



PESQUISA EM DESIGN: DESIGN ESTRATÉGICO PARA O TURISMO DE CAXIAS DO SUL

Karine Seimetz^a, Gislaine Sacchet^{a*}, Carla Farias de Souza^{a*}, Luiza Grazziotin Selau^a

a) FSG Centro Universitário

| Informações de Submissão | Resumo |
|--|--|
| <p>*Gislaine Sacchet e Carla Farias Souza (Orientador) Karine Seimetz. Endereço: Rua Senador Alberto Pasqualini, 1989, Caxias do Sul - RS - CEP: 95057-580</p> <hr/> <p>Palavras-chave: Design. Design estratégico. Turismo. Roteiros turísticos.</p> | <p>O design pode se relacionar ativamente com diferentes áreas, favorecendo as relações e os processos de significação. Nessa premissa, o turismo na região parece precisar de novas perspectivas em que o design pode atuar ativamente. O design estratégico procura aprimorar a gestão a partir do conhecimento de design, como o redesenho de processos, criatividade e gestão de ideias. A pesquisa teve como objetivo verificar a necessidade de incentivo do turismo da cidade de Caxias do Sul, por meio do design. Os objetivos específicos foram compreender a história do turismo na região; mapear as atividades turísticas e pontos de contato; identificar pontos fortes e fracos do turismo da cidade. A pesquisa de caráter descritivo e qualitativo utilizou-se instrumentos como: pesquisa bibliográfica, análise de desenvolvimento histórico, análise de mercado e verificação da jornada do usuário. Como resultados, verificou-se que o município possui rotas inativas, com problemas com a sinalização, como a Rota do Pedestre, sendo essa vista como uma oportunidade de vivenciar a cidade. Percebeu-se a ausência de motivação dos usuários, tendo em vista o perfil do turista atual, que valoriza a experiência. Conclui-se que há a necessidade de interação do design para projetos que incentivem a fruição dos locais, que ocorra incentivo de uma unicidade clara e objetiva para divulgação da cidade com ações para a melhora dos pontos de contato com os usuários do turismo de Caxias do Sul.</p> |

1 INTRODUÇÃO

O homem, de forma geral, é diretamente influenciado pelo ambiente em que vive, dos objetos que utiliza, e das pessoas as quais convive, tendo o instinto de sempre olhar para os problemas do dia-a-dia. Segundo Löbach (2001), estas são as relações humanas e objetualizadas. Desta motivação é que o design se demonstra como imprescindível, com a possibilidade de solução para os problemas, sendo essencial na melhoradas interações e valorização da qualidade de vida.

Segundo Braga (2011), a interdisciplinaridade do design permite defender causas, mobilizar a sociedade e melhorar serviços. Ele é o material, a mensagem e principalmente, a mudança (DOUGHERTY, 2011). Ao pensar em mudança nota-se que o design, como construtor de identidades, é um caminho para a transformação e inovação também de uma cidade, para que ela almeje um diferencial (RUSCHMANN E TOMELIN, 2013).

Os problemas que o design procura solucionar são analisados com a utilização de diversos métodos, porém, para se ter um produto inovador, o problema precisa ser investigado por diversos pontos de vista. Para que isso aconteça é necessária uma equipe, com diversos profissionais, com diferentes funções e áreas, onde as perspectivas sejam interdisciplinares (VIANA, et.al.,2012).

A partir do início dos anos 90, observou-se o crescimento do interesse na área do design sobre os aspectos que antecedem a concepção de produtos, definidos como Design Estratégico (MAGALHÃES, 1995).

Mozota (2003) desenvolveu uma comparação entre design e gestão e propondo um modelo de convergência entre as áreas, cunhada de *Designence*, baseada em uma perspectiva gerencial e outra estratégica. Na primeira existe busca dos conceitos e recursos que vem da gestão para aprimorar o design dentro da empresa (desempenho organizacional, decisões de marca-identidade-estratégia). No segundo inversamente se procura aprimorar a gestão a partir do conhecimento de design, como o redesenho de processos, criatividade e gestão de ideias.

Quando se fala em design e sua relação com o turismo não se pode esquecer o desenvolvimento por meio da identidade de uma cidade. Conforme Silva (2014), a imagem da cidade é formada de identidade, espaços e significados. Para Ruschmann e Tomelin (2013) o turismo permite que ocorra a troca de experiências entre diferentes culturas, ampliando o campo de conhecimento do ser humano.

Conforme Gomes (2012), estas experiências, quando ocorrem de forma criativa e para fins de conhecimento fazem parte do turismo criativo, que consiste na atividade de turistas que procuram por um aprendizado específico da região de destino, como artesanato, gastronomia, espiritualidade, idioma, natureza, entre outros temas. Para tanto, o aprendizado precisa agregar a experiência do turista com a comunidade local, que aprende com a troca cultural, incentivando o desenvolvimento sustentável da região.

