

UNIVERSIDADE FEDERAL DO PARANÁ
SETOR DE CIÊNCIAS SOCIAIS APLICADAS
DEPARTAMENTO DE CIÊNCIA E GESTÃO DA INFORMAÇÃO
CURSO GESTÃO DA INFORMAÇÃO

LEONARDO OLIVEIRA JUNGLES DE CARVALHO

A GESTÃO DA INFORMAÇÃO TURÍSTICA: UMA PROPOSTA PARA A
INTERNACIONALIZAÇÃO DO TURISMO EM CURITIBA.

CURITIBA

2022

LEONARDO OLIVEIRA JUNGLES DE CARVALHO

A GESTÃO DA INFORMAÇÃO TURÍSTICA: UMA PROPOSTA PARA A
INTERNACIONALIZAÇÃO DO TURISMO EM CURITIBA.

Trabalho de Conclusão de Curso apresentado como requisito parcial à obtenção de grau de Bacharel no Curso de Gestão da Informação, Departamento de Ciência e Gestão da Informação, do Setor de Ciências Sociais Aplicadas, da Universidade Federal do Paraná.

Professor Orientador: Prof. Dr. Rodrigo Eduardo Botelho Francisco

CURITIBA

2022

LISTA DE FIGURAS

FIGURA 1 - GRÁFICOS DE SETORES SOBRE OS ESTRANGEIROS (PR)	8
FIGURA 2 - CARACTERÍSTICAS DA VIAGEM DO TURISTA EM VISITA AO PARANÁ E À CURITIBA, 2019.	18
FIGURA 3 - COMPOSIÇÃO DO CÍRCULO CROMÁTICO	27
FIGURA 4 - PALETA DE CORES (GRUPO “BOSQUES E PARQUES”)	38
FIGURA 5 - PALETA DE CORES (GRUPO “RUAS E PRAÇAS”)	38
FIGURA 6 - PALETA DE CORES (GRUPO “MUSEUS E TEATROS”)	39
FIGURA 7 - PALETA DE CORES (GRUPO “DIVERSOS”)	39
FIGURA 8 - PRIMEIRA OPÇÃO DE MODELO PRELIMINAR	42
FIGURA 9 - SEGUNDA OPÇÃO DE MODELO PRELIMINAR (VERSÕES 1 E 2)	42
FIGURA 10 - TERCEIRA OPÇÃO DE MODELO PRELIMINAR (VERSÕES 1 E 2)	43
FIGURA 11 - RESULTADOS EM GRÁFICOS DA ESCOLHA DO PROTÓTIPO DEFINITIVO	44
FIGURA 12 - ARTES DE DIVULGAÇÃO DO QR CODE	47
FIGURA 13 - CAPA DO PROTÓTIPO PRÉ-APLICAÇÃO DO TESTE	49
FIGURA 14 - PÁGINA DE CONTEÚDOS DO PROTÓTIPO PRÉ-APLICAÇÃO DO TESTE	50
FIGURA 15 - ÚLTIMA PÁGINA DO PROTÓTIPO PRÉ-APLICAÇÃO DO TESTE	51
FIGURA 16 - PÁGINA DE INFORMAÇÕES ÚTEIS FINAL	53
FIGURA 17 - PÁGINA DE CONTEÚDOS FINAL	54
FIGURA 18 - CONTRACAPA FINAL	55

LISTA DE QUADROS

QUADRO 1 - TURISMO - MITOS E VERDADES

16

SUMÁRIO

1. APRESENTAÇÃO	7
2. OBJETIVOS	8
2.1 OBJETIVO GERAL	8
2.2 OBJETIVOS ESPECÍFICOS	8
3. JUSTIFICATIVA	9
3.1 JUSTIFICATIVA SOCIOECONÔMICA	9
3.2 JUSTIFICATIVA ACADÊMICA	10
3.3 JUSTIFICATIVA PESSOAL	10
4. REVISÃO DE LITERATURA	11
4.1 A GESTÃO DA INFORMAÇÃO TURÍSTICA	11
4.1.1 NECESSIDADES, CONDENAÇÃO, PRODUTOS E SERVIÇOS DE INFORMAÇÃO	13
4.1.2 TURISMO	15
4.1.3 OS SEGMENTOS DO TURISMO E QUAIS SÃO REALIZADOS EM CURITIBA	17
4.1.4 AS PRÁTICAS TURÍSTICAS CULTURAIS NA CAPITAL PARANAENSE	19
4.1.5 CENÁRIO DE ACESSIBILIDADES NOS PONTOS TURÍSTICOS.	20
4.2. DESIGN	21
4.2.1 DESIGN DA INFORMAÇÃO	22
4.2.2 DESIGN GRÁFICO	22
4.2.3 PROTOTIPAGEM	29
4.2.4 EXPERIÊNCIA DO USUÁRIO	30
5. ENCAMINHAMENTOS METODOLÓGICOS	32
5.1 ETAPAS	32
5.1.1 REVISÃO DE LITERATURA	32
5.1.2 PESQUISA DOCUMENTAL	33
5.1.3 ELABORAÇÃO DO PRODUTO E SERVIÇO DE INFORMAÇÃO	34
5.1.3.1 PROTOTIPAGEM SELECIONADA	35
5.1.3.2 ESTRUTURAÇÃO DO INFORMATIVO	35
5.1.3.3 TIPOGRAFIA IMPLEMENTADA	36
5.1.3.4 CORES EMPREGADAS	36
5.1.3.5 IMAGENS E ELEMENTOS VISUAIS	40
5.1.3.6 FORMULÁRIO PARA AUXÍLIO NO DESENVOLVIMENTO DO PRODUTO INFORMACIONAL FINAL	41
5.1.3.7 MÉTODO DE DISPONIBILIZAÇÃO DO PRODUTO INFORMACIONAL.	45
6. RESULTADOS	48
6.1 RESULTADOS PRÉVIOS AO TESTE DE PROTÓTIPO FINAL DO PRODUTO INFORMACIONAL	49
6.2 RESULTADOS POSTERIORES AO TESTE DE PROTÓTIPO FINAL DO PRODUTO INFORMACIONAL	51

6.3 ANÁLISE DOS RESULTADOS OBTIDOS À LUZ DA REVISÃO DE LITERATURA	55
7. CONSIDERAÇÕES FINAIS	56
REFERÊNCIAS	59
APÊNDICE A - BREVE DESCRIÇÃO DAS PRINCIPAIS RUAS E PRAÇAS TURÍSTICAS DE CURITIBA	64
APÊNDICE B - BREVE DESCRIÇÃO DOS PRINCIPAIS MUSEUS E TEATROS TURÍSTICOS DE CURITIBA	66
APÊNDICE C - BREVE DESCRIÇÃO DOS PRINCIPAIS BOSQUES E PARQUES TURÍSTICOS DE CURITIBA	67
APÊNDICE D - BREVE DESCRIÇÃO DOS PRINCIPAIS PONTOS TURÍSTICOS DIVERSOS DE CURITIBA	71
APÊNDICE E - INFORMATIVO COMPLETO DO BOSQUE DO PAPA	73
APÊNDICE F - QR CODE E ARTE PARA A DIVULGAÇÃO DO MATERIAL	77

1. APRESENTAÇÃO

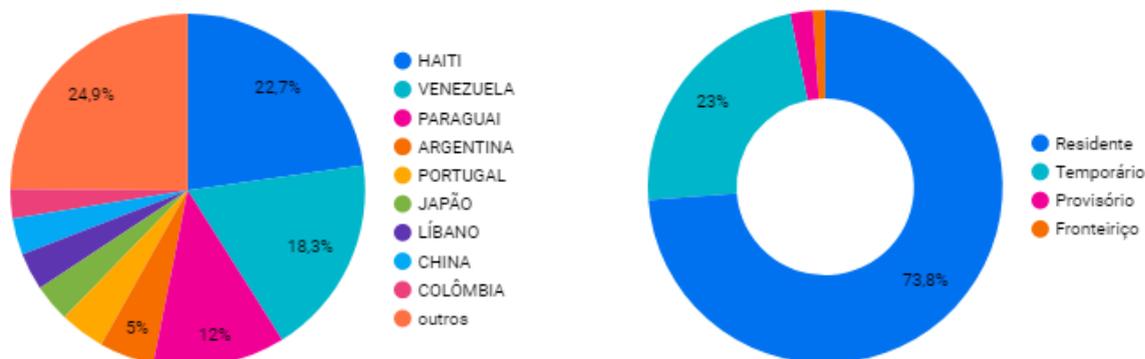
Apresenta-se proposta de elaboração de materiais disponibilizados em meio virtual a partir da aplicação de conceitos de design da informação e experiência do usuário como requisito da disciplina de Trabalho de Conclusão de Curso I, do curso de Gestão da Informação da Universidade Federal do Paraná.

De acordo com o Boletim de Inteligência Turística de 2021, disponibilizado no sítio Paraná Turismo, mantido pela Secretaria do Desenvolvimento Sustentável e do Turismo do governo do estado do Paraná, a unidade federativa está entre os 5 principais portões de acessos de turistas internacionais no Brasil, contando com um crescimento no movimento de chegadas internacionais de 6,2% no ano de 2019, sendo em sua maioria falantes nativos da língua espanhola, além da língua inglesa e demais outras, vindos predominantemente de países localizados na América Latina.

Dentre os turistas internacionais vindos ao estado do Paraná, um dos destinos escolhidos como viagem a lazer é a cidade de Curitiba (16,3%), estando entre as principais motivações a cultura (26,4%), portanto, englobando espaços culturais da cidade, compostos principais por museus, teatros, memoriais, praças, feiras, casas de leitura, casa da memória e demais localidades.

Além do mais, segundo o Sistema de Registro Nacional Migratório (SISMIGRA), base de dados mantidas pela Polícia Federal do Brasil (PF) que contém dados sobre os Estrangeiros registrados no Brasil e demais indivíduos, disponibilizada no Portal Brasileiro de Dados Abertos, atualmente o Paraná conta com mais de 190 mil estrangeiros que habitam ao longo do estado, principalmente em grandes cidades incluindo Curitiba, devido às imigrações ocasionadas pelo resultado de processo(s) relacionados ao desenvolvimento econômico e à fatores sociais como desastres naturais, guerras civis, conflitos e demais problemas socioeconômicos, tendo eles como seus países de origem, principalmente, o Haiti (22,7%), a Venezuela (18,3%) e o Paraguai (12%), logo, nenhum entre os três principais países possui a língua portuguesa como a língua oficial ou predominante.

FIGURA 1 - GRÁFICOS DE SETORES SOBRE OS ESTRANGEIROS (PR)



QTD
199.604

FONTE: O autor.

Diante dos números referentes ao turismo que ocorre na cidade de Curitiba e o país de origem dos turistas internacionais em conjunto da quantidade total de registros ativos de estrangeiros que residem no estado do Paraná, incluindo Curitiba, tendo em vista que esses indivíduos não são predominantemente falantes nativos da língua portuguesa, o principal problema que se busca solucionar é: Como a Gestão da Informação pode colaborar com a acessibilidade de informações turísticas para estrangeiros em Curitiba?

2. OBJETIVOS

Visando a resolução do problema, é necessário determinar os objetivos, sendo eles divididos entre objetivo geral e objetivos específicos.

2.1 OBJETIVO GERAL

Propor um produto informacional no idioma inglês a respeito dos pontos turísticos de Curitiba contendo os conteúdos em língua portuguesa neles presentes.

2.2 OBJETIVOS ESPECÍFICOS

- a) Analisar a necessidade de informação presente nos pontos turísticos de Curitiba que servirão de base para o desenvolvimento da revisão de literatura referente à acessibilidade, design da informação e experiência do usuário;
- b) Delimitar os pontos turísticos a serem estudados;
- c) Elaborar materiais em meio digital sobre os pontos turísticos e as informações neles inseridas;
- d) Caracterizar quais serão os indivíduos beneficiados pelos materiais que serão criados;
- e) Sugerir a aplicação e o método de disponibilização dos materiais aos seus respectivos locais.

3. JUSTIFICATIVA

A justificativa do presente trabalho é dada sob três óticas: social, acadêmica (para a Gestão da Informação), turística e pessoal.

3.1 JUSTIFICATIVA SOCIOECONÔMICA

As relevâncias socioeconômicas e, conseqüentemente, turísticas remetem-se principalmente à internacionalização da imagem e acessibilidade a espaços e conteúdos turísticos de Curitiba, dessa forma estando de acordo com os objetivos estabelecidos pelo presente trabalho, visto que atualmente o acesso às informações dos atrativos turísticos são limitadas à falantes da língua portuguesa, logo, a justificativa em questão apresenta-se em razão da inclusão social e turísticas de visitantes internacionais e estrangeiros residentes à cultura local da capital paranaense.

Além do mais, considerando a importância do turismo para a movimentação econômica, a contribuição social de práticas turísticas também está presente no cotidiano de inúmeros cidadãos, provendo diversas rendas familiares a partir de trabalhos relacionados à elas.

Segundo o relatório de Impacto Econômico Global e Tendências (2021) realizado pelo Conselho Mundial de Viagens e Turismo, dentro do contexto pandêmico o Brasil ainda foi capaz de gerar uma contribuição ao PIB de US\$115.7 bi em 2019 e US\$78 bi em 2020, que apesar de ter diminuído ainda demonstra a

influência direta sobre a vida de diversos indivíduos e o funcionamento de determinadas cidades que têm a prática turística como o carro-chefe da economia local a partir de atrações turísticas, além da contribuição ao Governo brasileiro, providenciando maiores verbas que podem resultar em investimento para o desenvolvimento do país e seu setor e potencial turístico.

3.2 JUSTIFICATIVA ACADÊMICA

A motivação da proposta do presente trabalho originou-se em decorrência do levantamento realizado nas bases de dados - portal de periódicos Coordenação de Aperfeiçoamento de Pessoal de Nível Superior (CAPES), Base de Dados Referenciais de Artigos de Periódicos em Ciência da Informação (BRAPCI), Scientific Electronic Library Online (SciELO) e SophiA Biblioteca (acervo UFPR) - referentes à Gestão da Informação aplicada ao turismo, pois notou-se a escassez de obras (livros, artigos, dissertações e demais materiais) sobre o respectivo assunto voltados à elaboração de produtos e serviços da informação para o desenvolvimento, aperfeiçoamento e modernização do turismo em Curitiba. Ademais, o incentivo à proposta também leva em consideração a importância e a utilidade do bacharelado, tendo em vista a interdisciplinaridade que o compõem, à internacionalização do turismo curitibano, o que resulta em uma melhor experiência aos turistas internacionais e demais estrangeiros residentes na capital paranaense.

