



Simpósio Científico FSG

de Graduação e Pós-Graduação

Design de Equipamento Urbano: Implantação de Totens Informativos nas Comunidades Rurais de São Marcos - RS

Prof . Esp. Fábio Koenig (FSG Caxias do Sul)

fabio.koenig@fsg.br

Marina Bianchi (FSG Caxias do Sul)

ninna_bianchi@hotmail.com

Resumo: Equipamentos urbanos são de uso público e têm por função à prestação de serviços necessários para melhorar o funcionamento dos lugares, alguns deles tendo como função expor informações importantes, como placas e totens informativos. Percebe-se que as comunidades rurais de São Marcos – RS têm demanda por turismo rural, mas precariedade nos métodos informativos usados, diminuindo a possibilidade de renda extra para os moradores e inibindo o reconhecimento da região. Após feita uma análise local, foi percebido que são quatro comunidades e cada uma se destaca por um cultivo agrícola predominante, sendo então constatada esta a oportunidade de torná-las propícias ao turismo. Com o objetivo de trazer reconhecimento à região e poder aproximar o turista da realidade rural, bem como culturas e costumes, este artigo apresenta a criação de uma família de *totens* informativos, dispostos de forma estratégica, a fim de identificar objetivamente a região rural de São Marcos e o cultivo predominante da mesma.

Palavras-chave: Equipamento urbano; Turismo rural; Comunidades Rurais; Totens.

1 INTRODUÇÃO

Segundo o Panorama Empresarial de Turismo Rural - PETR (2010), o turismo rural vem apresentando crescimento de aproximadamente 6% ao ano no mundo, só no Brasil percebe-se crescimento de 30% ao ano, sendo hoje uma das atividades econômicas que mais se desenvolve no país. No ranking mundial, o Brasil ocupa a quarta posição no segmento, perdendo apenas para Espanha, Portugal e Argentina. Segundo Barros (2010), “[...] é uma tendência mundial. O turista não quer mais ser apenas um mero expectador de sua viagem, mas sim um protagonista, que efetivamente vivencia experiências únicas”.

Segundo a pesquisa do PETR feita em 2010 pelo SEBRAE - Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas, São Paulo hoje é o maior destino de turismo rural no Brasil, com 122 municípios equipados para receber turistas de todo mundo, entretanto a pesquisa mostra também o interesse crescente de outros lugares aderirem à prática. Cerca de 88% dos empresários entrevistados veem os valores socioeconômicos

e culturais uma ótima forma de empreendimento, evidenciando como aspecto positivo a identidade do turismo rural como instrumento de reforço da riqueza e da diversidade da beleza do meio rural e da cultura local.

O setor de turismo, por se tratar de uma típica prestação de serviços, está ligado aos recursos humanos que operam e comercializam seus produtos, por isso, a informação/comunicação é fundamental. Primeiramente, a comunicação é usada para atrair os turistas, e, depois, para ajudar a orientá-los na localidade que estão visitando (FERREIRA, 2008). Uma das principais condições para que ocorra o desenvolvimento do turismo é que o turista tenha consciência de que a atividade não é meramente econômica e que ele entenda a forma regional utilizada para sinalização, bem como a cultura e costumes. É inquestionável que a atividade, quando bem estabelecida, bem divulgada e bem sinalizada, gere lucratividade (BITTENCOURT, 2005).

Através de pesquisa de campo, percebeu-se que as comunidades rurais da cidade de São Marcos têm demanda por turismo rural, mas as áreas não são identificadas, as formas de divulgação são precárias e há falta de incentivo aos moradores locais. Como consequência, a região não é classificada como cidade turística, e a possibilidade de renda extra e reconhecimento das atividades dos agricultores são inibidos.

Foi possível constatar quatro comunidades rurais pertencentes à cidade de São Marcos: Linha Edith, Linha Riachuelo, Linha Santana e Linha Rosita; cada uma se destaca por um cultivo agrícola predominante. Tanto as comunidades, quanto as plantações estão localizadas às margens da BR 116, em que o fluxo de veículos é grande. Inúmeras são as pessoas que passam nas localidades e acabam parando para pedir informações do cultivo, pois têm curiosidade e conhecem os alimentos somente em feiras ou supermercados desconhecendo todo o processo anterior até chegar às prateleiras.

