inúmeras vezes com múltiplos sistemas de informação para visitantes ou turistas que não se relacionam entre si, gerando por vezes inúmeros signos para uma mesma informação: diversos pictogramas para uma mesma mensagem.

Na prática podemos apresentar o caso português, onde temos dois sistemas para o país (um do Turismo de Portugal ^[6] e outro do Trânsito ^[7]) sistemas regionais das comunidades intermunicipais, sistemas de informação turística dos municípios, dos museus, edifícios públicos, etc. Ainda o caso dos transportes onde cada entidade tem o seu sistema próprio (TAP, CP, Metro, etc.) e muitos outros que se poderiam enumerar. Portanto, na prática, os sistemas são muito diversos e em nada contribuem para um sistema nacional ou internacional normalizado para informação turística e para visitantes.

A proliferação de signos de informação em Portugal é bem patente e ilustrada pelo uso de 293 símbolos de informação turística aplicados para sinalizar recursos turísticos ^[6] e por 112 símbolos utilizados nos sinais de indicação aplicados na sinalização vertical (trânsito) ^[7], o que perfaz um total de 405 símbolos de informação, carecendo obviamente esta área de uniformização e normalização.

“Cada destino e território procura sua própria identidade e peculiaridade por intermédio de novos tipos de sinais, utilizando-se uma diversidade de logos, letreiros, cartazes, marcas registadas e postes de sinalização, gerando confusão e incoerência nas mensagens nacionais e regionais. A busca pela consistência deve, portanto, ser uma das principais obrigações dos responsáveis pela sinalização turística.” ^[8]

Os pictogramas aplicados em diversos programas de sinalética carecem de critérios de uniformização, quer ao nível da forma, quer ao nível da cor, pois nem todos os pictogramas são facilmente perceptíveis. O nível icónico usado na concepção dos pictogramas é muito díspar, existindo alguns extremamente simplificados e facilmente perceptíveis e outros pictogramas que necessitam de um maior nível de descodificação por parte do utilizador, causado pela complexidade do signo.

“Países e territórios podem adoptar regras e regulamentos específicos que controlem os signos e símbolos turísticos em escala nacional e para todos os países, como parte de regras e regulamentos gerais aplicáveis para todos sectores (...).”^[9]

Assim, urge uma necessidade imperiosa de reformular, redesenhar, reequacionar, reconverter a maioria dos signos de informação para turistas e visitantes, procurando a presente investigação ser um passo decisivo nessa direcção.

Os sistemas de signos desenvolvidos para informação turística ou para viajantes, são concebidos muitas vezes de forma empírica e desrespeitando na sua maioria as regras contempladas pela lei, originando múltiplos sistemas, incoerentes, ilegíveis e tornando difícil a sua descodificação.

Relativamente aos pictogramas aplicados nos sistemas, salvo algumas excepções de programas de sinalética corporativa desenvolvidos para sistemas específicos, estes carecem de critérios de uniformização quer ao nível da forma, quer ao nível da cor, pois nem todos os pictogramas são facilmente perceptíveis. O nível icónico usado na concepção dos pictogramas é muito díspar, existindo alguns extremamente simplificados e facilmente perceptíveis e outros pictogramas que necessitam de um maior nível de descodificação por parte do utilizador, causado pela complexidade do signo.

Com a finalidade de melhorar os sistemas de signos para informação pública, turística, ou para viajantes, seria importante que todos os agentes envolvidos na problemática compreendessem que o sistema está directamente relacionado com a mobilidade, usabilidade e segurança da sociedade, motivo pelo qual deveria existir uma maior acção governamental junto de todas as entidades, ao nível da sensibilização, formação e mesmo da fiscalização, no sentido da melhoria contínua dos sistemas de signos em vigor e dos que venham a ser desenvolvidos.

Contudo, para um projecto de investigação científica, não basta conhecer parte do processo, carecendo de fundamentação e pesquisa aprofundada. Assim, procurando compreender a realidade de outros países europeus e de outros continentes, desenvolveram-se diversos estudos e levantamentos de sistemas de signos para informação.

No sentido de investigar os sistemas actualmente em vigor no nosso espaço geográfico, foram desenvolvidos contactos com os países integrantes da Comunidade Europeia (a 15 países), através das suas embaixadas, nomeadamente: Alemanha, Áustria, Bélgica, Dinamarca, Espanha, Finlândia, França, Grécia, Irlanda, Itália, Luxemburgo, Países Baixos, Portugal, Reino Unido e Suécia.

Relativamente aos casos a estudar foi extremamente difícil a sua selecção, pelo facto das limitações temporais, pela escassa a informação pretendida para um projecto de investigação, acrescida da dificuldade em encontrar um interlocutor com conhecimentos numa matéria tão específica e especialmente pelo desconhecimento ao nível das embaixadas dos países contactados pelo encaminhamento a dar ao assunto. Por outro lado, surgiu a hipótese de estudar dois casos não contemplados inicialmente mas que, pela sua importância histórica e de natureza científica, se verificou serem indispensáveis à qualidade científica da presente investigação.