3.3 JUSTIFICATIVA PESSOAL

A partir da visitação a pontos turísticos de Curitiba junto de uma estrangeira que veio a turismo voltado ao lazer, notou-se a escassez de materiais disponíveis na língua inglesa, dificultando a realização do turismo na cidade ao que diz respeito ao acesso aos conteúdos presentes nos espaços culturais, pois, em sua maioria, as informações estão presentes somente em português, dificultando o aproveitamento de turistas internacionais, afetando suas experiências referentes às culturas brasileira e curitibana e impedido-os de compreenderem efetivamente o que é cada um dos locais visitados.

4. REVISÃO DE LITERATURA

Apresenta-se questões e conceitos relativos à gestão da informação turística, necessidade, produtos e serviços de informação e design, analisando o atual conhecimento existente com a finalidade de promover maior embasamento ao trabalho proposto, relacionando-os à sugestão de elaboração de materiais nas língua inglesa voltada para a internacionalização da imagem e do turismo curitibano.

4.1 A GESTÃO DA INFORMAÇÃO TURÍSTICA

De acordo com o Projeto Pedagógico do curso de Gestão da Informação (2013), a formação, que tem como seu objeto de análise a informação, é fundamentada na interdisciplinaridade através da interconexão de conteúdos dos três principais pilares que a compõe, isto é, a Ciência da Informação, a Tecnologia da Informação e a Administração.

Em virtude da globalização, constante evolução tecnológica (incluindo as ferramentas e técnicas utilizadas em meios corporativos e acadêmicos) e mudanças nos ambientes organizacionais, cabe à Gestão da Informação (G.I.) possuir especialização e ao mesmo tempo generalização, facilitando os processos adaptativos aos quais é aplicada, caracterizando o seu impacto positivo e contribuição às organizações públicas, privadas e não governamentais (ONG's) (PROJETO PEDAGÓGICO DO CURSO DE GESTÃO DA INFORMAÇÃO, 2013).

Desse modo, considerando o seu caráter interdisciplinar, o Bacharelado em Gestão da Informação pode ser aplicado em diversas áreas (organizações e/ou departamentos de corporações) com o intuito de aperfeiçoar ou desenvolver processos, produtos e/ou serviços informacionais, incluindo dessa maneira o setor turístico brasileiro.

Conseqüentemente, referindo-se à indústria e o gerenciamento das informações turísticas presentes na cidade de Curitiba, através dos conceitos abordados ao decorrer do curso (G.I.), Hiramuki (2003) expôs em sua monografia uma proposta dinâmica da elaboração de um produto informacional (guia) voltado ao aperfeiçoamento do turismo curitibano, com um impacto direto à experiências dos visitantes, pois, o guia forneceria ao turista um mapa da cidade com diversas

categorias para facilitar a recuperação de informações, inicialmente divididas e subdivididas segundo o autor em: restaurantes, conveniência e shopping, negócios e serviços, entretenimento, turismo e cultura.

Além da produção de novos produtos, a gestão da informação turística também pode ser vista sendo utilizada para a realização de análises, como é apresentado no trabalho de Biz, Nakatani e Pavan (2013), onde os autores buscaram analisar como é dado o processo de gestão da informação no âmbito das Organizações Públicas de Turismo (OPTs), especificamente na Secretaria de Estado do Turismo do Paraná (SETU/PR). Através da pesquisa exploratória feita pelos autores, caracterizando-a como um estudo exploratório-descritivo, os resultados obtidos demonstraram como o trabalho com informações sistematizadas podem influenciar no conhecimento e na tomada de decisões em OPTs, colaborando para com os processos de criação, compartilhamento e gerenciamento do conhecimento (BIZ; NAKATANI; PAVAN, 2013).

Ademais, é notável a importância e usabilidade da gestão da informação turística para o planejamento e oferta de serviços de informação. Gobara (2002) apresenta em seu trabalho, através de recursos tecnológicos, um sistema de informações e serviços e produtos informacionais à comunidade, sem a exclusão de determinada parcela da sociedade, através de terminais de acesso à internet englobando informações sobre os atrativos turísticos e encaminhando os turistas à totens que contém informações de pontos específicos necessários para sua estadia na cidade (farmácias, pronto socorros, agências bancárias, hospitais, delegacias e entre outros).

Além disso, Nascimento e Silva (2004), a partir de um estudo exploratório que buscava analisar e diagnosticar o valor/relevância da informação para o setor turístico do estado de Santa Catarina, provam a utilidade do gerenciamento da informação turística para com a produção, organização e disseminação de informações turísticas, demonstrando que sua implementação e aplicabilidade não se limitam à somente uma região geográfica, seja ela um país, estado, município, distrito ou outra divisão.

Logo, tendo em vista sua função e utilidade, o presente trabalho visa propor, a partir da perspectiva e técnicas de gestão da informação turística, um produto informacional (material informativo) na língua inglesa que contenha, de acordo com as informações disponíveis no ponto turístico de Curitiba, conteúdos que

apresentam o determinado local, sua história e sua importância para a cultura curitibana. Além do mais, a proposta em questão contará com um produto informacional que será estruturado de maneira que possibilite sua aplicação em todos os pontos turísticos da cidade, criando dessa forma uma padronização que possa ser seguida em outras regiões brasileiras ou internacionais.

4.1.1 NECESSIDADES, CONDENSÇÃO, PRODUTOS E SERVIÇOS DE INFORMAÇÃO

Atualmente estamos envoltos e sendo expostos constantemente à informações durante nosso cotidiano em diversas situações, o que para muitos significa que estamos vivenciando uma nova sociedade que tem como seu centro a informação, seja ela utilizada como um recurso econômico e estratégico (TARAPANOFF, 2001, p. 37).

À vista disso, surge o conceito de Sociedade de Informação, que segundo Tarapanoff (2001, p. 36) “trata-se de uma nova sociedade que surge, com nova estrutura, novos canais de comunicação, novas formas de atuação social e de trabalho.”.

Todavia, indivíduos podem se equivocar com relação ao seu conceito, portanto, visando evitar confusões entre demais concepções e a melhor compreensão do respectivo termo, Audy, Andrade e Cidral (2005, p. 88) apontam que

A informação é uma coleção de fatos organizados de forma a possuir um valor adicional aos fatos em si. Em outras palavras, são dados concatenados, que passaram por um processo de transformação, cuja forma e conteúdo são apropriados para um uso específico. (AUDY; ANDRADE; CIDRAL, 2005, p. 88).

Conseqüentemente, tendo em vista que informações podem ser utilizadas para um fim/uso específico, surge a preocupação com a necessidade de informação de um indivíduo conforme o contexto em que está inserido.

Para tanto, devemos compreender o que seria a necessidade de informação de um indivíduo, e para esse propósito Cunha, Amaral e Dantas (2015, p. 3-4, grifo do autor) a definem como:

Necessidade é o que o indivíduo deve ter para desenvolver o seu trabalho e suas pesquisas, para o seu crescimento pessoal e lazer etc. [...] O conceito da necessidade é inseparável dos valores da sociedade. [...] Uma necessidade é uma demanda em potencial. (CUNHA; AMARAL; DANTAS, 2015, p. 3-4).

Em vista dos conceitos previamente expostos, o presente trabalho se propõe a aplicá-los aos pontos turísticos de Curitiba englobados na rota turística realizada pelos ônibus da Linha Turismo ofertados pela Urbanização de Curitiba S.A. (URBS) na cidade, visando o aperfeiçoamento do turismo a lazer em espaços culturais para turistas internacionais e estrangeiros que habitam a capital do Paraná.

Todavia, devido a quantidade de informações presentes nos atrativos turísticos, e tendo em vista a disponibilização de um material conciso, é necessário a aplicação de técnicas para realização da condensação das informações disponibilizadas nos respectivos locais, que por sua vez, conforme exposto por Kobashi (2018, p. 91), diz respeito à “uma operação cognitiva de análise e redução do conteúdo informacional de textos e sua representação para inserção em sistemas de informação”.

À vista disso, o aprimoramento se dará a partir da produção de materiais como produtos e serviços de informação englobando conceitos de design da informação e experiência do usuário com o intuito melhorar a acessibilidade aos pontos turísticos e seus respectivos conteúdos e informações.

Ao que diz respeito aos serviços de informação, Santos (2022, p. 5) afirma que são como “[...] uma experiência vivenciada, uma transação cujo objetivo não está (necessariamente) associado à transferência de um item”, além do mais, para Borges (2007, p. 116-117) os serviços são intangíveis, pois consistem ideias e conceitos não materializados. Já os produtos de informação

[...] podem ser considerados como estruturas de informacionais resultantes de serviços. Os produtos, diferentemente dos serviços de informação, caracterizam-se pela tangibilidade – que se apresenta através

de propriedades tais como formato, apresentação, suporte e outros.
(BORGES, 2007, p. 4)

Além disso, a partir de uma visão mercadológica, Tarapanoff (2001, p. 320) denomina os produtos como “qualquer coisa oferecida a um mercado para aquisição, atenção, uso ou consumo, a qual possa satisfazer uma necessidade ou desejo.”

Portanto, os produtos e serviços de informação são elaborados com a finalidade de atender às necessidades de clientes, logo, a proposta visa a elaborar um produto informacional, especificamente de materiais de teor informativo, especificamente em inglês, devido sua função como língua franca contemporânea, direcionados aos turistas internacionais e habitantes estrangeiros de Curitiba.

Por fim, a partir dos recursos anteriormente citados que compõem a Gestão da Informação, nota-se a imprescindibilidade do Gestor da Informação como um profissional capaz de delimitar necessidades, reunir informações, reduzi-las informacionalmente prezando pela sua essência e qualidade para assim torná-las um produto informacional a partir de sua estruturação em um material único. Entretanto, é importante ressaltar que, para a presente ocasião, somente alguns tópicos foram englobados, entretanto, o profissional da Gestão da Informação mostra-se necessário a partir da sua capacidade interdisciplinar que engloba diversas habilidades técnicas e interpessoais que vão desde a coleta de informações à gestão do conhecimento.

4.1.2 TURISMO

Ao abordar o assunto turismo, há casos em que o termo não está claramente definido para um indivíduo, ocasionando a relação da atividade a um principal aspecto, as viagens a lazer. Logo, pessoas ligam a prática do turismo à busca de relaxamento, experiências culturais e demais sentimentos, não havendo uma definição absoluta da atividade turística e suas demais classificações, o que pode causar incompreensibilidade a tópicos referentes ao assunto devido às incontáveis definições existentes do respectivo termo sob a ótica de uma pessoa.

Portanto, o intuito deste tópico é tratar sobre o que consiste o turismo, expondo quais são suas principais classificações com destaque à voltada ao lazer,

quais fatores motivam a escolha de Curitiba como destino e como podem ser praticadas as atividades turísticas na cidade.

De acordo com glossário de termos disponibilizado pela Organização Mundial do Turismo (OMT) em seu sítio oficial, o turismo é definido como:

[...] um fenômeno social, cultural e econômico que implica a circulação de pessoas para países ou locais fora do seu ambiente habitual para fins pessoais ou empresariais/profissionais. Essas pessoas são chamadas de visitantes (que podem ser turistas ou excursionistas; residentes ou não residentes) e o turismo tem a ver com suas atividades, algumas das quais envolvem despesas de turismo. (ORGANIZAÇÃO MUNDIAL DO TURISMO (OMT), tradução do autor)

Em acréscimo ao conceito de turismo apresentado pela OMT, o Ministério do Turismo (MTUR) expõe no Manual para o Desenvolvimento e a Integração de Atividades Turística com Foco na Produção Associada a seguinte definição para os turistas:

É a pessoa que se desloca para fora de seu local de residência permanente por mais de 24 horas, realizando pernoite, por motivo outro que o de não fixar residência ou exercer atividade remunerada, realizando gastos de qualquer espécie com renda auferida fora do local visitado. (MINISTÉRIO DO TURISMO (MTUR), 2011).

Todavia, apesar de ser clara a definição dada pela OMT, ainda existem mitos a respeito do turismo, portanto, tendo em vista desmistificar essas crenças, COOPER et al. (2007, p. 34) formularam uma tabela contendo os principais mitos e realidade acerca do assunto:

QUADRO 1 - TURISMO - MITOS E VERDADES

Mito	A maior parte do turismo é internacional.
Realidade	O turismo mundial é predominantemente doméstico (feito por pessoas que viajam dentro do seu próprio país). O turismo doméstico responde por aproximadamente 80% das viagens turísticas.
Mito	A maioria das viagens de turismo ocorre por via aérea, com os turistas voando de um país para

Realidade	o outro. A maior parte das viagens são feitas por via terrestre, especialmente de carro.
Mito	A maior parte das viagens são feitas por via terrestre, especialmente de carro.
Realidade	A maior parte das viagens são feitas por via terrestre, especialmente de carro.
Mito	Trabalhar no turismo significa viajar muito e poder aprender idiomas.
Realidade	A maioria dos empregos na área do turismo encontra-se no setor de hospitalidade, envolvendo poucas viagens.
Mito	O turismo é dominado pelas grandes empresas multinacionais, como as cadeias de hotéis e as companhias de transporte aéreo.
Realidade	A vasta maioria dos negócios turísticos presentes nos destinos consiste em empreendimentos de pequeno e médio porte.
Mito	O turismo é um setor simples, que requer poucas pesquisas ou planejamentos.
Realidade	O turismo é uma cadeia produtiva multissetorial complexa que, para prosperar, requer um planejamento de alto nível, fundamentado por pesquisas.

FONTE: Adaptado de Turismo, Princípios e Práticas (2007).

Além do mais, é válido ressaltar que, em decorrência da globalização no mundo moderno e da tecnologia para a elaboração de novas aeronaves, navios e outros meios de transporte voltados às atividades turísticas, além da maior acessibilidade ao que diz respeito ao custo das passagens, a prática do turismo é considerada de certa maneira nova (COOPER et al., 2007).

4.1.3 OS SEGMENTOS DO TURISMO E QUAIS SÃO REALIZADOS EM CURITIBA

O Ministério do Turismo (MTUR, 2011, p. 61), afirma em seu Manual para o Desenvolvimento e a Integração de Atividades Turísticas Com foco na Produção Associada que o turismo é dividido em segmentos, sendo os 11 principais do mercado turístico, respectivamente:

- Negócios e eventos;
- Esportes;

- Ecoturismo;
- Rural;
- Aventura;
- Náutico;
- Cultural;
- Estudos e intercâmbio;
- Saúde;
- Pesca;
- Sol e praia.