Sendo assim, este projeto é focado no Design para Equipamentos Urbanos, que são produtos industriais para uso público, geralmente contendo mensagens informacionais e, por conseguinte, mantêm interface com o Design Gráfico (GOMES, 2006). Inúmeros são os equipamentos da categoria, como, pontos de ônibus, lixeiras, bicicletários, luminárias públicas, banheiro públicos, totens.

Este trabalho apresenta o desenvolvimento de uma família de três totens informativos, que têm como função respectivamente indicar ao turista em qual região está e qual o cultivo predominante da comunidade, indicar o alimento cultivado de cada

família da região e identificar o local escolhido para visita. Como resultado, cada região será um ícone para o turismo rural, proporcionando reconhecimento da região e trazendo melhorias na renda e na qualidade de vida.

2 REVISÃO DA LITERATURA

2.1 Turismo rural

O mundo rural deixou de ser um espaço exclusivamente agrícola, com novas atividades econômicas emergindo deste espaço, com um agricultor pluriativo que combina a atividade agrícola com a não agrícola para complementar a renda familiar e gerar ocupação para os membros familiares (BATHICE, 2002). Dentre essas atividades, pode-se citar o turismo rural, que vem ganhando cada vez mais espaço em determinadas regiões e municípios, fazendo despertar o reconhecimento, a importância e a dimensão do turismo como gerador de emprego e renda, conciliando o crescimento econômico com a preservação e a manutenção do patrimônio ambiental, histórico e herança cultural.

É possível destacar alguns interesses que fazem haver maior demanda pelo turismo rural, conforme exposto por Bathice (2002), são eles:

- Interesse nas atividades agropecuárias, bem como vida animal e vegetal;
- Convívio com a natureza;
- Entender modos de vida, costumes e tradições;
- Crescimento de oferta para sítios de lazer;
- Qualidade de vida;
- Ambiente mais saudável e calmo;
- Novas experiências, curiosidade.

As características das pessoas (público-alvo) que buscam os interesses citados anteriormente, conforme especifica Roque (2013), são:

- Faixa etária variando entre 15 a 61 anos; normalmente pessoas adultas têm mais interesse pela prática, pois buscam por um lugar mais tranquilo, já pessoas mais jovens têm mais curiosidade ou veem como algo aventureiro;

- A escolaridade é classificada da seguinte forma: em torno de 61,5% possui ensino superior ou alguma outra formação (curso técnico), 29,5% é universitário e apenas 9% têm apenas o ensino médio. É constatado também que turistas com mais escolaridade valorizam mais as atividades de recreação em turismo e lazer rural;
- Quanto à renda, pessoas com renda a partir de 03 salários mínimos (R\$ 2.365,00) costumam viajar ao menos uma vez por ano, normalmente no período do Natal e Ano Novo. Já pessoas com renda entre 05 (R\$ 3.940,00) e 15 salários mínimos (R\$ 11.820,00) optam por sair quando têm oportunidade, finais de semana, feriados, datas comemorativas familiares.

2.2 Turismo Rural na Região Sul

As regiões Sul e Sudeste são as que concentram maior oferta de turismo rural do Brasil, seguidas da região Centro-Oeste, Nordeste e Norte (ROQUE, 2013). A região serrana apresenta grande destaque na área da fruticultura, respondendo por mais da metade da produção estadual de frutas de mesa. Nesta área, destacam-se o cultivo de uva, pêssego, ameixa, figo, maçã, caqui, laranja, bergamota, kiwi, figo, pêra e pequenas frutas (morango, amora, framboesa e mirtilo) (EMATER, 2013).

A produção de olerícolas também é bastante diversificada, destinada principalmente ao consumo *in natura*. Na região são produzidas aproximadamente 40% das olerícolas do estado, entre elas: alho, tomate, cenoura, cebola, beterraba e batata. No setor de grãos, o milho, a soja, trigo e o feijão ocupam as maiores áreas (EMATER, 2013).

É possível perceber através desses dados que as comunidades que estão sendo trabalhadas nesse projeto se enquadram perfeitamente, pois através de pesquisas de campo, foi possível constatar que cada localidade possui um alimento de cultivo predominante, sendo: Linha Edith – alho, Linha Riachuelo – pinhão, Linha Rosita – figo e Linha Santana – uva.