Com a ideia de desenvolvimento de uma região ou empresa que valoriza essa forma de serviço ou produto, no design pode proporcionar meios de articulação para a praticada economia da experiência. Quando se há valor agregado o que importa é a experiência que o usuário terá, assim, além de favorecer o turismo, favorece também o desenvolvimento das indústrias criativas na região (GOMES, 2012).

A economia da experiência, ou criativa possui um conceito que une cultura, economia e tecnologia para conceber novas perspectivas, estratégias e serviços de forma a estimular a liberdade de expressão, a sustentabilidade e igualdade (NEWBIGIN, 2010). Em momentos de crise, gerar soluções criativas é de extrema importância. No ano de 2011, o Brasil sofreu uma profunda crise e os efeitos da mesma se intensificam em 2014, desacelerando a economia, desvalorizando a moeda nacional, elevando a inflação e gerando incertezas, obrigando a redução de gastos e a produção de mais com menos (FIRJAN, 2016).

A cidade de Caxias do Sul também foi afetada, conforme dados do Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística (IBGE), em 2011 a média salarial dos trabalhadores formais era de 3,4 salários mínimos e o número de pessoas ocupadas era de 212.069. Em 2015 a média salarial dos trabalhadores formais era de 3,1 salários mínimos, onde 42,7% da população estava ocupada (empregada), equivalente a 202.588 pessoas.

Conforme dados do jornal da cidade, na atualidade, todos os setores econômicos foram afetados, principalmente o setor do turismo de negócios, que era muito forte devido ao grande número de empresas da área metalomecânica da cidade. Além disso, o percentual de redução de custo da prefeitura para o turismo equivaleu a 34,3%, ou seja, uma redução significativa. Desde 2013, não há repasse de verba do governo para os investimentos em turismo, sendo que as cidades vizinhas como Gramado e Bento Gonçalves receberam aprovação de projetos e verba (PIONEIRO, 2018). A consequência do turismo em uma perspectiva de crescimento é movimentar diversas áreas. Segundo Sebrae (2016), o turista precisa de serviços relacionados a alojamento, agência de viagem, transporte, aluguel/auxiliares de transporte, alimentação, cultura e lazer.

De acordo com a entrevista da Secretária do Turismo de Caxias do Sul, Renata Carraro, em entrevista para o programa de TV Jornal do Almoço, em setembro de 2017, a região tem um forte potencial que precisa ser trabalhado por meio da regionalização

do turismo, principalmente por estar próxima de grandes cidades turísticas. No período de janeiro a julho de 2017, a cidade de Caxias do Sul recebeu 3.459 turistas, e surpreendentemente a busca pelo turismo de lazer foi o que mais cresceu.

Devido aos dados encontrados, a pesquisa teve como objetivo geral verificar a necessidade de incentivo do turismo da cidade de Caxias do Sul, por meio do design. Os objetivos específicos foram compreender a história do turismo na região; mapear as atividades turísticas e pontos de contato; identificar pontos fortes e fracos do turismo da cidade.

2 MATERIAIS E MÉTODOS

Essa pesquisa classifica-se como descritiva, pois conforme Marconi e Lakatos (2008), é o registro de fenômenos com fins informativos, de análise e interpretação do tema abordado. É uma pesquisa transversal, que conforme Aragão (2011), é um estudo instantâneo da população em determinado momento, pois analisou-se o momento presente da sociedade caxiense em relação ao turismo. Tem caráter qualitativo, que conforme Duarte (2002), é a forma de pesquisa que analisa as informações, tendo em vista a qualidade das mesmas. Ainda, se propõe a um estudo de campo, que segundo Gil (2007), é voltado para o estudo de uma comunidade, de forma presencial, analisando as interações entre o local e os usuários.

Para compreender a história da cidade, assim como as rotas turísticas, foi realizada a pesquisa bibliográfica que é definida por Gil (2010), como a obtenção de informações e dados através de material impresso, na sua maioria livros, e artigos, teses, dissertações, entre outros. Também com o mesmo objetivo, aplicou-se a Análise de Desenvolvimento Histórico, que segundo Löbach (2001), analisa todo o processo de desenvolvimento antigo de um determinado produto e utiliza destas análises para o novo projeto.

Com o objetivo de mapear as atividades turísticas já existentes na cidade, utilizou-se do método de Löbach (2001), a Análise de Mercado, que conforme descreve o autor, serve para analisar os “concorrentes”. Nesta análise, foi identificada a estrutura e oferta de opções turísticas de Caxias do Sul e das cidades vizinhas e suporte ao turista em variedade de opções turísticas e como o Design se organiza nessa realidade.

Para analisar os pontos fortes e fracos da cidade, utilizou-se a Jornada do Usuário, que segundo Viana et. al. (2012), analisa por itens a experiência do usuário

antes, durante e depois de utilizar um produto ou serviço o estudo ocorreu na região central de Caxias do Sul, no roteiro turístico *Lá Citta*, percorrendo e parando nos principais locais. A Jornada foi feita pela pesquisadora, iniciando no Monumento Imigrante e terminando no bairro São Pelegrino, percorrendo o trajeto a pé.