Todavia, para o desenvolvimento do presente trabalho é interessante darmos destaque aos segmentos Turismo de Negócios e Eventos e Turismo Cultural apesar de haver diversas divisões, pois, como é retratado no Boletim de Inteligência Turística elaborado pelo governo do estado do Paraná englobando um panorama em números, são os principais realizados na cidade de Curitiba e no restante do estado em geral.

FIGURA 2 - CARACTERÍSTICAS DA VIAGEM DO TURISTA EM VISITA AO PARANÁ E À CURITIBA, 2019.



FONTE: Boletim de Inteligência Turística 2021 (PARANÁ TURISMO, 2021).

Por conseguinte, com a finalidade de melhor compreensão sobre os respectivos termos para uma posterior análise eficaz e correta, apresenta-se as definições dos principais segmentos do mercado turístico presente na cidade de Curitiba.

Segundo a documentação de Segmentação do Turismo - Marcos Conceituais, o Ministério do Turismo (2021, p. 46) declara que a definição de Turismo de Negócios e Eventos é:

[...] o conjunto de atividades turísticas decorrentes dos encontros de interesse profissional, associativo, institucional, de caráter comercial, promocional, técnico, científico e social. (MINISTÉRIO DO TURISMO (MTUR), 2021, p. 46).

Já ao que diz respeito à definição do Turismo Cultural, o MTUR (2021, p. 13) denomina o Turismo Cultural como:

[...] as atividades turísticas relacionadas à vivência do conjunto de elementos significativos do patrimônio histórico e cultural e dos eventos culturais, valorizando e promovendo os bens materiais e imateriais da cultura. (MINISTÉRIO DO TURISMO (MTUR), 2021, p. 13).

Em acréscimo às definições previamente apresentadas, as atividades turísticas, segundo o Ministério de Turismo (2021, p.21), são constituídas pela “oferta de serviços, equipamentos e produtos que viabilizam o deslocamento e a estada do turista e também a realização do negócio ou do evento como atrativo”.

4.1.4 AS PRÁTICAS TURÍSTICAS CULTURAIS NA CAPITAL PARANAENSE

Ainda que na cidade de Curitiba o turismo do segmento negócios e eventos esteja entre as principais divisões turísticas, ou seja, de acordo com o Ministério do Turismo (2011, p. 61) os “congressos, convenções, feiras, encontros e similares”, os eventos citados estão em constante alteração e não necessariamente abordam o mesmo tema ou não são idealizados pelos mesmos responsáveis, portanto, a proposta do projeto visa dar destaque ao segmento de turismo cultural presente na cidade.

Os atrativos turísticos presentes na capital do Paraná, de acordo com o Instituto Municipal Curitiba Turismo (2022), estão disponíveis, de modo geral, as seguintes opções:

- Espaços Sagrados;
- Fontes;
- Jardim Botânico;
- Linha Turismo;

- Memoriais;
- Mercado Municipal;
- Museus;
- Parques e Bosques;
- Setor Histórico;
- Torre Panorâmica.

Tendo em vista a quantidade de atrativos de Curitiba, os pontos turísticos que serão abrangidos pela proposta de composição de conteúdos que explicam, auxiliam e facilitam a compreensão do o que é cada atrativo e propósito de sua construção (caso tenha), baseados nas traduções de informações contidas nas próprias localizações e pesquisas, para os turistas internacionais e estrangeiros que residem na cidade, serão os pontos turísticos incluídos na rota turística realizada pela Linha Turismo de ônibus ofertada pela empresa Urbanização de Curitiba S.A. (URBS).

Portanto, seguindo a ordem de pontos turísticos que está disponível no sítio da Urbanização de Curitiba S.A. (URBS) (2022), os 30 atrativos, que podem ser divididos entre 4 grandes grupos/categorizações, serão:

1. Bosques e Parques: Parque Barigui, Passeio Público, Bosque do Papa, Parque Tanguá, Parque Tingui, Bosque Alemão, Universidade Livre do Meio Ambiente (UNILIVRE), Parque São Lourenço;
2. Ruas e Praças: Rua 24 Horas, Rua das Flores, Praça Rui Barbosa, Praça Tiradentes.
3. Museus e Teatros: Museu Ferroviário, Teatro Paiol, Teatro Guaíra, Museu Oscar Niemeyer, Ópera de Arame;
4. Diversos: Jardim Botânico, Rodoferroviária/Mercado Municipal, Universidade Federal do Paraná, Memorial Árabe, Centro Cívico, Memorial Polonês, Memorial Polonês, Memorial Ucraniano, Paço da Liberdade, Portal Italiano, bairro Santa Felicidade, Torre Panorâmica, Setor Histórico de Curitiba.

4.1.5 CENÁRIO DE ACESSIBILIDADES NOS PONTOS TURÍSTICOS.

Entre os diversos pontos turísticos e demais espaços culturais presentes em Curitiba, em sua maioria, o cenário em relação à acessibilidade aos visitantes

estrangeiros a partir de informações dispostas em outros idiomas além do português acaba se repetindo, afetando não somente o aproveitamento dos espaços culturais, mas principalmente a compreensão dos pontos turísticos curitibanos.

Dessa forma, grande parte dos pontos turísticos englobados pela Linha Turismo da Urbanização de Curitiba S.A. (URBS), e conseqüentemente os mais visitados da capital paranaense, são exemplares da escassez quanto aos materiais informativos em outras línguas, falta de placas em outros idiomas e a não preocupação com a disponibilidade de demais informações de forma acessível aos visitantes estrangeiros de modo geral, independentemente do grupo/categoria ao qual fazem parte, limitando os turistas estrangeiros aos serviços providenciados pela URBS a partir de guias turísticos que farão a tradução para outros idiomas, acarretando na limitação dos visitantes caso optem por realizarem um turismo independente pelos diversos motivos pessoais.

Todavia, entre todas as localidades turísticas curitibanas, há exceções em que determinados conteúdos podem ser acessados em inglês ou até mesmo espanhol, como é o caso do Museu Oscar Niemeyer, tornando-o um exemplo a ser seguido quanto à preparação para com a chegada de visitantes de demais nacionalidades.

4.2. DESIGN

O design está presente na maioria dos produtos que nos rodeiam atualmente, havendo diversos segmentos e suas respectivas técnicas que podem ser aplicadas na elaboração de objetos e materiais disponíveis fisicamente ou virtualmente, sendo inclusive aplicado à comunicação a partir de elementos visuais.

Nesse sentido, o design engloba

toda atividade projetual efetiva de criação e produção de objetos, sistema de objetos e ambientes organizados, realizada por meio de processos racionalizados, com o objetivo de contribuir para melhorar a qualidade de vida humana. (HSUAN-AN, 2017, p. 46)

Tendo em vista o crescimento constante das práticas turísticas mundialmente e o aumento do volume de turistas que vem ao Brasil, especificamente à Curitiba,

com o intuito de aperfeiçoar a questão de acessibilidade aos estrangeiros ao que diz respeito às informações contidas nos pontos turísticos presentes na capital paranaense, a proposta de criação de um produto e serviço da informação (materiais informativos) para indivíduos não falantes de português utilizará elementos visuais e técnicas baseadas nos conceitos do segmento do design conhecido como design da informação.

4.2.1 DESIGN DA INFORMAÇÃO

Em virtude da constante evolução tecnológica, há também segmentos pertencentes ao design voltados para o desenvolvimento de interfaces gráfico-digitais com o intuito de aperfeiçoar a usabilidade e interatividade com usuários, como é o caso do Design da Informação.

De acordo com o Instituto Internacional de Design da Informação (IIDI, tradução do autor), o segmento “é a definição, planejamento e modelagem do conteúdo de uma mensagem e dos ambientes em que ela é apresentada, com a intenção de satisfazer as necessidades de informação dos destinatários pretendidos”.

Em acréscimo à definição apresentada pelo IIDI, a Sociedade Brasileira de Design da Informação (SBDI), fundada em 2002 em Recife, ressalta a importância e comprometimento da respectiva área do design para com a promoção da eficiência comunicativa.

Considerando a definição apresentada da área e sua relação com a comunicação, a proposta de elaboração do produto e serviço da informação (protótipo de materiais de teor informativo em inglês) para os turistas internacionais feita pelo autor utilizará elementos que compõe o design da informação junto à elementos gráficos para atender à necessidade dos espaços turísticos de Curitiba referente à acessibilidade aos seus conteúdos que estão majoritariamente disponíveis somente na língua portuguesa.

4.2.2 DESIGN GRÁFICO

Em nosso cotidiano, estamos circundados pelo design e os segmentos que o compõem, visto que a área está presente desde a elaboração de diversos objetos

tangíveis até sítios on-line (formato virtual), conseqüentemente englobando ainda produtos e/ou serviços responsáveis pela comunicação visual que resultam principalmente da implementação de técnicas e ferramentas voltadas ao Design Gráfico.

De acordo com Cardoso (2008, p. 1), o Design Gráfico pode ser compreendido como “o conjunto de atividades voltadas para a criação e a produção de objetos de comunicação visual, geralmente impressos, tais como livros, revistas, jornais, cartazes, folhetos e tantos outros”, entretanto, o respectivo segmento de design também podendo ser utilizado para o desenvolvimento de objetos disponibilizados virtualmente, tendo em consideração que seus componentes não se limitam à implementação e objetos físicos, logo, tendo vasta importância para que seja dada continuidade ao desenvolvimento da sugestão que o presente trabalho propõe.

Ademais, para a elaboração de novos materiais como *flyers*, informativos, folhetos, cartões postais, anúncios de jornal, sites e demais existentes, é necessária a compreensão de certos elementos presentes no design para que as questões gráficas e textuais estejam presentes da melhor forma possível.

Conseqüentemente, a maneira pela qual são desenvolvidos pode influenciar diretamente no que diz respeito à satisfação das necessidades de informação dos usuários aos quais são destinados, dessa forma, sendo necessário seguir determinados conceitos e princípios atrelados ao design gráfico.

Um dos componentes pertencente aos quatro princípios básicos do design com a finalidade básica de organizar, de acordo com Williams (2008), é a proximidade, que diz respeito ao agrupamento de itens que têm relação intelectual entre si e com a comunicação, evitando que sejam apresentados visualmente de forma aleatória, o que contribui para a compreensão das informações disseminadas e evita que um indivíduo interprete os elementos como incompatíveis entre si.

Portanto, a distância entre elementos visuais indica ligações e pode acarretar, segundo Williams (2008, p. 15) em “[...] uma dica visual imediata da organização e conteúdo da página.” através do que é denominado como uma unidade visual (WILLIAMS, 2008, p. 17).

Ademais, é válido ressaltar alguns pontos que devem ser evitados. Para Williams (2008, p. 32), esses pontos são, respectivamente:

- Não inserir elementos nos cantos e no centro, pois o espaço está vazio.
- Evitar diversos elementos em uma página apresentados separadamente.
- Evitar espaços em branco de mesmo tamanho entre os elementos, com exceção caso eles sejam do mesmo conjunto.
- Evitar dúvidas ao decidir o posicionamento de títulos, subtítulos, legendas com relação ao material à eles relacionados.
- Não criar elementos que devem estar separados.

Prosseguindo com relação aos elementos que compõem os quatro princípios básicos do design há o alinhamento, que determina, de acordo com Williams (2008, p. 33) que “nada deve ser colocado de maneira arbitrária na página”. Cada item deve ter uma conexão visual com outro elemento.”.

Conforme Williams (2008), é a partir desse princípio que indivíduos evitam a utilização e apresentação de diversos elementos aleatórios na confecção de materiais, acarretando em maior coesão e esclarecendo que, independentemente da distância, há relação entre os itens dispostos.

Portanto, cabe ao alinhamento unificar e organizar páginas e demais materiais a partir de unidades que contém uma ligação visual criada através do posicionamento dos itens utilizados, contudo, sem aprisionar-se à alinhamentos centralizados (WILLIAMS, 2008, p. 50).

Diante disso, há pontos que devem ser evitados, sendo o principal entre eles, conforme Williams (2008) expõe em sua obra, a utilização de mais de um alinhamento para os textos apresentados na página ou material.

Em sequência, há o princípio da repetição, que não se aplica somente à imagens e demais objetos apresentados na página ou material, logo, também se referindo à utilização de fontes em negrito, linhas grossas, marcadores, cores e demais formatos e elementos pertencentes ao design (WILLIAMS, 2008, p. 51).

O fato de elementos se repetirem ao ponto de desenvolverem uma consistência ao longo de um trabalho é capaz de unificar as partes de um design, manter o usuário/leitor atento ao item desejado pelo designer através do interesse visual e organizar as informações apresentadas (WILLIAMS, 2008).

Contudo, assim como os outros princípios previamente abordados, para a repetição também há ações que devem ser evitadas, como é o caso da repetição excessiva de um elemento, que pode trazer desconforto e desinteresse aos leitores (WILLIAMS, 2008, p. 64).

Além do mais, a seguir há o princípio voltado para o visual com o intuito de despertar interesse de um indivíduo, que é fundamental para a organização de informações e documentos, denominado contraste, que é desenvolvido a partir de dois elementos diferentes sem que haja conflito (WILLIAMS, 2008).

De acordo com Williams (2008, p. 65), “se dois itens não são exatamente iguais, faça-os serem diferentes. Muito diferentes.”, evitando dessa maneira que a semelhança entre dois itens cause incompreensibilidade.

As diferenças podem ser feitas a partir da utilização de diferentes fontes, com respectivos tamanhos, serifas ou não serifadas, destaques através da utilização do negrito e demais opções que englobam até as imagens que podem ser utilizadas (WILLIAMS, 2008).

Segundo Williams (2008, p. 80), para a utilização do contraste, é necessário que o responsável pela criação de um determinado material não tenha medo em fazer o seu uso, contudo, assim como todos os outros princípios, para o contraste também são feitas recomendações, sendo elas:

- Não utilizar técnicas de contraste entre uma linha meio grossa com outra linha mais grossa;
- Ter atenção às cores utilizadas, portanto, evitar realizar o contraste de um texto marrom com títulos pretos;
- Evitar o uso de fontes que sejam semelhantes, pois a ideia é que os elementos utilizados sejam diferentes.

Além de todos os princípios anteriores, as cores são um dos principais elementos empregados há séculos na confecção de pinturas e demais diferentes tipos de obras, materiais e trabalhos existentes, o que acarretou na criação de uma nova teoria denominada Teoria das Cores, que foi e continua sendo aplicada por diversos grandes nomes reconhecidos internacionalmente e historicamente, e visa a harmonia entre si através de técnicas e ferramentas que podem ser utilizadas.