É importante destacar também, que no estudo de campo, foi identificada uma tenda de produtos coloniais em cada comunidade, que vendem os alimentos cultivados na região, além de outros itens. Hoje, a única forma de identificação de cada localidade é através dessas tendas, que buscam de forma precária um reconhecimento. As tendas e suas respectivas comunidades são: Linha Edith – Tenda Casa do Vinho, Linha

Riachuelo – Tenda do Nono, Linha Rosita – Tenda Meneguzzo e Linha Santana – Tenda do Nêne.

3 METODOLOGIA

A metodologia utilizada para esse projeto foi um estudo de campo com método qualitativo e caráter observacional. Conforme Gil (2002), Estudo de campo é um estudo focalizado em uma comunidade que não é necessariamente geográfica, mas que seja totalmente voltada a atividade humana. É desenvolvido através de observação direta das atividades do grupo. Esse procedimento é normalmente vinculado a outras análises, feitas através de fotos, filmagens e entrevistas (GIL, 2002). Essa etapa foi aplicada através de visitas em cada comunidade, registros fotográficos das tendas e dos alimentos cultivados.

A análise dos dados foi feita de forma qualitativa, ou seja, foi feita a verificação, reflexão e interpretação de cada material recolhido, a fim de chegar num problema em comum (GIL, 2002). Nesse caso, foram analisadas as fotos e as entrevistas e chegou-se a conclusão da necessidade de sinalização e reconhecimento das comunidades como ícones de turismo rural.

A pesquisa foi de caráter observacional, que segundo Gil (2002) é um estudo que avalia se existe associação entre um determinado fator e um desfecho sem, entretanto, intervir diretamente na relação analisada. É quando um determinado elemento ou grupo é analisado quando já está introduzido àquela situação, ou seja, quando não é submetido a qualquer processo de adaptação (GIL, 2002). Nesse caso, foram analisadas as tendas e as comunidades exatamente da forma como estão inseridas, os registros fotográficos foram feitos da forma como está a situação atual, nada foi alterado ou adaptado.

Além desse método de pesquisa, foi utilizada a metodologia de projeto proposta por Bonsiepe (1984), que é dividida em cinco etapas, sendo:

- **Problematização:** fase que são traçadas as metas gerais do projeto, apresentando fatores e influências do problema;
- **Fase Analítica:** levantamento das funções, características de uso, análise funcional, ergonômica, estrutural, de materiais, entre outras;

- Especificação das Metas: lista e hierarquização dos requisitos pertinentes ao projeto;
- Anteprojeto/Geração de Alternativas: uso das ferramentas de criatividade;
- Projeto Detalhado: elaboração e detalhamento da solução, apresentação de desenhos técnicos, *renderings*, esquemas de fixação, detalhamento de materiais e processos.

4 RESULTADOS E/OU DISCUSSÕES

Nesta etapa serão apresentadas algumas análises realizadas na localidade, alguns estudos de totens similares e parte do processo criativo para a solução do projeto. Na sequência serão apresentados os resultados obtidos, materializado através da proposta da família de *totens*.

4.1 Situação Atual

Ao longo do estudo de campo foi possível analisar a situação atual de cada localidade e comprovar de fato que são necessárias inúmeras melhorias para atender o objetivo de turismo. Abaixo, na Figura 1 é possível constatar a situação das quatro comunidades:



Figura 1 - Situação atual das comunidades rurais de São Marcos

Fonte: Registros da autora.

Percebe-se que as únicas formas de sinalização das comunidades, tendas e itens de consumo são placas, algumas feitas inclusive de forma manual. Grande maioria localizada às margens da BR 116 e encoberta por plantas. Dessa forma não há meios corretos que chamem a atenção de turistas, a sinalização é totalmente precária e nada atrativa.

Baseada nessa necessidade de melhoria serão apresentadas a seguir as etapas de solução para chegar numa alternativa final, o que inclui processo de geração de alternativa, requisitos projetuais, análise com totens similares e *renderigns* finalizados em ambiente usual.

4.2 Análises Totens Similares

A análise sincrônica ou análise comparativa de produtos similares, segundo Bonsiepe (1984), serve para reconhecer o universo do produto em questão e para evitar reinvenções. A comparação e a crítica dos produtos requer a formulação de critérios comuns. Foram realizadas algumas análises com *totens* similares escolhidos através de buscas na internet, com o objetivo de levantar características e funções presentes que seriam relevantes para o desenvolvimento do novo projeto. Na figura 2, está disponível os *totens* utilizados para fazer as análises, bem como sua respectiva localização geográfica.



Figura 2 - Totens utilizados para fazer as análises do projeto

Fonte: Elaborado pela autora a partir de banco de imagens da internet.