Verificou-se a necessidade em estudar dois casos portugueses que se revestem de extrema importância para o sucesso da investigação, uma vez que se trata de casos relacionados com a normalização e com a legislação em vigor relativa ao sector do turismo. Outros dois casos não equacionados numa fase inicial mas posteriormente incluídos pela sua importância científica foram o caso de estudo da ISO – International Organization for Standardization e do AIGA – American Institute of Graphic Arts. Assim, a metodologia de Estudo de Casos será aplicada aos casos seguintes:

Caso 1: Portugal - Regulamento de sinalização do trânsito (Decreto Regulamentar 22-A/98 de 1 de Outubro de 1998).

Caso 2: Portugal - Simbologia Turística: Manual de identidade (Direcção Geral de Turismo, 1999 - Turismo de Portugal).

Caso 3: Espanha - Manual de Señalización Turística de Galicia (Consellería de Innovación e Industria - Dirección Xeral de Turismo de Galicia).

Caso 4: Reino Unido - The Traffic Signs Regulations and General Directions. (The Stationery Office, Statutory Instrument 2002 No. 3113 – London).

Caso 5: U.S.A. - AIGA Symbol Signs (American Institute of Graphic Arts for U.S. Department of Transportation, 1979).

Caso 6: International Organization for Standardization (ISO 7001:2007(E) - Graphical symbols: Public information symbols, 2007)

3. OBJECTIVOS

A presente investigação tem como objectivo o contributo para o conhecimento na área do design, mais concretamente em sinalética (enquanto disciplina do design de comunicação), procurando constituir uma ferramenta válida para a concepção de sistemas de signos específicos para informação. A proposta visa desenvolver sistemas de signos uniformizados e graficamente coerentes, que envolvam não só o designer mas também equipas multidisciplinares e que comuniquem mensagens claras e inequívocas para o utilizador.

Este projecto aborda a informação turística e visa contribuir para o desenvolvimento de sistemas mais legíveis, compreensíveis, inclusivos e uma abordagem ergonómica à área de investigação, bem como a aplicação de novas metodologias à concepção de símbolos e desenvolver uma ferramenta valiosa para a concepção de sistemas de signos específicos para informação turística e para viajantes.

Pretende-se contribuir para um entendimento mais amplo dos sistemas de signos e a inter-relação dos seus componentes. Procurar-se-á ainda demonstrar a importância de outras disciplinas e estudos para a valorização da sinalética como sistema de transmissão de informação e a pictografia como um sistema de signos que veicula mensagens.

Assim, a investigação tem como principais objectivos: Propor uma metodologia para o desenvolvimento de sistemas de signos para informação turística; Propor um modelo teórico para a concepção e uniformização de pictogramas; Propor uma nova classificação dos símbolos para informação turística e para visitantes; Contribuir para a melhoria nas acessibilidades, segurança e mobilidade dos cidadãos em determinado território; Contribuir para o conhecimento na área da sinalética, nomeadamente na uniformização de signos para informação turística.

4. METODOLOGIA

A existência de uma metodologia é fundamental para o sucesso de qualquer processo de investigação. Na metodologia para a criação de programas sinaléticos, Joan Costa (1989) refere que se deve seguir um método ou fórmula que organize as sucessivas etapas e procedimentos de forma exaustiva e sequencial, respondendo às necessidades previstas no imediato, mas também que essa metodologia seja suficientemente flexível e adaptável a necessidades futuras para o sistema desenvolvido.^[10]

A proposta para a metodologia de investigação está dividida em quatro grandes fases compostas por diversas tarefas.

Fase 1 – Fase de exploração: Efectuou-se a recolha e critica literária que permitiu, em conjunto com a experiência do investigador, realizar a proposta de investigação. Posteriormente desenvolveu-se a síntese literária das fontes documentais.

Fase 2 – Fase da análise: Uso de uma metodologia de investigação mista qualitativa e intervencionista que recorreu à investigação activa, na qual o investigador é um componente activo da investigação no sentido de comparar e medir. Procedeu-se a um levantamento sobre legislação, normalização e áreas transversais à sinalética.

Usou-se também uma metodologia de investigação mista qualitativa, não-intervencionista usando a metodologia de Estudo de Casos, relacionados com a sinalização turística e do trânsito.

Fase 3 – Fase de desenvolvimento: Nesta fase foi usada uma metodologia de investigação mista qualitativa, (intervencionista e não-intervencionista). Inicialmente recorreu-se à investigação activa no sentido de produzir um modelo conceptual com base nos dados recolhidos na fase 2, com a finalidade de re-desenhar os símbolos de informação turística.

Posteriormente e com o recurso à opinião de peritos procurou-se um consenso alargado quanto ao modelo desenvolvido e à metodologia a que se chegou.