Como grande exemplo e sendo um dos primeiros responsáveis pelo surgimento e estruturação da teoria em questão nos seus primórdios está Leonardo

da Vinci (1452-1519), nascido no território que atualmente é conhecido como Itália, que além de ser uma grande figura do Renascimento italiano devido às suas obras, também elaborava escritos, sendo um deles o *Trattato della Pittura* (Tratado sobre Pintura), que auxiliava demais pintores da época com relação à harmonização das cores, demonstrando a preocupação de Leonardo referente às cores primárias essenciais e demais conceitos (SILVEIRA, 2015).

Além do mais, Silveira (2015) ressalta em sua obra que as cores também são elementos de estudos por parte da ciência, especificamente as áreas voltadas à física e química, estando entre os responsáveis pelos estudos desenvolvidos célebres nomes, por exemplo, Isaac Newton, Johann Wolfgang von Goethe e demais figuras populares.

Para Isaac Newton, estudioso responsável por grandes avanços no estudo da gravidade e também da luz, que engloba a questão das cores em si, a partir de experimentos utilizando um prisma de vidro para análise da dispersão e composição da luz branca, o que gerou resultados de alto impacto para o desenvolvimento do estudo da cor, chamado de Ciência da Cor que está presente na Teoria da Cor e refere-se ao estudo de seus aspectos físicos (SILVEIRA, 2015).

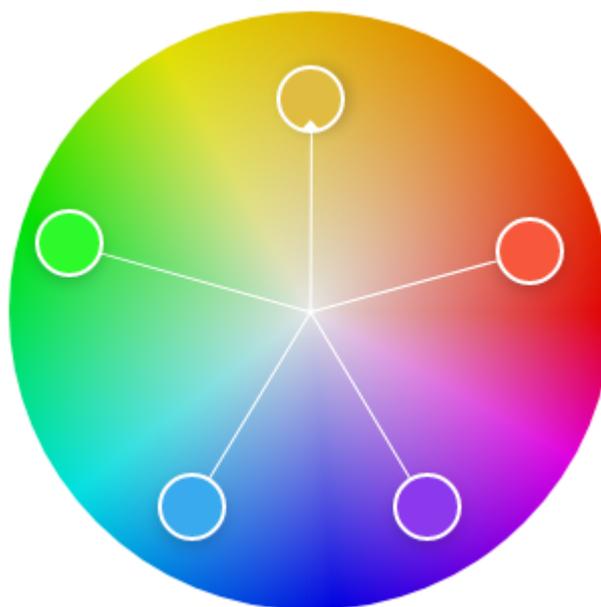
Ao que diz respeito a um dos grandes nomes da literatura, Johann Wolfgang von Goethe também está presente nos estudos das cores, principalmente em seu livro *Doutrina das Cores*. Segundo Silveira (2015, p. 27), diferentemente de Newton, Goethe considerava as cores como algo além da física, incluindo em seus estudos as suas influências nos aspectos fisiológicos relativos à visão cromática, logo, para Goethe (SILVEIRA, 2015, p.27 apud GOETHE, 1993) havia três formas de manifestação desse fenômeno:

1. Cores fisiológicas: faziam parte dos olhos, tendo dependência de sua capacidade de ação e reação;
2. Cores físicas: originadas das reflexões de fontes de luz através de objetos coloridas (cores-luz);
3. Cores químicas: surgem e dependem de substâncias químicas (cores-pigmento).

Portanto, nota-se que para a aplicação da Teoria das Cores há diversos métodos e ferramentas úteis, sendo uma das principais e mais conhecidas presente entre elas o círculo cromático, composto inicial pelas cores primárias (amarelo,

vermelho e azul) dispostas equidistantemente no círculo, que ao serem misturadas na mesma proporção à cor ao seu lado, resultam nas cores secundárias (verde, roxo e laranja) e, por fim, para o preenchimento dos espaços restantes, são feitas misturas em mesmas quantidades entre as cores de cada lado, resultando nas cores terciárias (WILLIAMS, 2008, p. 92-93).

FIGURA 3 - COMPOSIÇÃO DO CÍRCULO CROMÁTICO



FONTE: Adobe Color (2022)

Entre as cores básicas presentes no círculo cromático, há relações entre si a partir da combinação entre elas a partir de diferentes formas, que conforme Williams (2008, p. 93), podem ser:

- Complementares: cores posicionadas à frente de outras, sendo elas totalmente opostas;
- Tríades: cores posicionadas equidistantemente que formam uma tríade com formato similar ao início do círculo cromático, portanto, o posicionamento das cores primárias formam uma tríade primária. Ademais, existem outras tríades, como por exemplo, a tríade secundária;
- Tríades com complemento dividido: formadas a partir da escolha de uma cor e a utilização das cores posicionadas ao lado de outra que seja totalmente oposta à primeira seleção;

- Cores análogas: são formadas pelo conjunto de cores próximas em um círculo cromático que compartilham um subtom de mesma cor.

Por fim, há a tipografia, sendo ela um dos elementos primordiais pertencentes ao design pelo qual a maioria das composições de novos materiais, trabalhos, páginas e demais objetos tangíveis ou intangíveis, disponibilizados em meio virtual ou físico, utilizam como base para serem elaborados.

Segundo Williams (2008), a tipografia consiste, na maioria dos casos, na utilização de mais de um elemento para a composição de novos materiais, o que acarreta em três diferentes relações ao que se refere à sua utilização, podendo ser elas, de acordo com o autor:

- Concordante: relação em que são utilizadas fontes da mesma família sem variação visível ao que diz respeito ao estilo, tamanho, peso e demais características;
- Conflitante: relação em que são utilizadas fontes similares referente às suas características que acarretam em conflitos visuais;
- Contrastante: relação em que são utilizadas fontes e outros elementos com clara variação entre si.

Além das relações entre as fontes utilizadas, a tipografia carrega consigo diferentes categorias, ou seja, suas variações, que são caracterizadas entre seis principais grupos de acordo com Williams (2008, p. 153):

- Estilo antigo: baseadas nas letras cursivas de escribas, as fontes de estilo antigo com ênfase diagonal possuem serifa, sendo as das letras minúsculas serifas angulosas, além de possuírem a “transição grosso-fino” devido a angulação baseada em canetas reais;
- Moderna: fontes baseadas em escritas à caneta tendo em consideração os avanços históricos humanos, logo, sua estrutura se difere do estilo antigo e carregam consigo serifas horizontais e muito finas, sem evidências ao que diz respeito à inclinação da caneta;
- Serifa grossa: originada junto da Revolução Industrial devido ao início da publicidade, a serifa grossa consiste em fontes com letras grossas, com transição grosso-fino mínima ou inexistente;

- Sem serifa: consiste em fontes sem uma transição grosso-fino visível, caracterizadas pelo mesmo peso e grossura por inteiro em suas letras;
- Manuscrita: consiste em todas as fontes baseada em letras manuscritas à caneta comum ou profissional, pincel ou lápis. A categoria em si poderia ser dividida em diferentes tipos de fontes, sendo elas com ligações, sem ligações, com caligrafia similar à um indivíduo e assim por diante;
- Decorativa: são fontes voltadas à decoração de trabalhos como livros e são diferentes uma das outras, possuindo seus próprios modos de expressão de acordo com o contexto ou ao que são aplicadas.

Logo, além de suas diferentes relações, Williams (2008) afirma que a tipografia também é composta por diferentes contrastes que podem ser aplicados à elas e são constituídos pelo:

- Tamanho: contraste referente ao tamanho das letras utilizadas seguindo determinadas regras para que conflitos sejam evitados;
- Peso: diz respeito à espessura dos traços de uma fonte, que podem ser classificados de modo geral entre: regular, negrito, extranegrito, seminegrito ou leve, que variam de acordo com a criação da(s) fonte(s) em questão;
- Estrutura: refere-se à estrutura de uma fonte, portanto, como ela é feita;
- Forma: consistente nos formatos das letras da respectiva fonte que está em uso;
- Direção: referente à inclinação das fontes/letras;
- Cor: diz respeito à utilização das cores aplicadas às fontes existentes.

4.2.3 PROTOTIPAGEM

Para Ambrose e Harris (2010, p. 22) “os protótipos também podem testar os aspectos visuais de um projeto ao apresentá-los da maneira como seriam produzidos”, logo, sendo imprescindíveis para o presente trabalho tendo em conta a sua finalidade de propor um material informativo padronizado disponibilizado virtualmente aos visitantes estrangeiros de Curitiba.

Dessa forma, tendo em consideração o conceito apresentado pelos autores, para o desenvolvimento de produtos e/ou serviços, no que se refere à etapa de prototipagem, existem diferentes modos aos quais eles podem ser feitos, dessa forma, viabilizando que a ideação seja criada e testada, além de possibilitar a verificação de diferentes ideias com relação ao design a partir de outros métodos (AMBROSE; HARRIS, 2010, p. 140).

À vista disso, entre os vários tipos de protótipos existentes apresentados por Ambrose e Harris (2010), cabem à proposta do presente trabalho (desenvolvimento de um produto, em específico um material informativo), os seguintes métodos:

1. Esboço: consiste no rascunho de uma ideia visual abrangendo o posicionamento dos componentes de design a serem utilizados.
2. Modelo: corresponde à representação do formato final que propicia às pessoas visualizarem um design em três dimensões, possibilitando o teste dos modelos quanto aos seus aspectos visuais e funcionais.

4.2.4 EXPERIÊNCIA DO USUÁRIO

Elemento primordial ligado ao design, a aplicação da experiência do usuário, também conhecido por seu termo em inglês User Experience (UX), e seus conceitos são essenciais para que os usuários - turistas internacionais e habitantes estrangeiros de Curitiba no contexto do presente trabalho - tenham satisfação ao utilizar determinado produto ou serviço, independentemente do meio ao qual esteja disponível.

Contudo, as pessoas ainda cometem equívocos referentes à conceituação do respectivo termo assim que abordado em conversas profissionais e/ou casuais, sendo necessária a apresentação de sua definição correta para que sua aplicação seja realizada de modo eficiente e eficaz.

Para muitos, a experiência do usuário surgiu recentemente em consequência da constante evolução tecnológica, visto que atualmente o termo é abordado majoritariamente em disciplinas, publicações e demais meios de comunicação e aprendizado relacionados à utilização da *World Wide Web* (WWW), ou internet, e as páginas on-line que nelas estão presentes, entretanto, o termo surgiu há anos e sua origem é relacionada à pesquisas e investigações referentes à relação do homem com objetos dispostos analogicamente e fisicamente (GRILO, 2019).

À vista disso, o termo está presente tanto em ambientes digitais quanto físicos. A experiência do usuário, portanto, pode ser encontrada em produtos e elementos gráficos que fazem parte do cotidiano das pessoas e nas interações que elas têm com determinado recurso, produto e/ou serviço (GRILO, 2019, p. 13).

Além do mais, Grilo (2019) ressalta o fato do UX ser ligado à necessidade que acarreta na utilização de um produto e/ou serviço, ou seja, a experiência do usuário antecede as interações que indivíduos têm com determinados objetos ou recursos, estando atrelado às experiências e o que as influenciam durante todo o contexto de contato e necessidade de pessoas.

Ademais, o termo está relacionado ao design, pois a experiência de um usuário está diretamente ligada ao planejamento e elaboração de um produto/serviço e como ele poderá solucionar problemas ou satisfazer as necessidades encontradas, tendo em consideração a projeção de uma experiência para que um conjunto de ações possam ser tomadas para o estabelecimento e realização de estratégias e inovações que contribuam para uma melhor experiência de um indivíduo (GRILO, 2019).

Portanto, para que a proposta do produto e serviço de informação resulte em uma boa experiência para os indivíduos, tendo em vista a relação do conceito com a usabilidade, que é definida pela NBR 9241-11 (Norma Brasileira) (2002, p. 3) como uma “medida na qual um produto pode ser usado por usuários específicos para alcançar objetivos específicos com eficácia, eficiência e satisfação em um contexto específico de uso.”, o planejamento e elaboração do produto informacional (um informativo) em inglês será baseado nos 5 pilares apresentados por Mayhew (2012, p. 16, tradução do autor) e adaptados para o contexto do trabalho, sendo eles respectivamente:

1. Utilidade: diz respeito às questões de usabilidade, importância ou interesse do conteúdo apresentado;
2. Integridade funcional: consiste no funcionamento e estruturação do material;
3. Usabilidade: refere-se à facilidade de aprendizado e/ou uso do conteúdo;
4. Persuasão: consiste na experiência de utilização do material que poderá resultar em encorajamento e promoção de comportamentos específicos do(s) indivíduo(s);

5. Design gráfico: diz respeito ao uso de elementos do design gráfico, como cores, imagens e diferentes mídias, tipografia e demais componentes.

5. ENCAMINHAMENTOS METODOLÓGICOS

Elaborou-se um produto e serviço de teor informativo com o intuito de internacionalizar o turismo a lazer praticado em Curitiba, tendo em vista a necessidade de informação identificada que expõe a escassez de acessibilidade à turistas internacionais e demais estrangeiros residentes da capital considerando a quantidade de materiais disponíveis em outros idiomas nos pontos turísticos - especificamente o inglês, levando em conta sua função como a língua franca contemporânea - especialmente nos espaços culturais abrangidos pela Linha Turismo ofertada pela Urbanização de Curitiba S.A. (URBS). A estruturação e desenvolvimento de materiais informativos deu-se com base nos principais princípios e conceitos relativos ao design, em especial ao design da informação, e aos pontos apresentados por Mayhew (2012, p. 16) que têm como finalidade uma agradável experiência do usuário. Ademais, a concepção de materiais informativos ocorreu através da utilização da ferramenta de edição disponível online gratuitamente (Canva). Posteriormente, os materiais finalizados foram atrelados a um QR Code (Quick Response Code) para o compartilhamento dos arquivos em meio digital através da leitura do código bidimensional que será disposto nos pontos turísticos aos quais pertencem.

5.1 ETAPAS

Apresentam-se a seguir a sequência de passos executados na metodologia.

5.1.1 REVISÃO DE LITERATURA

Devido à necessidade de compreender e habituar-se ao tema ao qual a proposta do trabalho irá englobar, originou-se o processo de busca à obras - como livros, monografias, dissertações e demais trabalhos acadêmicos e documentações -

que foram utilizadas como base para o início do desenvolvimento da revisão da literatura.