I Simpósio Científico FSG de Graduação e Pós-Graduação – Bento Gonçalves/2015

O primeiro totem está localizado no estado do Rio de Janeiro, o segundo *totem* em Minas Gerais, o terceiro em Londres, no Reino Unido – Europa, o quarto na cidade de Gramado no Rio Grande do Sul, o quinto na recepção de uma empresa no estado de São Paulo e o sexto no centro da cidade de São Paulo.

Primeiramente foi realizado um quadro comparativo de itens relevantes para o projeto, como iluminação, dimensões, ergonomia cognitiva, materiais de construção, forma de disposição das informações, interação com o usuário, resistência a intempéries e presença de acessórios. No quadro 1, é possível verificar o comparativo:

ANÁLISE COMPARATIVA DE TOTEM INDICATIVO/ INFOMATIVO						
	Totem RJ	Totem MG	Totem RS	Totem SP 1	Totem SP 2	Totem Londres
ILUMINAÇÃO	Sim	Não	Não	Sim	Não	Sim
ALTURA	3,6 M	2,2 M	2,5 M	2,2 M	1,6 M	3 M
LARGURA	1,2 M	1 M	1,5 M	1,6 M	1 M	0,70 CM
CORES ATRATIVAS	Sim	Sim	Sim	Sim	Não	Sim
DISPOSIÇÃO INFORMAÇÕES	Claro	Claro	Claro	Claro	Claro	Claro
INTERAÇÃO	Sim	Sim	Não	Não	Não	Sim
MATERIAL	Inox Escovado	Inox Galvanizado	Lona/Madeira	Inox Galvanizado	Inox Escovado/Vidro	Inox Escovado/ Vidro
RESISTENTE INTEMPÉRIES	Sim	Sim	Sim**	Sim	Sim	Sim
ERGONOMIA COGNITIVA	Sim	Sim	Sim	Sim	Sim	Sim
ACESSÓRIOS*	Sim	Sim	Não	Não	Não	Não
	* Entrada USB, Compressor Ar, Câmera Vigilância					
	**Necessário Manutenção					

Quadro 1 - Análise comparativa de funções e acessórios de totens similares

Fonte: Elaborado pela autora.

A análise comparativa foi feita juntamente com a análise sincrônica, funcional e estrutural. As duas últimas foram feitas separadamente para buscar um universo mais amplo de características importantes. Segundo Bonsiepe (1984), as análises estruturais e configurativas servem para reconhecer e compreender os tipos e o número dos componentes, dos subsistemas, princípios de montagem, tipologia de uniões e tipo de carcaça de um produto.

A figura 3 apresenta a análise funcional, que segundo Bonsiepe (1984) serve para reconhecer e compreender as características de uso de um produto, incluindo aspectos ergonômicos (macroanálise), e as funções técnico-físicas de cada componente ou subsistema do produto (microanálise):

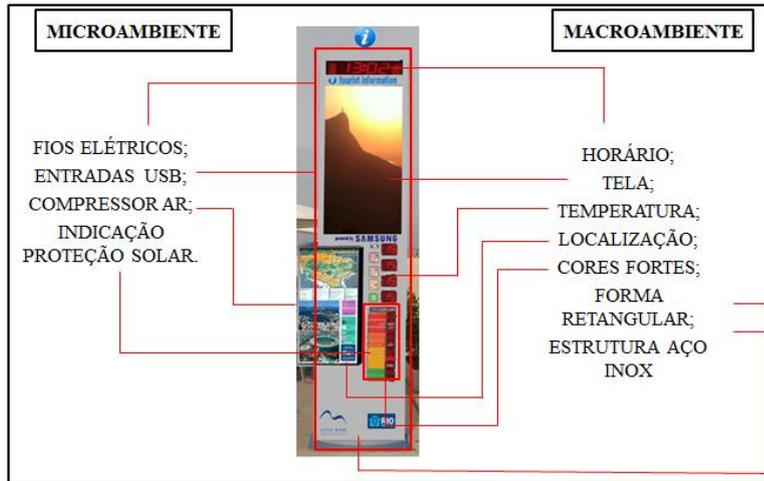


Figura 3 - Análise Funcional

Fonte: Elaborado pela autora.