3 APRESENTAÇÃO E DISCUSSÃO DOS RESULTADOS

Para melhor compreensão dos resultados, dividiu-se a pesquisa em três momentos, seguindo a ordem dos objetivos. A primeira parte retrata a história e desenvolvimento da cidade, a segunda é um mapeamento das atividades turísticas existentes e a terceira analisa os pontos fortes e fracos do turismo de Caxias do Sul.

3.1 A cidade de Caxias do Sul e o Turismo

A cidade de Caxias do Sul, antigamente denominada de Campo dos Bugres, era habitada por índios e tropeiros. No ano de 1875, se deu o início da imigração italiana na região, em busca de melhores condições de vida. Com o passar do tempo, a cidade começou a ser conhecida como um polo metalomecânico e a região da uva e do vinho. (PREFEITURA DE CAXIAS DO SUL, 2018). Do ponto de vista turístico, Caxias do Sul possui as seguintes rotas turísticas: *La Cittá*, Caminhos da Colônia, a Estrada do Imigrante, Vale Trentino, Criúva, Vila dos Presépios em Ana Rech. (SECRETARIA DO TURISMO, 2018).

As rotas dos Caminhos da Colônia e a Estrada do Imigrante foram estruturadas com o objetivo de intensificar a cultura da região da Serra Gaúcha, lembrando os hábitos e o trabalho dos imigrantes italianos. É um patrimônio histórico, um testemunho do que ocorreu e que serve como referência para uma cidade hoje moderna e globalizada (BRAMBATTI, 2002). Na década de 70, Caxias do Sul já era reportada muitas vezes como um “caminho da colônia” por ser a região de maior concentração da imigração italiana. Assim, o roteiro Caminhos da Colônia começou a ser pensado e oficializado em 1997 incluindo as cidades de Caxias do Sul e Flores da Cunha. Esse ambiente composto por paisagens, incentiva o ecoturismo e a gastronomia devido à produção de uva e vinho, com o objetivo principal de movimentar a região, estimular o empreendedorismo e valorizar a cultura (BRAMBATTI, 2002)

Outro roteiro importante é o Vale Trentino, que tem como principal objetivo mostrar como ocorre o processo de fabricação do vinho (DARTORA, 2005). Segundo o

Correio Riograndense (2006), é possível conhecer toda a história da uva e vinho através do trajeto, pois o mesmo inicia-se com a primeira vinícola da América Latina, a Vitivinícola Forqueta, onde também se localiza o Museu da Uva e do Vinho.

Há também, o distrito de Criúva (1954), conhecido como “o lado campeiro” da cidade. Os primeiros a habitarem o local foram os índios, em seguida os portugueses e depois os imigrantes italianos. Suas qualidades estão nas belas paisagens, na flora e abundância de recursos hídricos. Além disso, é conhecido como o local das tradições gaúchas e forte incentivo à agropecuária. Ainda, segundo Prefeitura de Caxias do Sul (2017), todas essas qualidades fortalecem o turismo da região, sendo um local muito visitado devido às pousadas, trilhas ecológicas, cavalgadas, pescarias, entre outros.

Outro ponto turístico é o distrito de Ana Rech, fundado oficialmente em 1927. Em 1876, a italiana de Pedavena, Anna Maria Pauletti Rech, viúva e mãe de oito filhos, estabeleceu-se no local. Conforme site da Prefeitura de Caxias do Sul (2017), Anna decidiu montar seu próprio comércio oferecendo água e estadia aos tropeiros, movimentando toda a região. Além da excelente culinária, a tradição mais famosa é a montagem de cerca de 100 presépios no mês de dezembro, por causa do Natal, assim, Ana Rech é conhecida como a Vila dos Presépios.

Por fim, há também o roteiro *La Città*, que conforme Kunz e César (2014), é composto pelos principais pontos turísticos da área urbana da cidade, como a Igreja de São Pelegrino, museus, Catedral Diocesana, Pavilhões da Festa da Uva, Monumento Imigrante, estádios, e Igreja dos Capuchinhos.

Analisando a história de cada ponto turístico, por meio da pesquisa bibliográfica e da análise de desenvolvimento histórico, é possível afirmar que todos pontos turísticos foram colonizados por imigrantes italianos, com exceção de Criúva, pois os primeiros que chegaram nas terras foram os portugueses. Isso reforça a identidade da Caxias do Sul, pois segundo Batista (2005), a construção da identidade, tanto vista de forma pessoal ou diante outras culturas, se dá por meio da história, dos princípios, dos hábitos novos e antigos e principalmente da memória.