No princípio, foi necessário o estudo da definição de turismo e suas classificações de acordo com fontes confiáveis para posteriormente compreender o funcionamento das práticas turísticas realizadas na cidade de Curitiba. A familiarização com o tema deu-se através da leitura de livros, artigos, boletins e sítios on-line (especificamente relacionados à prefeitura municipal de Curitiba) referentes ao turismo realizados na capital paranaense e seus respectivos dados disponibilizados de forma aberta. Além do mais, tendo em consideração os estrangeiros residentes na cidade, também foram estudados os dados disponibilizados pela Polícia Federal do Brasil (PF) através do Sistema de Registro Nacional Migratório (SISMIGRA) referentes aos estrangeiros registrados no Brasil, especificando o estado do Paraná.

Em seguida, após uma breve apresentação dos pontos turísticos aos quais a proposta do trabalho tem o intuito de englobar, foram expostos os conceitos referentes às necessidades, produtos e serviços da informação, relacionando suas definições às motivações da respectiva proposta.

Com o intuito de obter uma boa experiência dos usuários (turistas internacionais e estrangeiros residentes em Curitiba) ao utilizarem o material informativo proposto, foram estudados e apresentados os conceitos referentes ao design e seus principais componentes, ressaltando o segmento reconhecido como Design da Informação, voltado à satisfação da necessidade de informação identificada durante as etapas iniciais do trabalho.

Por fim, em busca de compreensão dos conceitos voltados à experiência do usuário e quais elementos a influenciam, ocorreu um processo de busca e a seguir foram apresentados argumentos e os principais pilares componentes referente ao assunto em questão.

5.1.2 PESQUISA DOCUMENTAL

De acordo com Sá-Silva, Almeida e Guindani (2009, p. 13)

a pesquisa documental é um procedimento metodológico decisivo em ciências humanas e sociais porque a maior parte das fontes escritas – ou não – são quase sempre a base do trabalho de investigação.

Portanto, tendo em consideração o conceito abordado previamente, além do conhecimento obtido através da revisão de literatura para a elaboração da proposta do trabalho, a pesquisa documental referente aos pontos turísticos de Curitiba para obtenção das informações neles contidas e como deu-se suas criações e o que simbolizam é um dos itens fundamentais para o prosseguimento do trabalho.

Logo, ainda a respeito da necessidade de habituação e compreensão sobre os pontos turísticos abordados pelo presente trabalho, através de buscas realizadas em sítios governamentais e privados tais como Urbanização de Curitiba S.A. (URBS), Instituto Municipal Curitiba Turismo, Museu Oscar Niemeyer, Museu Brasil, Fundação Cultural de Curitiba, Secretaria Municipal do Meio Ambiente e demais, a partir do nome dos respectivos atrativos turísticos da capital paranaense, foram realizados levantamentos e anotações das informações históricas e culturais referentes à cada localidade, tornando possível o entendimento da representação, de forma breve, de cada ponto turístico curitibano e proporcionando informações essenciais para a elaboração da sugestão do presente trabalho.

Apesar de alguns pontos específicos serem mais difíceis de encontrar informações ao seu respeito, foi possível coletar informações suficientes que capacitaram ao autor compreender as razões históricas e culturais pelas quais os pontos turísticos abordados foram selecionados como os principais a serem visitados em Curitiba, colaborando para que as informações e conhecimentos obtidos possam ser aplicados ao contexto de elaboração do produto informacional (material informativo) que capacite o acesso à informação sobre os pontos turísticos à estrangeiros.

5.1.3 ELABORAÇÃO DO PRODUTO E SERVIÇO DE INFORMAÇÃO

Neste tópico apresenta-se as ferramentas utilizadas para a criação do produto e serviço informacional (informativo) que possa ser aplicado à todos os pontos turísticos de Curitiba, com a finalidade de prover maior acessibilidade à estrangeiros, capacitando a compreensão da importância histórica e cultural dos atrativos turísticos aos quais estão visitando a partir da tradução das informações neles contidas para a língua inglesa.

As ferramentas, especificamente websites, que integraram e tornaram possível a elaboração do produto informacional são: Canva, Color Hunt, Adobe Color, ME-QR e Pixabay.

5.1.3.1 PROTOTIPAGEM SELECIONADA

Tendo em vista um dos grandes componentes do Design Thinking, a prototipagem, são cabíveis à proposta do presente trabalho dois tipos de protótipos apresentados por Ambrose e Harris (2010): esboço e modelo.

Conforme denominado por Ambrose e Harris (2010, p. 140), o esboço “permite que o designer rascunhe uma ideia visual básica e o posicionamento dos diferentes elementos de design” e os modelos “testam, respectivamente, os aspectos visuais e funcionais de um projeto design”.

Portanto, tendo em consideração o fato da presente proposta ter como objetivos específicos elaborar e sugerir um produto informacional (materiais informativos) disponibilizados digitalmente, a partir do uso de técnicas e elementos do design e seus segmentos (design thinking, design da informação e design gráfico), visando obter e fornecer maior acessibilidade à turistas estrangeiros de Curitiba, foram selecionados os tipos de protótipos previamente exibidos.

5.1.3.2 ESTRUTURAÇÃO DO INFORMATIVO

Em decorrência do impacto direto da estruturação do material sobre o produto informacional ao elaborá-lo, tendo em vista a padronização dos informativos, para o desenvolvimento dos esboços e modelos, foi criado no *website* Canva um design de documento A4 (21cm x 29,7cm), tornando-o a base do produto informacional.

Ademais, como aprimoramentos com foco na padronização, o presente produto informacional segue em sua estruturação as recomendações dadas por Williams (2008), portanto, o alinhamento do design criado é o mesmo, visando a presença de margens situadas ao centro do campo ao qual pertencem, ou seja, lado esquerdo ou direito da linha situada ao meio que faz referência à passagem do tempo. Além do mais, as linhas de textos foram alinhadas aos demais elementos gráficos presentes no material, pois simboliza a margem/final da coluna.

Entretanto, considerando a legibilidade do material, para torná-lo mais agradável e moderno com o intuito de prender a atenção do leitor/usuário, além das cores a serem utilizadas e as informações/textos condensados, as fotos utilizadas para o produto informacional foram postas seguindo o alinhamento central dos textos. Por fim, conforme recomendado por Williams (2008), o início dos parágrafos do produto informacional não possuem recuo quanto à margem situada aos lados (esquerdo e direito), estando centralizado conforme campo ao qual são destinados

5.1.3.3 TIPOGRAFIA IMPLEMENTADA

Tendo como finalidade um conteúdo de fácil retenção e de leitura agradável, objetivando uma boa experiência do usuário ao utilizar o informativo e que a aplicação do mesmo material possa ser realizada em diferentes pontos turísticos de acordo com suas características, o produto informacional contém títulos e subtítulos destacados a partir de fontes fortes, estruturas grossas, sem serifa, tamanho 30 para títulos - exceto na página inicial - e 15 para subtítulos, direção normal - sem inclinação - e forma majoritariamente maiúscula sem a presença de detalhes manuscritos ou efeito itálico e cor de acordo com a paleta selecionada para o informativo em si, logo, estando de acordo com os conselhos de Williams (2008).

Ademais, é válido ressaltar que a plataforma Canva colaborou para o desenvolvimento do produto informacional a partir da disponibilização de forma nativa de uma grande coleção de fontes e suas variações, colaborando para a redução da escassez de recursos úteis ao desenvolvimento da sugestão do presente trabalho e resultando na descoberta de fontes que satisfazem o requisito mínimo de não se limitarem à pontos turísticos específicos em decorrência de suas características estruturais e/ou temáticas, contribuindo diretamente para a padronização do material final.

5.1.3.4 CORES EMPREGADAS

Atentando para a imprescindibilidade da utilização das cores para a elaboração de materiais e demais objetos, o produto informacional fez uso da teoria das cores com auxílio da ferramenta on-line denominada Adobe Color, que possibilita de maneira descomplicada a implementação da regra de harmonia de

cores e facilita através das suas funcionalidades, tais como as ferramentas de acessibilidade, a criação de produtos informacionais que possuem boa legibilidade e equilíbrio do conjunto de cores.

Além do mais, como meio de auxílio e contribuição ao descobrimento de quais cores pudessem ser utilizadas para o desenvolvimento do produto informacional de acordo com a categoria dos pontos turísticos (ruas, praças, museus, teatros, parques, bosques e diversos), foi empregue em conjunto do mecanismo Adobe Color, visando a seleção ideal e correta das paletas de cores, a ferramenta Color Hunt.

Ademais, visando o aperfeiçoamento da padronização do produto informacional também por meio das cores utilizadas, algumas das categorias dos pontos turísticos foram agrupadas, pois, de acordo com o ponto de vista do autor, determinado conjunto de cores podem ser utilizados para mais de uma.

Portanto, após a realização da junção das categorias previamente estabelecidas, sugeriram 4 grupos para que as cores fossem escolhidas e aplicadas, sendo eles, respectivamente:

1. Bosques e parques;
2. Ruas e praças;
3. Museus e teatros;
4. Diversos.

Tendo em vista que o primeiro grupo abrange os bosques e parques de Curitiba, deu-se prioridade à escolha de cores que remetessem à natureza, principalmente aos tons de verde e marrom.

FIGURA 4 - PALETA DE CORES (GRUPO “BOSQUES E PARQUES”)



Fonte: Color Hunt (2022).

Em seguida, para segundo grupo denominado “ruas e praças”, as cores selecionadas são voltadas aos tons de azul, considerando o ambiente e localização ao qual pertencem, ou seja, a região central da capital paranaense.

FIGURA 5 - PALETA DE CORES (GRUPO “RUAS E PRAÇAS”)

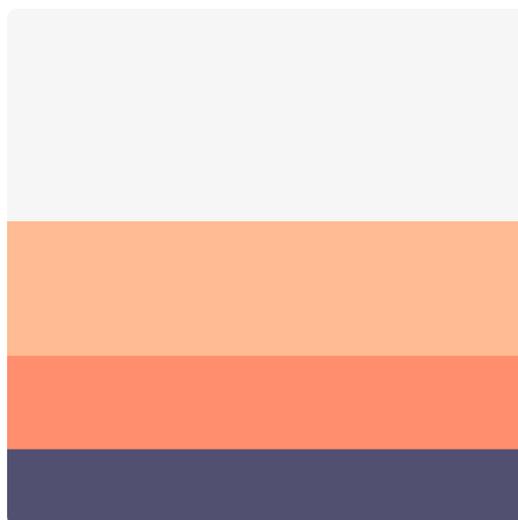


Fonte: Color Hunt (2022).

Ademais, considerando as emoções e cores utilizadas tanto na estrutura, como nos conteúdos presentes dentro dos estabelecimentos que o terceiro grupo abrange - museus e teatros -, as cores escolhidas possuem tons de laranja, mas

também a presença de um tom roxo escuro, que foi utilizado nos elementos visuais presentes no produto informacional.

FIGURA 6 - PALETA DE CORES (GRUPO “MUSEUS E TEATROS”)



Fonte: Color Hunt (2022).

Por fim, para o quarto grupo, devido à miscelânea de diversos pontos turísticos de diferentes características, deu-se prioridade aos tons de marrom as cores escolhidas devido ao seu caráter neutro.

FIGURA 7 - PALETA DE CORES (GRUPO “DIVERSOS”)



Fonte: Color Hunt (2022).

5.1.3.5 IMAGENS E ELEMENTOS VISUAIS

Para a seleção das imagens empregadas na composição do produto informacional de informativo, o presente trabalho fez uso do banco de imagens denominado Pixabay, ao qual disponibiliza em sua plataforma, gratuitamente, imagens livres de direitos autorais para uso pessoal e comercial, colaborando para a redução de riscos quanto aos seus usos.

Todavia, em decorrência da limitação quanto à disponibilização de imagens referentes à pontos turísticos específicos ou fotografias que fossem capazes de satisfazer as necessidades específicas para a elaboração de determinados tópicos presentes no produto informacional final, também foram utilizadas fotos feitas pelo autor. Além do mais, visando padronizar as cores e demais características das fotografias de autoria pessoal, utilizou-se o editor de fotografias denominado Adobe Lightroom.

Quanto aos demais elementos visuais utilizados, visando um modelo que dê uma sensação de fluidez, deu-se destaque à formas arredondadas em suas extremidades, tanto para o design da página como para os demais elementos visuais, para a composição do produto informacional, prezando um caráter mais minimalista planejando evitar o excesso de informações que podem acarretar em dificuldades para a absorção e compreensão das informações contidas no material, não foram utilizados componentes em excesso.

Além do mais, é válido destacar que, durante a seleção dos elementos visuais para a composição do produto informacional final, foi ressaltada a importância dos componentes terem a capacidade de serem aplicados a todos os pontos turísticos, independentemente de suas características gerais, para manter a neutralidade e contribuir para a padronização do material, portanto, foram utilizados seguintes itens:

1. Formas abstratas arredondadas;
2. Círculos normais;
3. Círculos compostos por linhas;
4. Círculos com centro vazado (formato de rosca);
5. Linha pontilhada com setas nas extremidades;

Grande parte dos componentes foram empregados para a criação do design do produto informacional, no entanto, é interessante realçar que os círculos normais

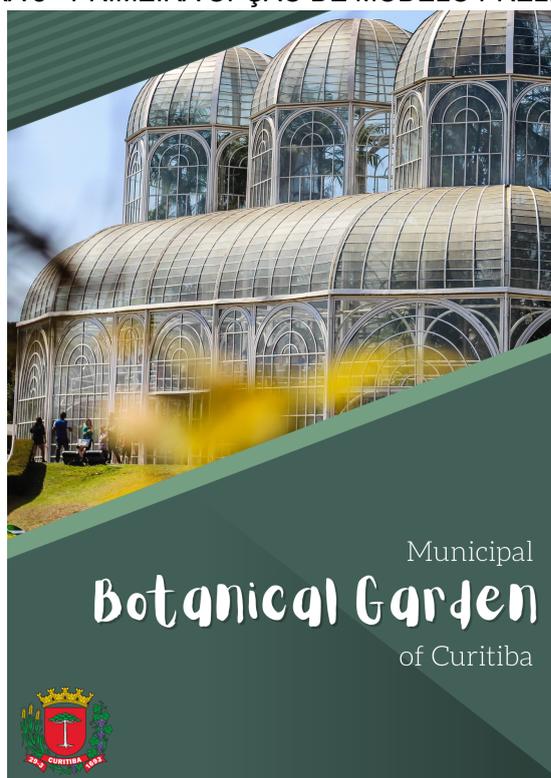
e determinadas formas abstratas arredondadas também foram utilizados com a funcionalidade denominada “Quadros” da plataforma Canva, possibilitando a inserção de imagens dentro dos elementos. Ademais, é importante salientar que o motivo da escolha da linha usada de acordo com suas características - pontilhada e com setas em suas extremidades - se deve à intenção do autor em aplicá-la a simbologia de ordem cronológica de acordo com as novidades e/ou reformas recentes realizadas nos espaços culturais, logo, tendo essa representação em mente, o elemento visual em questão foi posicionado estrategicamente no centro do design elaborado.