Após realizadas as análises, foi possível perceber aspectos importantes para serem utilizados no desenvolvimento do novo projeto. A partir dessas análises foi desenvolvida a lista de requisitos projetuais. Conforme Bonsiepe (1984), a lista de requisitos serve para orientar o processo criativo, listando e hierarquizando as metas a serem atingidas pelo projeto.

Para hierarquizar, os requisitos foram classificados em Desejáveis, Opcionais e Indispensáveis. Como Desejáveis pode-se citar: conter elemento representante da comunidade (alho, uva...), diferenciar cada família com uma cor diferente, trazer reconhecimento e aumentar a renda dos moradores. Como Opcionais ficou somente o requisito da iluminação; como Indispensáveis pode-se citar: ter dimensões específicas para cada aplicação, mostrar o mapa da região, indicar telefones e endereços das famílias, ter estrutura de material resistente a intempéries, ter cores atrativas para destacar, ter estrutura tubular e ser fixado com parafusos e solda. Definidos os requisitos, iniciou-se o processo criativo para geração de alternativas.

4.3 Processo Criativo

Para dar início ao processo criativo foi feito primeiramente um mapa mental, para ter uma visão ampla das possibilidades. Esta técnica permite a percepção dos vários elementos que compõem o todo e, sobretudo surte mais efeito, pois a mente humana lida de forma mais eficiente tendo mais opções. Este processo estimula o lado direito do cérebro que é mais intuitivo e criativo (BRASIL, 2004).

Após foram feitas analogias dos itens relevantes para o projeto. As analogias foram de Informação, Área Rural/Fazenda, Plantação e Visita. É possível identificar através delas conceitos análogos, criando modelos funcionais e abstratos de conceitos, e comparando as similaridades entre as suas funcionalidades (BRASIL, 2004).

Em seguida foi criado um mapa de valores, que são diagramas com eixos ou escalas na vertical e na horizontal com a localização dos valores extremos e intermediários percebidos, relacionados com os produtos avaliados. É a forma de visualizar mais facilmente onde se localiza cada concorrente em relação à posição que se deseja para o futuro produto (FACCA, 2011).

Para uso dos painéis semânticos, foram utilizados os elementos característicos de cada localidade, portanto foi feito um painel com um pequeno mapa mental, similaridade de cores, formas e texturas do alho, do pinhão, da uva e do figo, todos trabalhados individualmente. O painel semântico é um quadro de referências visuais para determinados aspectos do projeto, como cores, formas, texturas, conceitos e cenários (Baxter, 1998).

Foi realizado também um painel de Expressão do Produto, onde procura-se identificar uma expressão que seja uma síntese do estilo de vida dos consumidores. Ele representa a emoção sentida no primeiro olhar, sem se referir as características específicas do produto (BAXTER, 1998).

Por fim, para sintetizar todas as ideias e ter uma referência final para iniciar a geração de alternativas, foi criado um painel de elementos em comum. Abaixo na figura 4, segue imagem com as cores em comum encontradas no alho, uva, figo e pinhão:



Figura 4: Painel de cores em comum

Fonte: Elaborado pela autora.

Na figura 5 segue imagem dos elementos em comum de forma e textura:



Figura 5 - Pannel de formas e texturas em comum

Fonte: Elaborado pela autora.

Foi definido então que as cores magenta, branco e marrom seriam as utilizadas para realizar o projeto, pois são as que mais se sobressaem. A forma definida foi arredada, pois nos quatro elementos ela está sobressalente e a textura utilizada é a da terra, pois ela é necessária para o cultivo de todos os elementos.

4.4 Geração de Alternativas / Alternativa Final

Alguns esboços foram gerados levando em consideração os elementos em comum e os requisitos projetuais e a alternativa escolhida é apresentada a seguir, na figura 6:



Figura 6 - Alternativa final do projeto

Fonte: Elaborado pela autora.

O primeiro *totem* foi projetado para ser instalado às margens da BR 116, 1 Km antes da tenda dos produtos coloniais de cada comunidade. O segundo *totem* ficará próximo à tenda, contendo o mapa da região bem como nome para contato e telefone das famílias. Terá a representação gráfica do alimento cultivado por cada família (figo, uva...) para ser o mais objetivo possível para o turista. E o terceiro *totem* ficará na entrada da casa de cada família listada no totem 2, também com a representação gráfica do item cultivado. Abaixo na figura 7 seguem imagens dos totens 1, 2 e 3 respectivamente em sua representação usual.



Figura7 - Representação em ambiente usual dos totens

Fonte: Elaborado pela autora.