Esta identidade é percebida direta ou indiretamente em todos os pontos turísticos e por consequência, fazem da Estrada do Imigrante, dos Caminhos da Colônia, Vale Trentino e Ana Rech rotas turísticas muito parecidas, com foco no turismo rural e cultural. Com a semelhança entre as rotas é possível que a cidade atenda a um público específico, deixando a desejar na variação de opções. Segundo o SEBRAE (2017) é

importante dar atenção as novas demandas do setor turístico, que está apresentando um grande crescimento, com o objetivo de atender à diferentes públicos, com atrações diversas.

O distrito de Criúva e o roteiro *La Città* demonstram propostas diversificadas, porém ainda pouco exploradas na região para uma opção de turismo de cunho rural. Essa predominância na cidade de Caxias do Sul acaba por atender as necessidades de um público restrito, que tem interesse pela história e gastronomia, pois esse sempre foi um ponto forte da cidade e do turismo criativo. Conforme Gomes (2012), a gastronomia é utilizada para criar rotas e atividades que movimentem a região.

Em relação à região central da cidade, evidenciando o roteiro *La Città*, nota-se um trajeto diferente dos demais devido às atrações nele presente, envolvendo museus, igrejas e patrimônios tombados. Isso se atualiza constantemente, como locais mais visitados e apropriados pela população caxiense, sendo ponto de contato com a experiência cotidiana da cidade, podendo ser foco de uma proposta específica de articulação do Design para inserção e propagação como evento cultural.

3.2 Mapeamento das atividades turísticas conforme pontos de contato

Por meio da análise de mercado, foram avaliados os pontos de contato existentes em forma de sites e/ou aplicativos para suporte ao turismo, observando especificidades de cada cidade ou região.

Segundo o site do Ministério do Turismo do Rio Grande do Sul (2017), foi possível observar que, o local mais visitado no estado é a região das hortênsias, devido a sua estrutura, belas paisagens, gastronomia, entre outro. A região é composta por Gramado, Canela, Nova Petrópolis, Picada Café e São Francisco de Paula. Segundo o site da Prefeitura de Gramado (2017), a cidade foi colonizada por imigrantes alemães e italianos, vindos da cidade de Caxias do Sul, em 1873. Observou-se, no site da Prefeitura de Gramado que existe um item específico para informações de suporte ao turista. Consta no site, dez roteiros turísticos, onde em cada roteiro existem diversas atividades, para os mais diversos públicos.

Além disso, foi verificado a existência de aplicativos para auxílio, pois conforme o SEBRAE (2015), os turistas estão cada vez mais conectados e procuram por informações rápidas e de fácil acesso. Todas as cidades possuem aplicativos, exceto Canela, que possui um aplicativo em conjunto com Gramado.

Na configuração formal do aplicativo de Gramado é possível observar a utilização de tons terrosos que remetem a ideia do chocolate, principal atração da cidade. Possui um item que se destaca inicialmente para a compra de ingressos pelo aplicativo e que procura entender a personalidade do usuário, como comidas preferidas e estilo de viagem. A cidade de Canela possui conforme site, vinte e três atrativos turísticos, quinze são parques de aventura, voltando-se para o Ecoturismo. Em relação à inovação das atividades turísticas, as cidades de Gramado e Canela demonstram mais atenção, pois possuem atrativos modernos, com tecnologia e interação.

Analisou-se a cidade vizinha de Caxias do Sul, Bento Gonçalves, por meio do site da Prefeitura de Bento Gonçalves (2017). Observa-se o pioneirismo no Enoturismo do Brasil e outro ponto forte é a indústria moveleira, podendo atrair o turismo de negócios.

Quanto a configuração formal, os aplicativos de Bento Gonçalves e Caxias do Sul possuem a cor roxa, que remete à uva e ao vinho. Ambos possuem a versão em três idiomas, o que é muito importante, pois, conforme Aires, Pequeno e Fortes (2010), a falta da compreensão do idioma pode afastar o turista com do morador local, gerando conflitos devido ao choque cultural e até mesmo causando más experiências.

Observa-se a semelhança entre Caxias do Sul e Bento Gonçalves, pois ambas possuem os roteiros muito parecidos, sendo a uva e a imigração, os principais atrativos das duas, além de serem cidades próximas. Segundo Brambatti (2002), a Estrada do Imigrante (Caxias do Sul) surgiu de uma análise da cidade Bento Gonçalves, na observação de que a mesma funcionava com rota turística.

Caxias do Sul tem um site específico para o turista “O Portal do Turista”, onde consta todas as informações necessárias para quem a visita. Isto demonstra um serviço diferenciado em relação aos sites das cidades vizinhas, pois elas utilizam o mesmo site da prefeitura para o suporte do turista. Em Caxias do Sul as informações dos sites e aplicativos estão claras e oferecem diversas opções aos turistas, como onde comer, onde ficar, como se transportar, entre outras. Além disso, existe o Centro de Atendimento ao Turista (CAT’s), um local específico para atendimento aos turistas situado na principal praça da cidade, onde é distribuído o mapa da cidade, folders de eventos, de hotéis, restaurantes, entre outros.