5.1.3.6 FORMULÁRIO PARA AUXÍLIO NO DESENVOLVIMENTO DO PRODUTO INFORMACIONAL FINAL

Entre os diversos pontos turísticos englobados no presente trabalho, para o desenvolvimento dos protótipos preliminares do produto informacional, principalmente ao que diz respeito à capa padronizada a ser utilizada, como exemplo para o desenvolvimento inicial foi selecionado o Jardim Botânico Municipal de Curitiba devido a sua representação como o “cartão postal” de Curitiba.

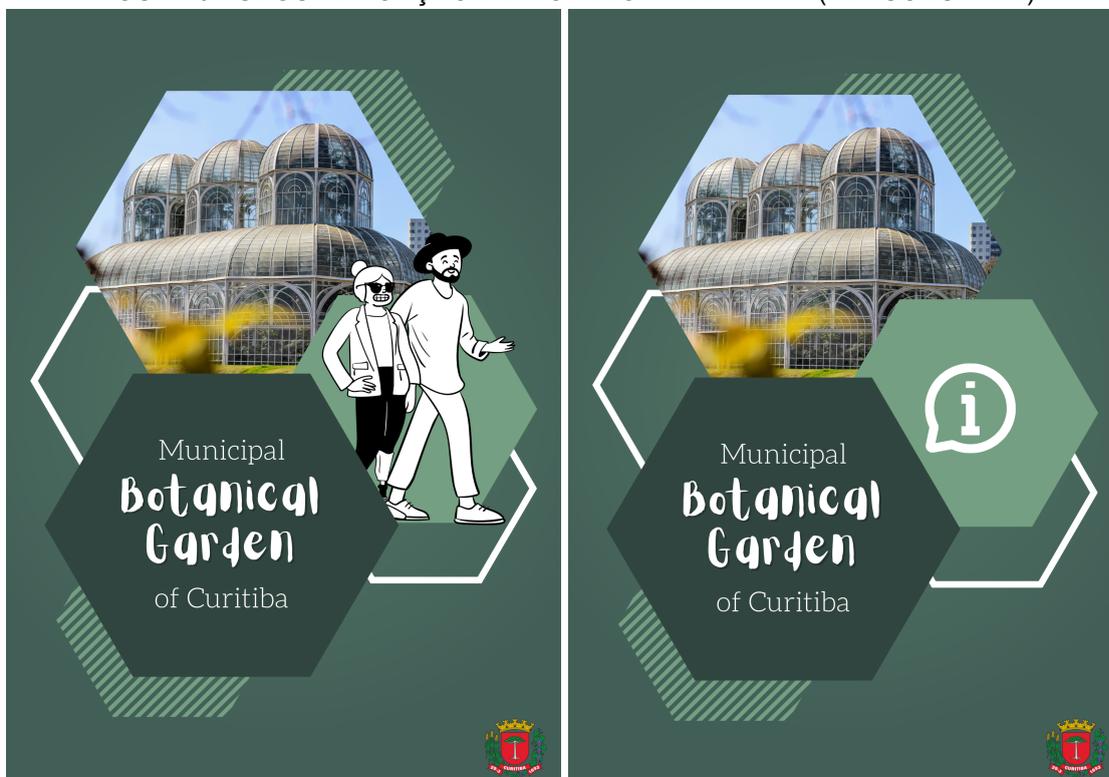
Dessa forma, visando a diversidade, foram elaboradas 3 opções de escolha de diferentes estilos/designs, as quais algumas possuem versões diferentes em decorrência da utilização de elementos variados.

FIGURA 8 - PRIMEIRA OPÇÃO DE MODELO PRELIMINAR



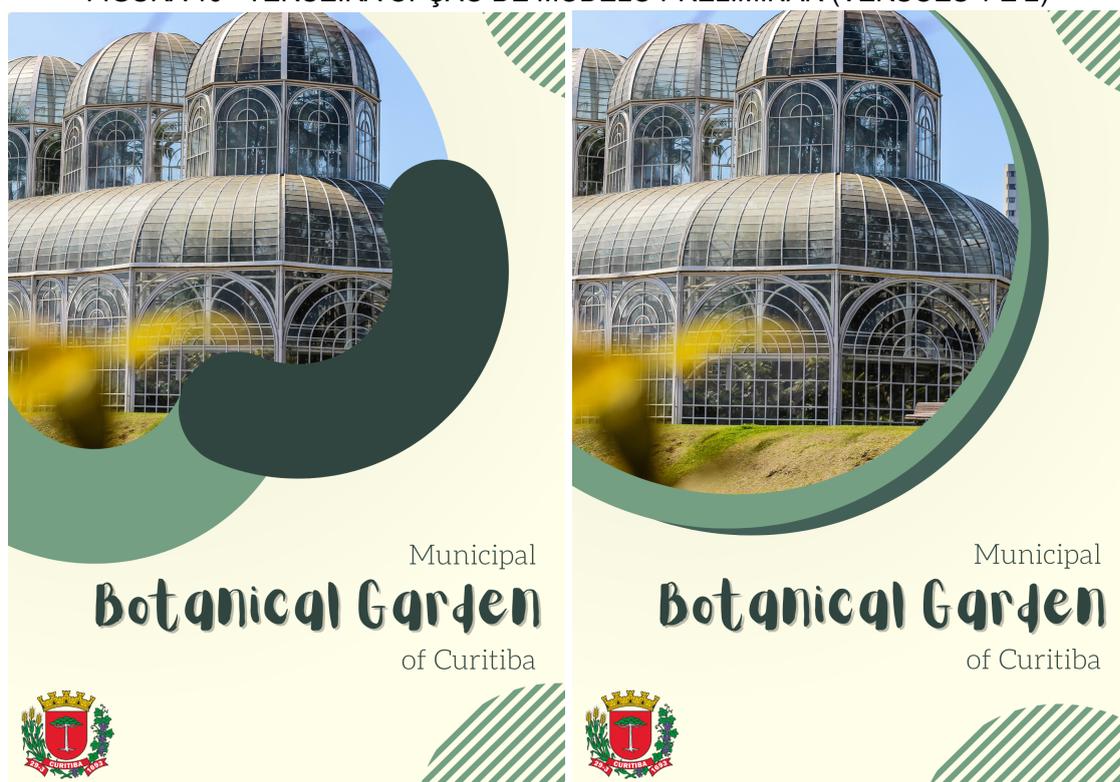
FONTE: O autor (2022)

FIGURA 9 - SEGUNDA OPÇÃO DE MODELO PRELIMINAR (VERSÕES 1 E 2)



FONTE: O autor (2022)

FIGURA 10 - TERCEIRA OPÇÃO DE MODELO PRELIMINAR (VERSÕES 1 E 2)



FONTE: O autor (2022)

Entretanto, após as capas dos protótipos iniciais terem sido finalizadas, para auxiliar o desenvolvimento e para que fosse possível atingir o modelo para o protótipo final, foi criado um formulário através da ferramenta Google Forms contendo as mesmas perguntas para cada um dos protótipos preliminares feitos, sendo elas, respectivamente:

1. Você gostou da arte/capa abaixo?
2. De 1 a 5, como você avalia o modelo apresentado?
3. Sugestões de mudanças (opcional).

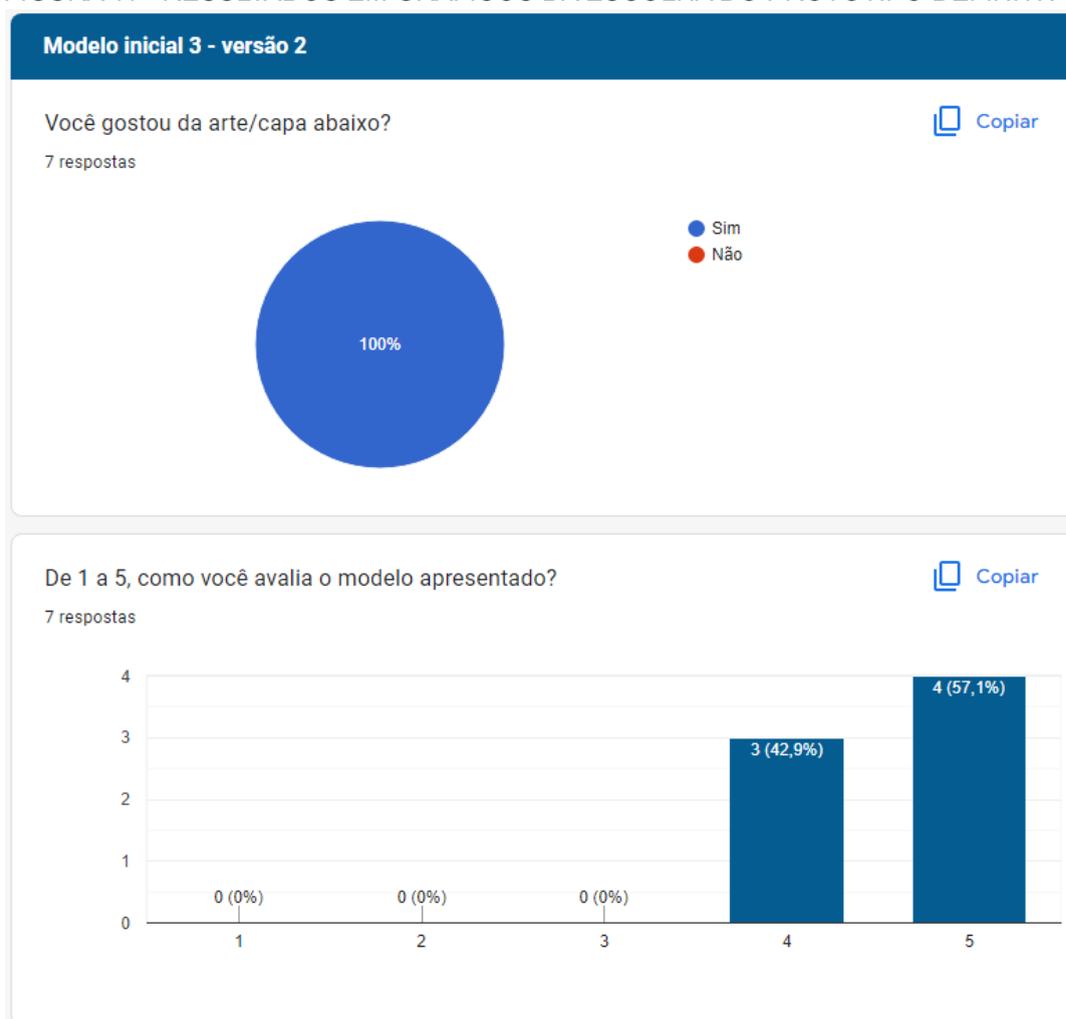
É válido ressaltar que antes das perguntas terem sido feitas, foram apresentadas observações prévias contendo informações relacionadas à proteção dos dados informados pelos respondentes e explicações sobre determinadas perguntas, atentando aos participantes principalmente ao fato dos modelos apresentados não serem definitivos.

Em seguida, o formulário foi aplicado para um determinado número reduzido de pessoas, tanto indivíduos que fazem parte ou não do público-alvo do produto informacional, como método de teste para que o modelo final do protótipo fosse

escolhido, possibilitando a continuidade de seu desenvolvimento com relação às páginas que fossem conter as informações presentes nos pontos turísticos.

Após sua aplicação, foram verificadas as respostas dadas pelos participantes, possibilitando a visualização das preferências por cada modelo e suas avaliações, resultando na escolha do terceiro modelo como o definitivo, especificamente a sua segunda versão.

FIGURA 11 - RESULTADOS EM GRÁFICOS DA ESCOLHA DO PROTÓTIPO DEFINITIVO



FONTE: O autor (2022)

Além do mais, é importante acentuar que, a partir do resultado do formulário, foram atendidas as respostas da terceira pergunta referente a sugestão de mudanças para o aprimoramento do modelo final a ser utilizado, portanto, o modelo teve alterações na tipografia implementada inicialmente, todavia, mantendo as mesmas características estipuladas previamente.

5.1.3.7 MÉTODO DE DISPONIBILIZAÇÃO DO PRODUTO INFORMACIONAL.

Com o intuito de reduzir a quantidade de papéis impressos e dar oportunidade de acesso ao(s) conteúdo(s) a todos os estrangeiros que tenham um aparelho eletrônico com acesso à internet capaz de realizar a leitura de QR Codes (códigos de barras bidimensionais), o produto informacional está disponibilizado virtualmente, evitando diretamente maiores quantidades de lixos nas ruas e em espaços culturais de Curitiba.

Desse modo, o informativo pode ser aplicado a todos os pontos turísticos da cidade, provendo informações dos respectivos espaços na língua inglesa aos indivíduos que acessá-lo, impactando diretamente no ato de compreender a importância cultural e histórica dos atrativos culturais da capital paranaense.

Ademais, é válido ressaltar que, apesar da localização geográfica do Brasil e de que maioria dos países aos quais a nação faz fronteiras utilizem o espanhol como língua oficial/principal para a comunicação entre os indivíduos, diante dos idiomas mais utilizados globalmente, a língua inglesa foi a selecionada para a composição dos produtos informacionais em decorrência da sua função como “língua franca” no momento atual.

Além do mais, em razão do idioma utilizado para a elaboração do material, ainda quanto ao modo de disponibilização nos pontos turísticos de Curitiba, pesquisou-se padrões de placas de sinalização referentes à atrativos turísticos em países que têm a língua inglesa como a oficial, tendo em consideração a centralização e experiência do usuário, e tendo em vista o modo de como e onde o informativo será disponibilizado levando em consideração uma fácil identificação quanto ao seu propósito e utilidade por estrangeiros.

Dessa maneira, destacaram-se os Estados Unidos da América (EUA) e Canadá quanto aos seus locais famosos tais como o Central Park, Museu Americano de História Natural, Cataratas do Niágara e entre outros, e também buscou-se explorar documentos sobre as mesmas questões aplicadas na União Europeia (UE).