4.5 Materiais e Processo de Produção

Os materiais utilizados para confecção dos *totens* são: tubo de aço carbono de parede 1,5mm, chapa de aço carbono de espessura 1,5mm, lona de PVC e madeira de demolição. Para a confecção dos arcos, o tubo é submetido ao processo de calandra e após solda. Para a estrutura que fixa a moldura, a chapa é submetida a corte e depois solda. Para a moldura é usado madeira de demolição submetida a fresamento e corte e na lona de PVC são impressas as informações gráficas.

Para remeter ao aspecto rústico, os tubos são pintados de marrom, a fim de aumentar a vida útil dos totens e remetendo a cor da madeira, já que a legislação não permite o uso da madeira em si. A moldura será de madeira de demolição, o que trará simbolismo aos totens.

5 CONSIDERAÇÕES FINAIS

O projeto recebeu o nome de *Totens Raiz*, pois supre a necessidade encontrada inicialmente, que é mostrar as origens, a cultura, a raiz e o suor diário de vários trabalhadores das áreas rurais de São Marcos. A família de *Totens Raiz* vem ao encontro dessa causa, proporcionando ao turista a oportunidade de convívio e familiarização com o cultivo de alguns alimentos naturais encontrados em feiras e supermercados, como alho, pinhão, uva e figo.

Esse contato permite que seja percebida a total dedicação desses trabalhadores, que fornecem não somente alimentos saudáveis, mas sim, qualidade de vida com excelência; e o melhor de tudo, ainda proporciona o reconhecimento das atividades e culturas da região através de seu design com aspecto rústico e simbólico, provenientes da madeira de demolição.

O projeto futuramente será apresentado as comunidades locais, com o objetivo de obter apoio para a implantação do projeto.

6 REFERÊNCIAS

BARROS, V. **Turismo rural no Brasil**. Disponível em: <http://revistagloborural.globo.com/Revista/Common/0,,ERT194939-18280,00.html>. Acesso em 09 jul. 2015.

BATHICE, M. E. M. **O turismo rural como alternativa complementar de renda à propriedade agrícola**. Santa Catarina: Universidade Federal de Santa Catarina. Dissertação (Mestrado em Engenharia de Produção), 2002.

BAXTER, M. **Projeto de produto: guia prático para o design de novos produtos**. 2 ed. Trad.: ItiroIida. São Paulo: Edgard Blucher, 1998.

BITTENCOURT, M. S. **Alternativas para o uso e ocupação das áreas verdes de lazer da ilha de Santa Catarina como forma de promover o turismo e a sustentabilidade: caso da lagoinha pequena Campeche**. Florianópolis. Santa Catarina, Curso de Turismo, 2005.

BONSIEPE, G. et al. **Metodologia Experimental: desenho industrial**. Brasília, CNPQ/Coordenação Editorial, 1984.

BRASIL, A. **Mega Memória: explore todo o potencial de sua mente**. São Paulo, Editora Alegro, 2004.

I Simpósio Científico FSG de Graduação e Pós-Graduação – Bento Gonçalves/2015

Empresa de Assistência Técnica e Extensão Rural do Governo (EMATER). **Cultivo na região serrana**. Disponível em: <http://www.emater.tche.br/site/regionais/caxias-do-sul.php#.VaWq-_lVikp> Acesso em 14 jul. 2015.

FACCA, C. Como criar um painel semântico. Disponível em: <http://chocoladesign.com/como-criar-um-painel-semantico-ou-mood-board>. Acesso em 09 jul. 2015.

FERREIRA, V. M.; **Logística de sinalização e acessibilidade**. Palhoça. Santa Catarina, Unisul Virtual, 2008.

GIL, A. C. **Como Elaborar Projetos de Pesquisa**. 4ª ed. São Paulo, Editora Atlas, 2002.

GOMES FILHO, J. **Design do Objeto: bases conceituais**. São Paulo: Escrituras Editora, 2006.

PANORAMA EMPRESARIAL DE TURISMO RURAL (PETR). **Panorama empresarial do turismo rural brasileiro 2010**. Disponível em: <http://www.idestur.org.br/download/20120219112607.pdf>. Acesso em 09 jul. 2015.

ROQUE, A. **Estudo preliminar da cadeia produtiva turismo rural brasileiro**. Disponível em: <<http://www.idestur.org.br/pdf/estudo.pdf>>. Acesso em 14 jul. 2015.