3.3 Análise do turismo na cidade de Caxias do Sul – Turismo Central e Rural

Por meio de verificação da jornada do usuário foi feita observação e vivência, pela pesquisadora, de rotas conhecidas e centrais, na cidade de Caxias do Sul.

Em vivência realizada no roteiro *La Città*, que inclui a visita a pé dos patrimônios tombados da cidade desde o Monumento ao Imigrante até o bairro São Pelegrino, observou-se os aspectos relacionados à infraestrutura de cada um dos momentos do trajeto. Localizado na BR 116, o Monumento ao Imigrante homenageia a imigração italiana. Como para o design é importante a observação dos pontos de contato foi possível verificar que é presente a sinalização no trânsito, conduzindo corretamente o motorista automotivo, porém notou-se a ausência de sinalização para os pedestres. Em frente ao monumento, existe a Praça Abramo Eberle, que não é utilizada como complemento turístico do monumento, sendo os dois locais separados apenas pela rodovia.

O segundo local analisado foi o ponto turístico mais visitado de Caxias do Sul, a Igreja de São Pelegrino. Além de sua beleza, é bem localizada, possui sinalização no trânsito e placa para pedestre. Próximo a igreja, há o Shopping San Pelegrino e a Praça do Trem, construída com recursos do shopping e inaugurada em 2015. Nela, foram valorizados os trilhos de trem que antes faziam parte apenas de um terreno vazio. (PIONEIRO, 2015). É um local de lazer que possui dois acessos, pois é dividida pela Avenida Rio Branco. Possui uma ciclofaixa, brinquedos, mobiliários urbanos, entre outros. Não foi encontrada nenhuma sinalização, pois apenas a igreja faz parte da rota turística.

O terceiro ponto turístico, a Casa de Pedra, é um pouco mais afastado do centro, assim como os Pavilhões da Festa da Uva. Os dois locais fazem parte do roteiro *La Città* por estarem no perímetro urbano. A Casa de Pedra é ponto bem sinalizado e possui placa indicativa de ponto turístico no trânsito local. Com uma perspectiva geral, nota-se que há uma sinalização eficiente em relação aos turistas que se locomovem no trânsito de forma automotiva, pois as placas seguem as normas, suas cores (vermelho, azul e verde) são contrastantes, as fontes não possuem serifa e seguem um padrão. Conforme Moroni (2010), as cores estimulam os sentidos e por isso, placas precisam de um padrão e de contraste para que a informação seja facilmente captada.

Em relação à orientação ao pedestre, observou-se a carência de informações sobre os pontos turísticos, encontrando apenas uma placa com o título “Rota do Pedestre” próxima a igreja de São Pelegrino. Foi verificada apenas uma reportagem do

site da Prefeitura de Caxias do Sul, em 2009, sobre a instalação de 151 placas para a sinalização turística. Entre essas 151 placas, 28 delas fazem parte da Rota do Pedestre, parte da rota do Roteiro *La Città*.

A análise que iniciou no Monumento Imigrante em direção ao bairro São Pelegrino, pela Avenida Júlio de Castilhos concluiu que as placas para os pedestres possuem as mesmas cores (branco e marrom), a mesma tipografia, e todas possuem setas de direção, conforme figura 1. Segundo Pereira e Vieira (2009), a sinalização é um conjunto de sinais, feito para as pessoas, de forma a orientar e passar a informação rapidamente e da melhor maneira possível.

Seguem as imagens da sinalização da Rota do Pedestre, na cidade de Caxias do Sul:



Figura 1 - Sinalização da Rota de Pedestre

Fonte: Elaborado pelo autor, 2017.

A relação entre usuário e interface de um local, o *wayfinding*, é eficaz quando se recebe estímulos fáceis por meio da sinalização. Alguns critérios do *wayfinding* são: o usuário consegue saber o local que está atualmente e quando chegou ao seu destino? É possível imaginar a rota em larga escala, quando inicia ou termina? Se o usuário decide parar ou mudar o seu destino, as placas são suficientes para guiá-lo? (SILVA, et. al., 2015). Com essa premissa é possível afirmar que as placas da Rota do Pedestre não atendem esses requisitos e podem confundir as pessoas, pois não seguem o mesmo sentido na rua, mudam de posição sem aviso prévio, podendo passar despercebida pelo

turista.

No início do percurso há uma longa distância sem placas, o que gerou uma sensação de incerteza, pois não auxilia na orientação. Na metade da rota em diante nota-se que a quantidade de placas vai aumentando, algumas são até duplas, auxiliando na sinalização de ambos os lados do pedestre. Os locais indicados pelas placas são patrimônios tombados, muitos deles chamados pelos seus antigos nomes apenas, o que dificulta a localização do local pelo turista. Um caso deles é o antigo Moinho Progresso que atualmente é a loja “Soho Store”. Percebe-se que há diferença entre os indivíduos que conhecem e não conhecem o local. Os que conhecem, utilizarão a memória como forma de orientação, enquanto turistas procurarão suporte em mapas e placas e estarão mais atentos ao local (BELLOTI e PORTELLA, 2016).