De acordo com o site do departamento de transporte dos EUA que conta com um manual sobre dispositivos uniformes de controle de tráfego e o documento do departamento de políticas estruturais e de coesão (voltados ao transporte e turismo) sobre a padronização e selos de qualidade para serviços turísticos da UE, para os

países em questão não foram encontradas padronizações de placas aplicadas especificamente em locais turísticos com o intuito de download ou divulgação de materiais relacionados ao turismo, todavia, determinados métodos de orientação/navegação em cidades através de placas já são aplicados à capital Paranaense ao que se refere à sinalização de tráfego.

Todavia, há metodologias similares voltadas especificamente à divulgação de novos materiais/conteúdos que também já são aplicadas na capital paranaense, como é o caso de estruturas/placas presentes nos pontos turísticos que contém uma arte sobre determinada iniciativa realizada ou apoiada pelo governo paranaense.

Dessa maneira, pensou-se em reutilizar as respectivas estruturas já dispostas nos locais visando evitar a reposição de todas as placas em razão da precificação total para a realização do determinado serviço e, tendo em vista um modo de divulgação para os QR Codes de maneira a evitar a danificação das respectivas placas, notou-se a possibilidade de realizar um método de acoplamento da divulgação do informativo a partir do uso de conectivos que usufruem de “garras” que pressionam ambos os lados, tanto da estrutura em si como a de um quadro de tamanho A4 feito de acrílico que contém a arte de divulgação inserida em seu meio, o que facilitará manutenções futuras, tornando capaz sua adição aos pontos turísticos. Além disso, é válido ressaltar que, apesar do método não prevenir o roubo do material, a presença e patrulha da Guarda Municipal de Curitiba presente nos locais turísticos pode evitar estes incidentes.

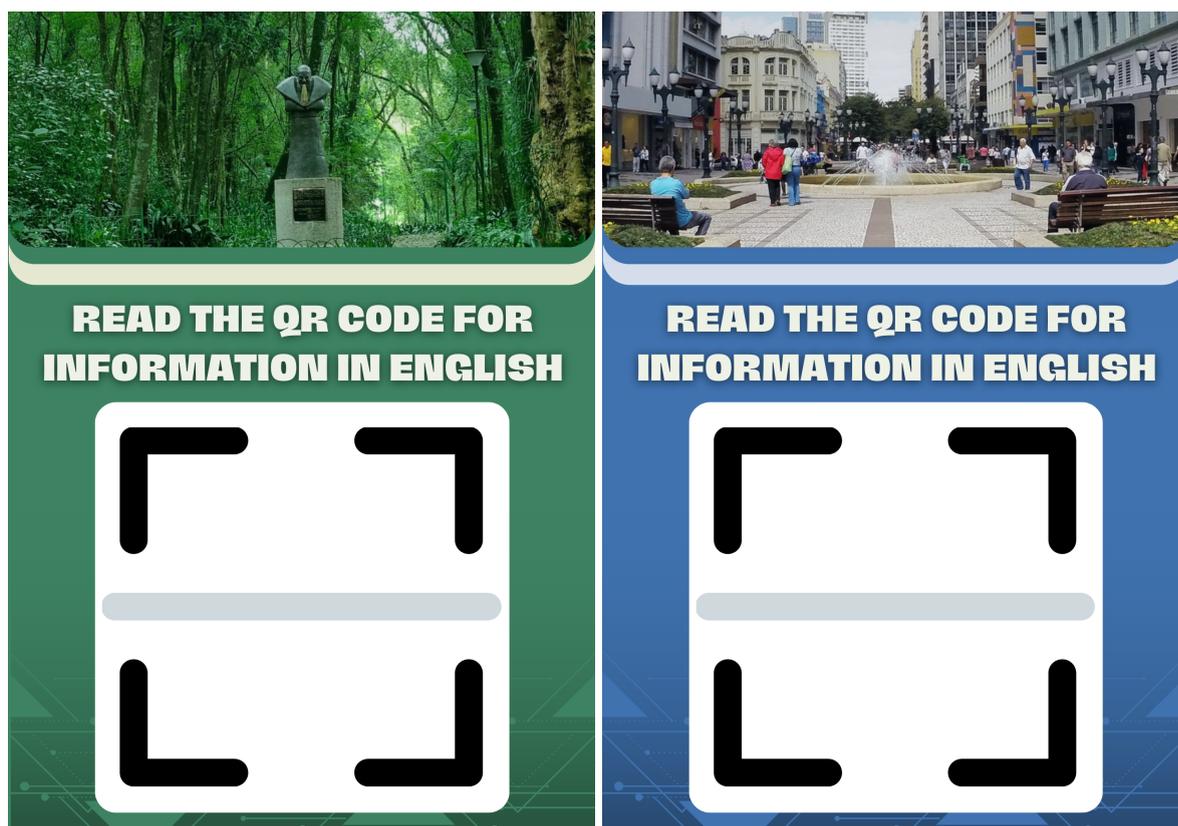
Entretanto, caso não venha a ser possível a utilização do respectivo método, a opção mais viável e que menos irá danificar a estrutura presente seria a colagem do quadro, ou display, de acrílico em um posicionamento que dê destaque e não consuma espaço da arte já presente.

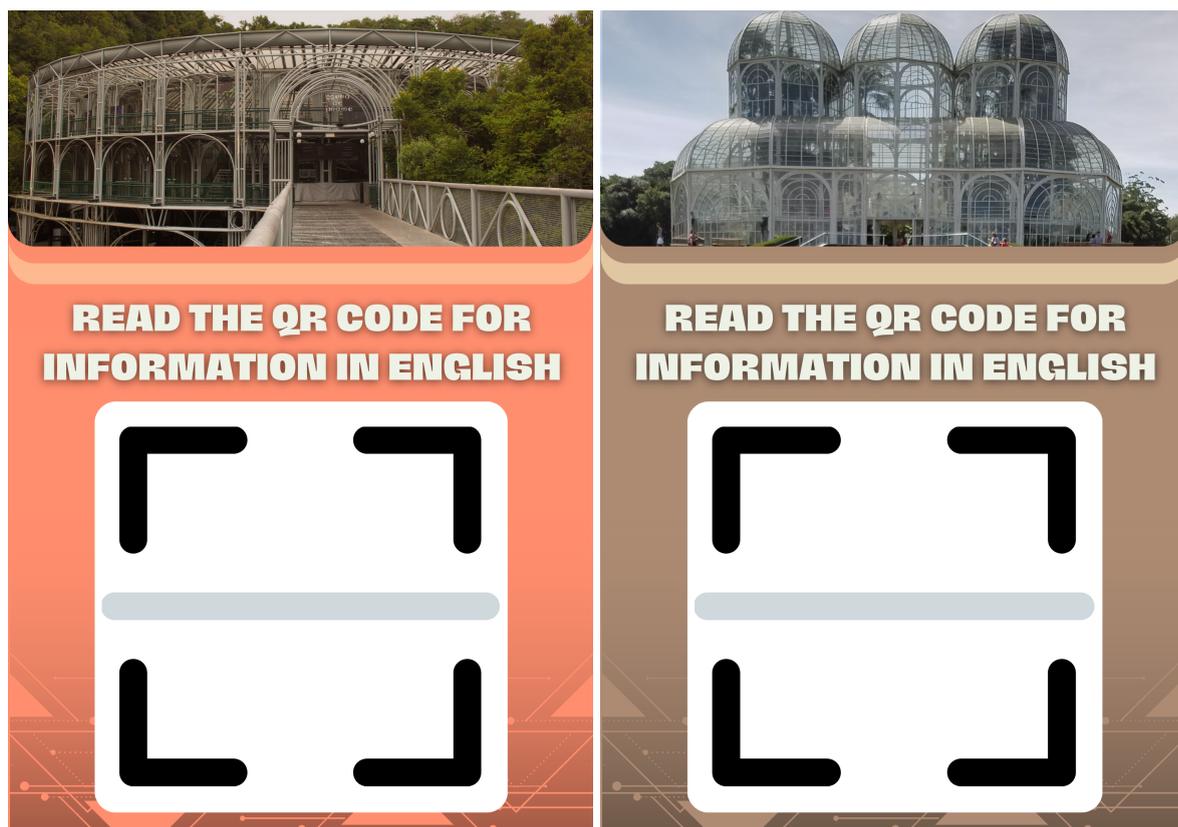
Além do mais, visando um ressaltar e baseando-se em meios de divulgações similares presentes em determinados pontos turísticos espalhados pelo mundo, principalmente ao que se refere ao Museu Americano de História Natural e o Museu do Louvre, elaborou-se uma arte ao redor do QR Code em dimensões de um papel A4 (21cm X 29,7cm) tendo em consideração a maior facilidade de impressão e disponibilização, contendo as respectivas cores de acordo com a categoria do atrativo turístico a ser implantado, uma foto simbólica e representativa do ponto turístico, a frase “read the QR Code for information in english” em caixa alta, ou “leia

o QR Code para informações em inglês, e elementos visuais triangulares em referência ao design aplicado à plataforma Curitiba Turismo.

Por fim, é importante ressaltar que o método de elaboração do QR Code para o PDF do material a ser acessado deu-se através da ferramenta gratuita denominada ME-QR, que possibilitou a inserção do arquivo do informativo em PDF e transformando-o em um código de barras bidimensionais que podem ser lidas por aparelhos eletrônicos independentemente de seu ano de lançamento, marca e/ou características técnicas. Ademais, outra vantagem da ferramenta é a possibilidade de download do material caso haja dificuldades em seu carregamento, tornando possível utilizá-lo de forma completa e sem erros causados pela conexão à internet e demais possíveis.

FIGURA 12 - ARTES DE DIVULGAÇÃO DO QR CODE





FONTE: O autor (2023).

Logo, objetivando a inclusão de todos os estrangeiros como usuários finais, independentemente de sua nacionalidade, a escolha da língua inglesa também teve em consideração os números apresentados no último boletim de inteligência turística (2021) elaborado pela Secretaria do Desenvolvimento Sustentável e do Turismo, que apresenta entre os principais visitantes do Paraná, turistas provenientes de diversos países, entretanto, estando entre os 5 principais países (Argentina, Paraguai, Estados Unidos da América, Alemanha e Peru), duas nações que têm como língua oficial idiomas de origem germânica, portanto, visando a acessibilidade e destacando a sua utilidade como língua de contato contemporânea, os informativos foram elaborados em inglês.

6. RESULTADOS

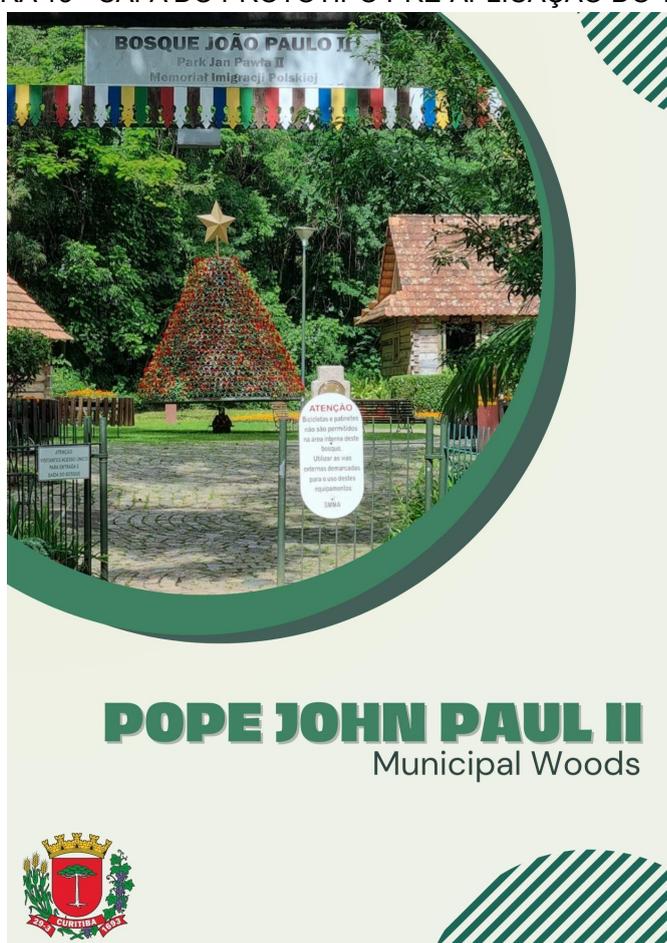
Apresenta-se os resultados obtidos previamente e posteriormente à aplicação do formulário de teste pertencente à etapa de prototipação aplicada ao desenvolvimento do presente informativo.

6.1 RESULTADOS PRÉVIOS AO TESTE DE PROTÓTIPO FINAL DO PRODUTO INFORMACIONAL

Posteriormente às etapas voltadas às elaborações primordiais do design e à aplicação do formulário a fim de auxiliar o desenvolvimento do protótipo final a partir da capa aprovada pelos respondentes, conforme destacado no tópico sobre a sequência de perguntas aplicadas, determinados detalhes foram alterados para a obtenção do resultado final, principalmente ao que diz respeito à tipografia e determinadas cores utilizadas, prezando pela capacidade de padronização e legibilidade, tendo em vista uma boa experiência do usuário final.

Dessa forma, seguindo a escolha da maioria de acordo com os resultados obtidos através do formulário, e aplicando as sugestões dadas por alguns respondentes, além de já implementá-la a um dos pontos turísticos englobados no presente trabalho (Bosque Municipal Papa João Paulo II) chegou-se a seguinte capa:

FIGURA 13 - CAPA DO PROTÓTIPO PRÉ-APLICAÇÃO DO TESTE

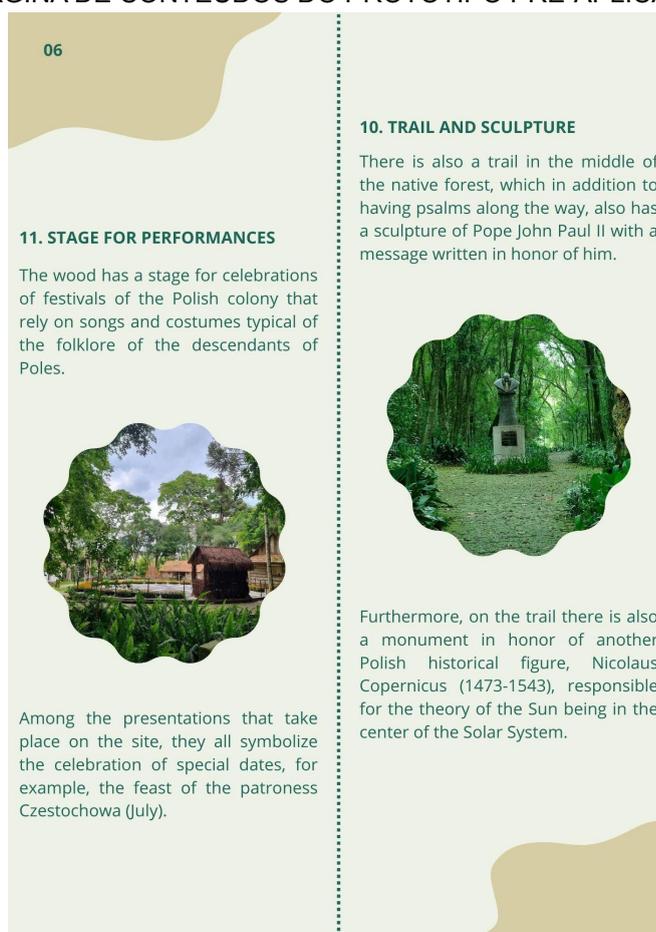


FONTE: O autor (2022).