Fase 4 – Conclusão da tese: É nesta fase que se irá testar a hipótese e proceder a eventuais reformulações. Depois de testada a hipótese serão retiradas as conclusões do método de investigação aplicado e ter-se-á concluído o presente trabalho de investigação, o qual pretende ser um real contributo para o conhecimento e se esperam alcançar recomendações para futuras investigações na área, pois face a limitações humanas e temporais seria pretensioso abarcar toda a temática ligada à sinalética.

5. RESULTADOS E CONCLUSÕES

Com a presente investigação foi já possível confirmar a possibilidade da utilização de uma metodologia suficientemente flexível (com base no estudo de casos e da investigação activa) para aplicar nos projectos mais heterogéneos, como seja um pequeno programa de sinalética corporativa para uma pequena empresa, ou a sua aplicação a um grande sistema desenvolvido para uma feira ou evento à escala mundial.

Tendo em conta as especificidades dos projectos apresentados, a metodologia para o desenvolvimento de sistemas de signos para informação turística, bem como o modelo para a concepção de pictogramas têm por base essa mesma realidade: a diferenciação em termos da grandeza do projecto, mas também a sua capacidade de adaptação metodológica à dimensão do projecto.

Foi ainda possível desenvolver uma síntese de metodologias para o desenvolvimento de sistemas sinaléticos que culminou na criação de uma metodologia geral.

Não menos importante para o presente projecto de investigação foi a selecção dos casos estudados, que permitiram a categorização geral dos signos e assim tornar possível uma base comum de classificação de signos para informação turística.

Parece-nos ainda possível, pela investigação desenrolada, a criação de um modelo para o desenvolvimento de signos, que permitirá conceber pictogramas uniformizados, coerentes, graficamente relacionados, esteticamente agradáveis e acima de tudo que veiculem significados compreendidos por uma maioria.

Para Joan Costa (1989), uma metodologia, ou conjunto de métodos, é um modo de raciocínio lógico na abordagem e desenvolvimento de um projecto, independentemente do problema, dos dados e variáveis próprias de cada caso.

Importa, à luz da presente investigação, compreender que a utilização de um método para o desenvolvimento de sistemas de signos para informação, ou a aplicação de um modelo para conceber pictogramas, tornam o processo de design numa componente fundamental para o sucesso do processo comunicacional.

A este respeito Joan Costa (1989) refere ainda que dispor de um método é dispor de critérios que permitem em cada etapa optar pela melhor solução, aquela que levará o mais directamente possível ao objectivo: a solução do problema.

Torna-se imperioso para os decisores das políticas de gestão (e design) das organizações entenderem que a aplicação de uma metodologia de projecto a um determinado sistema de informação torna simples o processo e acima de tudo simplifica etapas, racionaliza meios e equipamentos, agiliza a conclusão das etapas previstas e acreditamos que reduz custos.

References

- [1] COSTA, Juan, Señalética, Ediciones CEAC, 2.ª Ed., Barcelona, 1989 (p.9)
- [2] Ana Lucia de Oliveira Leite Velho - O Design de Sinalização no Brasil: a introdução de novos conceitos de 1970 a 2000. Dissertação de Mestrado
- [3] GIBSON, David – The wayfinding handbook: Information design for public places. 1.ª ed. Nova Iorque: Princeton Architectural Press, 2009.
- [4] MEGGS, Philip B. – História del diseño gráfico. 3.ªed. Mexico: McGraw-Hill, 2000. ISBN 970-10-2672-1(p.381)
- [5] MASSIRONI, Manfredo – Ver pelo desenho: aspectos técnicos, cognitivos, comunicativos. 1.ª ed. Lisboa: Edições 70, 1983. (p.118)
- [6] Direcção Geral do Turismo – Simbologia turística: Manual de identidade. Lisboa: DGT - Divisão de Recursos Turísticos, 1999. ISBN 972-8103-26-3
- [7] Quadro XXI – Símbolos para indicações turísticas aprovados pelo Regulamento de Sinalização do Trânsito - Artigo 1.º do Decreto Regulamentar n.º 22-A/98 de 1 de Outubro, com as alterações impostas pelo Decreto Regulamentar n.º 41/2002 de 20 de Agosto (p. 67).
- [8] World Tourism Organization – Sinais e símbolos turísticos: Guia ilustrado e descritivo. 1.ª Ed. São Paulo, 2003. ISBN 85-7241-450-9. (p.11)
- [9] *Ibidem* (p.13)
- [10] COSTA, Juan, Señalética, Ediciones CEAC, 2.ª Ed., Barcelona, 1989 (p.122)

© João Neves / Fernando Moreira da Silva

Artigo para as actas do Congresso CIDAG - 1.ª Conferencia Internacional em Design e Artes Gráficas
27 e 28 de Outubro | ISEC | Lisboa

Apresentado em conferencia realizada dia 27 de Outubro de 2010