Desta forma, conclui-se que esta rota tem falhas porque a sinalização não segue o mesmo sentido, não informa a distância e nem o ponto de partida e chegada no local turístico. Ainda, não oferece uma visão ampla de toda rota para que o turista consiga planejar mentalmente o trajeto. Ela não é conhecida e não é divulgada para os caxienses e para os turistas, sendo um potencial turístico fortíssimo, pois ressalta a arquitetura da região e a sua história. É uma rota a pé e oportunidade do usuário fruir na cidade, pois segundo Tovar e Carvalho (2011), a prática de andar a pé permite um contato próximo com o ambiente e muitos turistas são adeptos à essa prática pois ela é de baixo custo. Os resultados obtidos foram com base na sinalização, pois a Rota do Pedestre só possui este atributo, porém notou-se que o entorno da rota também é interessante, pois sua localização é um ponto positivo, percorrendo a Júlio de Castilhos, rua histórica da cidade, com transporte público e baixo custo.

Observa-se que cada elemento, quando visto de forma individual, tem uma interpretação, mas quando visto de forma coletiva ou de entorno, tem outra. Um dos exemplos é o bairro São Pelegrino com a Igreja, a FSG e a praça da Bandeira que se situa em frente, a Estação Férrea que possui a antiga Vinícola Aliança, e muitos outros. Acredita-se que todos esses locais poderiam ser unificados, formando um roteiro turístico com valorização da relação do pedestre com os locais. O melhor ângulo é o do observador, a pé, e que, como em Lisboa – exemplo de cidades modernas – a estrutura permite a convivência com os espaços.

Por sua vez, o turismo rural é um ponto forte e que está cada vez mais segmentado e regional. As pessoas vão por interesses específicos, como uva, vinho,

kiwi, e além disso, aproveitam e visitam as cidades vizinhas procurando a natureza para descanso. Com a crise as pessoas estão procurando mais por viagens nacionais, com base no interesse e na motivação delas. Seria fundamental para Caxias do Sul entender as motivações dos usuários e a busca por esse turismo pela cidade e região para que o turismo auxilie no desenvolvimento econômico, convertendo o imposto de pousadas, restaurantes, entre outros, em impostos municipais.

Com estas informações, nota-se que há diversas questões que podem ser trabalhadas para incentivar o turismo, como o reconhecimento do potencial de Caxias pelos caxienses, a valorização de patrimônios arquitetônicos, o fortalecimento de uma identidade que valorize a região, as diversas culturas adquiridas com as diferentes imigrações e o aprimoramento das atividades culturais.

4 CONSIDERAÇÕES FINAIS

Com a pesquisa em design, foi possível perceber que o turismo de Caxias do Sul tem como base a imigração italiana e que todos os roteiros têm como essência a história, a uva e o vinho. Esse fato pode ser considerado como um ponto forte, pois define a imagem da cidade, porém acaba afastando o incentivo de novos atrativos, ou novas abordagens, que se adequem a um novo perfil de turista, que tem motivações específicas, que busca por destinos econômicos e que quer sentir a cidade e aprender com essa experiência.

Nota-se presença de turismo criativo, do *placemaking*, do *wayfinding*, que promovem a interação entre turistas e ambiente. Nesse caso a observação de tendências internacionais, juntamente com os recursos turísticos já existentes na cidade, como a Rota do Pedestre, pode auxiliar no desenvolvimento e valorizaçãodos locais com potencial turístico que não são explorados e que podem contribuir ativamente para o desenvolvimento econômico.

Concluiu-se ainda, com esta pesquisa que a cidade possui um potencial turístico a ser trabalhado e valorizado por meio do design de interação, no desenvolvimento de pontos de contato capazes de incentivar a união de elementos turísticos, criando uma identidade que desperte a motivação dos turistas. Esta identidade precisa ser clara, objetiva, repensando a sustentabilidade, e promovendo a interação com a cidade.

As cidades, assim como as pessoas, se constroem pelas suas histórias,

conhecimentos e crenças, que merecem ser compartilhadas. Não existiria o turismo se todos os locais fossem iguais e nem o design, se não houvesse a liberdade para criar, expressar e projetar para a melhora das comunidades potencialmente capazes.

REFERÊNCIAS

ARAGÃO, J. **Introdução aos estudos quantitativos utilizados em pesquisas científicas**, 2011. Disponível em:

<<http://revistas.unifoa.edu.br/index.php/praxis/article/view/566/528>>. Acesso em 15 nov 2017.

DUARTE, R. **Pesquisa qualitativa: reflexões sobre o trabalho de campo**, 2002.

Disponível em: <<http://www.scielo.br/pdf/%0D/cp/n115/a05n115.pdf>>. Acesso em 15 nov 2017.

DIAS, R. **Sociologia do turismo**. 1 ed. São Paulo: Atlas, 2008.

AIRES, Jussara Danielle M.; PEQUENO, Edilene A.; FORTES, L. **A relação entre turistas estrangeiros e residentes: O Caso de Ponta Negra - Natal/RN**, 2010.

Disponível em: <<https://revhosp.org/hospitalidade/article/view/313/403>>. Acesso 13 out 2017.

BRAMBATTI, Luiz E. **Roteiros de turismo e patrimônio histórico**. Porto Alegre: EST, 2002.

BELLOTTI, M.; PORTELLA, A. **A importância do wayfinding na formação da imagem do lugar: o caso dos campi universitários descentralizados**, 2016. Disponível em: <<https://enanparq2016.files.wordpress.com/2016/09/s41-01-belloti-m-portella-a.pdf>>. Acesso em 02 nov 2017

MORONI, Janaina Luisa da S. **Design aplicado ao desenvolvimento de um software para a criação de placas de sinalização e de logradouro**, 2010. Disponível em: <<https://www.ufrgs.br/det/index.php/det/article/view/9>>. Acesso em 12 out 2017

MOZOTA, Brigitte Borja de. **Design management – using design to build brand value and corporate innovation**. New York: Allworth Press, 2003.

PIONEIRO, Site. **Praça do Trem é inaugurada em Caxias do Sul**, 2015. Disponível em: <<http://pioneiro.clicrbs.com.br/rs/geral/cidades/noticia/2015/07/praca-do-trem-e-inaugurada-em-caxias-do-sul-4800140.html>>. Acesso em 12 out 2017.

PORTAL DO TURISTA, Site. Disponível em: <<http://www.caxias.tur.br/>>. Acesso em 10 out 2017

PREFEITURA DE BENTO GONÇALVES, Site. Disponível em: <<http://www.bentogoncalves.rs.gov.br/>>. Acesso em 10 out 2017

PREFEITURA DE CANELA, Site. Disponível em: <<http://www.canela.rs.gov.br/>>. Acesso em 10 out 2017

PREFEITURA DE CAXIAS DO SUL, Site. **Caxias terá 151 novas placas de sinalização turística.** Disponível em: https://www.caxias.rs.gov.br/comunicacao/noticias_ler.php?codigo=10703>. Acesso em 29 out 2017.

PREFEITURA DE GRAMADO, Site. Disponível em: <<http://www.gramado.rs.gov.br/>>. Acesso em 10 out 2017

SEBRAE, **Cenários e Projeções Estratégicas**, 2015. Disponível em: <[http://www.bibliotecas.sebrae.com.br/chronus/ARQUIVOS_CHRONUS/bds/bds.nsf/3d98ea3e4e49602196a85fd6951faac1/\\$File/7489.pdf](http://www.bibliotecas.sebrae.com.br/chronus/ARQUIVOS_CHRONUS/bds/bds.nsf/3d98ea3e4e49602196a85fd6951faac1/$File/7489.pdf)>. Acesso em 10 out 2017.

TOVAR, Z.; CARVALHO, P. **Percursos pedestres e turismo de passeio pedestre em Portugal**, 2011. Disponível em: <<http://revistas.ufpr.br/turismo/article/view/24765/16603>>. Acesso em 15 out 2017.

PEREIRA, Clauciane V.; VIEIRA, Milton Luiz H. **Design gráfico ambiental para a sustentabilidade**, 2009. Disponível em: <https://s3.amazonaws.com/academia.edu.documents/3246254/SBDS2009-026.pdf?AWSAccessKeyId=AKIAIWOWYYGZ2Y53UL3A&Expires=1509311965&Signature=2uh6Nwe3txbUSIc8mvZ5hBnOqeA%3D&response-content-disposition=inline%3B%20filename%3DDesign_Grafico_Ambiental_Para_a_Sustenta.pdf>. Acesso em 29 out 2017

SILVA, João Batista da; SOUZA, Charles Bamam Medeiros de; KAFENSZTOK, M.; ROSA, José Guilherme S.; PINHO, Andre Luis Santos de; "**Wayfinding em aplicativos de recomendação de rota: coerência com mapas cognitivos**", p. 1161-1173 . In: Anais do 15º Ergodesign & Usihc [=Blucher Design Proceedings, vol. 2, num. 1]. São Paulo: Blucher, 2015. Disponível em: <<http://www.proceedings.blucher.com.br/article-details/wayfinding-em-aplicativos-de-recomendao-de-rota-coerencia-com-mapas-cognitivos-19067>>. Acesso em 02 nov 2017.

FIRJAN, Federação das Indústrias do Estado do Rio de Janeiro. **Mapeamento da indústria criativa no Brasil**. Diretoria de desenvolvimento econômico, 2016. Disponível em: <<http://www.firjan.com.br/economiacriativa/download/mapeamento-industria-criativa-sistema-firjan-2016.pdf>>. Acesso em 19 ago 2017

IBGE, Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística . Disponível em: <<https://cidades.ibge.gov.br/v4/brasil/rs/caxias-do-sul/panorama>>. Acesso em 21 ago 2017.

RUSCHMANN, Doris van de M.; TOMELIN, Carlos A. **Turismo, ensino e práticas interdisciplinares**. Barueri, SP: Manole, 2013

IGNARRA, Luiz R. **Fundamentos do turismo**. 3. ed. rev. e ampl. São Paulo : Cengage Learning; Rio de Janeiro: Editora Senac Rio de Janeiro, 2013.

BRAGA, Marcos da Costa. **O papel social do design gráfico: história, conceitos e atuação profissional.** São Paulo: Senac, 2011.

GIL, Antonio Carlos. **Como elaborar projetos de pesquisa.** 4 ed, São Paulo: Atlas, 2007.

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

PAZMINO, Ana Veronica Paz y Mino. **Como se cria: 40 cards de metodos de projeto.** 1ª ed, 2014.

LÖBACH, Bernd. **Design industrial: bases para a configuração dos produtos industriais.** 1.ed. São Paulo: Blücher, 2001.

MAGALHÃES, C. F., **Design estratégico: integração e ação do Design industrial.** In Estudos em Design. Vol. III, n. 1, Julho de 1995.

SEBRAE, Cenários e Projeções Estratégicas, 2016. Disponível em: <[http://www.bibliotecas.sebrae.com.br/chronus/ARQUIVOS_CHRONUS/bds/bds.nsf/3d98ea3e4e49602196a85fd6951faac1/\\$File/7489.pdf](http://www.bibliotecas.sebrae.com.br/chronus/ARQUIVOS_CHRONUS/bds/bds.nsf/3d98ea3e4e49602196a85fd6951faac1/$File/7489.pdf)>. Acesso em 01 set 201

VIANNA... [et al.], M. **Design thinking: inovação em negócios.** Rio de Janeiro: MJV Press, 2012.

BATISTA, Cláudio Magalhães. **Memória e Identidade: Aspectos relevantes para o desenvolvimento do turismo cultural,** 2005. Disponível em: <<http://www.ivt.coppe.ufrj.br/caderno/index.php/caderno/article/view/93/88>>. Acesso em 01 out 2017.

DARTORA, Juliana De Souza. **Turismo e seus discursos: Percepção e Atribuição na Cidade de Caxias do Sul/RS,** 2005. Disponível em: <<https://repositorio.ucs.br/xmlui/bitstream/handle/11338/133/Dissertacao%20Juliana%20Dartora.pdf?sequence=1&isAllowed=y>>. Acesso em 27 set 2017

KUNZ, Jaciel Gustavo; CÉSAR, Pedro de Alcântara Bittencourt. **Uma análise das possibilidades e limitações do turismo no espaço urbano de Caxias do Sul/RS,** 2014.

JA IDEIAS. **Entrevista com Renata Carraro: Desafios do turismo de Caxias do Sul,** em 23 de setembro de 2017. Disponível em: <<http://g1.globo.com/rs/rio-grande-do-sul/jornal-do-almoco/videos/v/ja-ideias-desafios-do-turismo-em-caxias-do-sul-rs/6180947/>>. Acesso em 15 nov 2017.

DOUGHERTY, Brian. **Design gráfico sustentável.** São Paulo: Edições Rosari, 2011. 183p.

MARCONI, Marina de Andrade; LAKATOS, Eva Maria. **Técnicas de pesquisa: planejamento e execução de pesquisas, amostragens e técnicas de pesquisa, elaboração, análise e interpretação de dados.** 7. Ed. São Paulo: Atlas, 2008.

SILVA, Elisângela Batista da. **Olha bem a cidade:** design emocional, place branding e a marca de Belo Horizonte, 2014. Disponível em: <<http://www.ppgd.uemg.br/wp-content/uploads/2014/08/Disserta%C3%A7%C3%A3o-Elisangela-Batista-da-Silva.pdf>>. Acesso em 15 nov 2017.

GOMES, Liliana Margarida Freitas. **O turismo criativo:** experiências na cidade do Porto, 2012. Disponível em: <<https://repositorio-aberto.up.pt/bitstream/10216/73288/2/27964.pdf>>. Acesso em 15 nov 2017

NEWBIGIN, John. **A economia criativa:** um guia introdutório. Série Economia Criativa e Cultural do British Council, 2010. Disponível em: <https://creativeconomy.britishcouncil.org/media/uploads/files/Intro_guide_-_Portuguese.pdf>. Acesso em 10 set 2017

ONU, Nações Unidas do Brasil. Reportagem: ONU declara 2017 o Ano Internacional do Turismo Sustentável para o Desenvolvimento, 01 de novembro de 2016. Disponível em: <<https://nacoesunidas.org/onu-declara-2017-o-ano-internacional-do-turismo-sustentavel-para-o-desenvolvimento/>>. Acesso 24 out 2017