A partir da capa utilizada no protótipo, foi possível dar sequência em relação às páginas que contêm os conteúdos em si, traduzidos para a língua inglesa, das informações contidas no ponto turístico em questão, dispondo os seguintes elementos:

1. Título com posicionamento central contendo o nome do espaço cultural abrangido;
2. Subtítulos sobre determinado objeto e/ou local da qual determinada informação se trata;
3. Parágrafos conectados aos subtítulos que contêm as informações traduzidas;
4. “Quadros” em formato arredondado contendo as imagens dos respectivos assuntos tratados de acordo com os subtítulos.

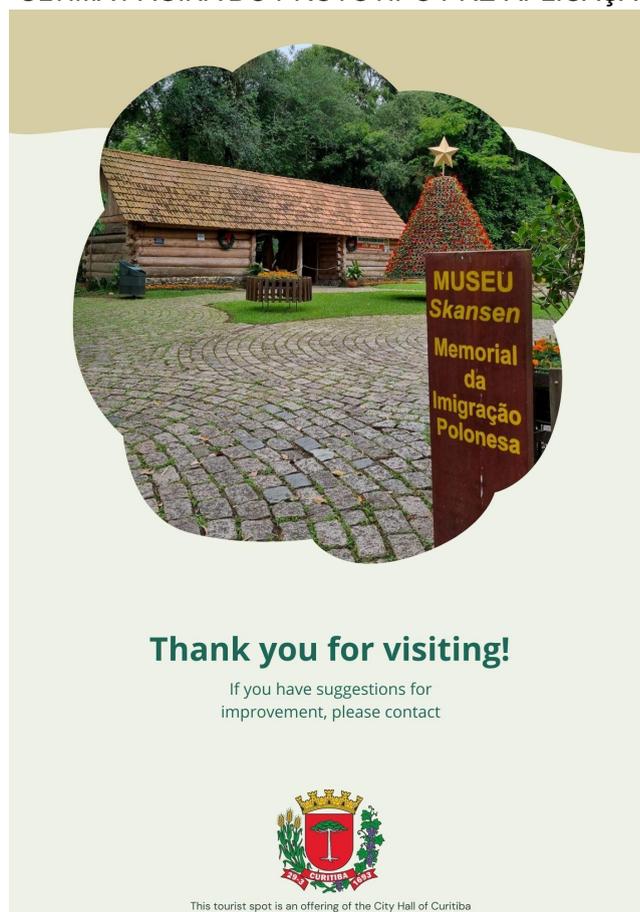
FIGURA 14 - PÁGINA DE CONTEÚDOS DO PROTÓTIPO PRÉ-APLICAÇÃO DO TESTE



FONTE: O autor (2022).

Por fim, foi elaborada a última página do protótipo final, na qual contém uma imagem do espaço cultural com posicionamento central e informações úteis referente ao local tratado, sendo elas relacionadas às questões de acessibilidade e/ou utilidades presentes no espaço cultural.

FIGURA 15 - ÚLTIMA PÁGINA DO PROTÓTIPO PRÉ-APLICAÇÃO DO TESTE



FONTE: O autor (2022).

6.2 RESULTADOS POSTERIORES AO TESTE DE PROTÓTIPO FINAL DO PRODUTO INFORMACIONAL

Tendo em vista atingir um material útil e prezando por sua qualidade, principalmente no que diz respeito à experiência de uso para os usuários finais de acordo com a disposição dos elementos visuais e textos, foi elaborado e aplicado um novo teste/formulário de prototipação quanto ao informativo para verificar a satisfação de indivíduos quanto ao design utilizado e método de apresentação das informações escritas e imagens presentes.

Diferentemente da primeira aplicação de um teste que teve como objetivo escolher a capa oficial para dar seguimento à elaboração do informativo e realizar as devidas alterações de acordo com as sugestões dadas pelos respondentes, o segundo formulário é composto pelo material já completo visando a aprovação e sugestão de mudanças para aprimorá-lo.

Portanto, visando seguir o mesmo padrão de perguntas anteriormente aplicadas no formulário que visava encontrar a capa ideal para o informativo em questão tendo em conta as questões voltadas a sua padronização, foram aplicadas as mesmas perguntas apresentadas no primeiro teste, entretanto, diferentemente do primeiro realizado, o segundo englobou as páginas primordiais, ou seja, a capa, página de informações úteis, sumário, página de conteúdos e contracapa. Logo, as questões presentes no último formulário de teste de protótipo voltadas às todas as páginas anteriormente citada foram, respectivamente:

1. “Você gostou da capa abaixo?”
2. “De 1 a 5, como você avalia a página apresentada?”
3. “Sugestão de mudanças (opcional)”

Dessa forma, foi possível atingir respostas imprescindíveis para o aprimoramento do material final, tendo a ocorrência de determinadas mudanças em 3 das páginas abordadas pelo teste: página de informações úteis, página de conteúdos e contracapa.

Quanto a página de informações úteis, de acordo com as sugestões dos respondentes, havia escassez de detalhes em seu design, portanto, inicialmente houve tentativas de adicionar novos elementos gráficos de forma a ainda permanecer no padrão de formas geométricas arredondadas criado, entretanto, não foi encontrado alguma forma capaz de se encaixar e acrescentar qualidade ao material, porém, notou-se e adicionou-se uma foto com menor opacidade (7%), dessa forma suprimindo a sugestão dada.

FIGURA 16 - PÁGINA DE INFORMAÇÕES ÚTEIS FINAL



FONTE: O autor (2023).

Ao que se refere à página de conteúdos, grande parte dos respondentes sugeriram a alteração do formato da imagem utilizada devido a dificuldade de leitura e, conseqüentemente, interpretação, logo, atendeu-se a sugestão de inserir imagens maiores e em um formato mais quadriculado, dessa forma, atingindo resultados mais agradáveis quanto à compreensão das imagens englobados pelo informativo.

FIGURA 17 - PÁGINA DE CONTEÚDOS FINAL



FONTE: O autor (2023).

Por fim, também houveram alterações feitas de acordo com as sugestões no que diz respeito à contracapa utilizada previamente, tornando-a diferente a partir do resgate de elementos visuais semelhantes aos utilizados para a composição da capa.

FIGURA 18 - CONTRACAPA FINAL



FONTE: O autor (2023).

Ademais, é válido ressaltar que, de modo geral e de acordo com as respostas dadas pelos indivíduos participantes do teste de protótipo, o retorno recebido quanto ao design aplicado ao informativo teve, em sua maioria, boas avaliações.

6.3 ANÁLISE DOS RESULTADOS OBTIDOS À LUZ DA REVISÃO DE LITERATURA

Após realizadas as aprimorações de acordo com os testes aplicados, chegou-se a um produto informacional capaz de promover e transmitir o conhecimento ao seu público-alvo, logo, os visitantes estrangeiros de Curitiba.

Dessa forma, a partir de um informativo foi possível alcançar e centralizar informações primordiais para o aproveitamento e efetiva compreensão acerca dos pontos turísticos de Curitiba em um material único, carregando a capacidade de impactar diretamente nas práticas turísticas feitas na capital paranaense, tendo em

vista a acessibilidade e prezando constantemente pela boa experiência dos indivíduos que o utilizarão, conforme estipulado por Mayhew (2012, p. 16), visto que a sugestão do presente trabalho em questão torna possível o alcance dos 5 grandes pilares englobados pela experiência do usuário:

1. utilidade: obteve-se através da sua utilidade e imprescindibilidade para a devida compreensão e, conseqüentemente, aproveitamento dos pontos turísticos;
2. integridade funcional: atingiu-se através de sua estruturação em folha A4, colaborando para sua leitura virtualmente em razão do formato de telas de aparelhos eletrônicos, além de facilitar a impressão do material caso desejado por um usuário final;
3. usabilidade: alcançou-se em razão das informações estarem centralizados em um único produto informacional/informativo e de forma concisa, prezando pela sua qualidade e fácil retenção;
4. persuasão: adquiriu-se devido à facilidade de acessibilidade ao material virtualmente, que não somente contém informações concisas e centralizadas, mas preza pelas questões visuais;
5. design gráfico: obteve-se em razão da aplicação de princípios e metodologias de design gráfico, prezando por um material minimalista, com boa tipografia e, conseqüentemente, legibilidade.

Logo, além dos pilares base referentes à experiência do usuário atingidos pelo produto informacional final, nota-se também a aplicação efetiva de técnicas de design que providenciaram um material minimalista quanto aos seus elementos visuais e que carrega textos concisos a partir da redução informacional implementada tendo em consideração técnicas de condensação da informação, visando manter sua essência e qualidade, de forma que não afete a transmissão de conhecimentos ao público-alvo.

7. CONSIDERAÇÕES FINAIS

De acordo com o último Boletim de Inteligência Turística publicado em 2021 pela autarquia estadual denominada Paraná Turismo, que é vinculada à Secretaria de Estado do Desenvolvimento Sustentável e do Turismo (Sedest), conforme os

números apresentados ao longo do material elaborado, o setor turístico está em crescimento, sendo o estado paranaense o terceiro mais visitado por turistas internacionais que vêm ao Paraná.

À vista disso, e considerando as duas principais categorias turísticas praticadas no Paraná - turismo de negócios e lazer -, através da visitação aos pontos turísticos mais populares de Curitiba, notou-se a necessidade de criação de um produto informacional, especificamente um informativo, que proporcionasse maior acessibilidade aos estrangeiros a partir das informações contidas nos locais em questão traduzidas para a língua inglesa, tendo em consideração que a maioria dos espaços culturais da capital paranaense contam com informações primordiais para a compreensão histórica e cultural dos pontos turísticos da cidade somente em português.

Deste modo, considerando as informações presentes no boletim realizado pela Paraná Turismo junto da necessidade identificada pelo autor, deu-se a sugestão de um produto informacional - um informativo em inglês - que seja capaz de ser aplicado a todos os pontos turísticos de Curitiba de forma padronizada.

Todavia, devido ao fato da sugestão estar inserida no que é denominado como a Gestão da Informação Turística (G.I.T.), visando melhor compreender do que o assunto se trata, qual sua importância e usabilidade a partir de estudos previamente realizados, notou-se que a G.I.T. faz uso dos processos pertencentes à Gestão da Informação aplicados ao turismo, principalmente ao que diz respeito à coleta, análise, produção, organização e disseminação de informações, dessa forma proporcionando informações turísticas para a concepção de novos produtos, serviços e/ou diagnósticos acerca do turismo nacional.

Entretanto, apesar da relevância dotada pelo tema para o desenvolvimento do cenário turístico do Brasil, que também é aplicável aos demais países existentes, as publicações acadêmicas voltadas à Gestão da Informação Turística ainda são escassas, portanto, tornando complexa a busca sobre o assunto, porém contando com um grande leque para o desenvolvimento dessa área de estudo.

Em seguida, durante o processo de elaboração do protótipo do produto informacional, desde os primórdios de sua ideação, teve-se em mente a utilização da língua inglesa devido à sua função de língua franca internacional, tanto para negócios como para as práticas turísticas de lazer apesar da localização geográfica

do Brasil, tendo em vista a língua oficial da maioria dos países ao qual a nação faz fronteira.

Adiante, a partir do estudo referente a prototipação, foi possível a seleção de quais metodologias poderiam ser aplicadas para a concepção da sugestão do trabalho (esboço e modelo), facilitando as etapas seguintes do processo de elaboração relacionadas ao design implementado ao material, ressaltando a importância da legibilidade e retenção dos conteúdos através de um produto informacional minimalista de acordo com os elementos visuais utilizados e seus posicionamentos, visando uma boa experiência do usuário final (estrangeiros).

Finalizada a elaboração do protótipo, foi-se obtido um modelo capaz de ser aplicado a diversos espaços culturais, independentemente de sua categorização, que pode ser notada em razão das cores a serem empregadas de acordo com as características e/ou categoria do espaço cultural em questão. Portanto, o modelo final, pensando em um material minimalista e com boa legibilidade, conta com um sumário e os respectivos subtítulos e textos presentes, assim colaborando para a diferenciação do assunto que está sendo tratado e o encontro das informações necessárias. Dessa forma, também é válido ressaltar que, além do informativo conter as informações imprescindíveis para a compreensão histórica e cultural dos pontos englobados, como forma de auxiliar e/ou preparar os visitantes, também inclui informações do que é proibido realizar no local e demais informações úteis, tais como a disponibilidade de banheiros e estacionamentos.

Ademais, é válido ressaltar o estudo sobre o manual de marca utilizado pela Prefeitura Municipal de Curitiba, entretanto, como grande parte do conteúdo diz respeito, principalmente, à utilização da logotipo da prefeitura da cidade, o presente trabalho, a partir dos protótipos e o produto informacional alcançado, teve em consideração a sugestão da utilização de novas cores de acordo com a categoria de cada ponto turístico, visando assim uma padronização aos materiais.

Entretanto, também ocorreram dificuldades durante a elaboração do protótipo, principalmente relacionadas às limitações das ferramentas utilizadas para efetuar o design, como ao que diz respeito à adição de novas tipografia somente em caso de pagamento do Canva Pro e a obtenção de novas imagens em razão da escassez de fotos livres de direitos autorais dos pontos turísticos de Curitiba.

Além do mais, o projeto contém um viés que deve ser ressaltado: o idioma utilizado, pois deu-se somente na língua inglesa devido às limitações linguísticas por

parte do autor, uma vez que, apesar de haver tecnologias/ferramentas capazes de realizar traduções para outras línguas, podem ocorrer erros gramaticais que, para um leigo em determinada linguagem, acabam não sendo notados.

Por fim, é válido salientar que a presente sugestão é voltada inicialmente aos pontos turísticos de Curitiba, todavia, em decorrência da padronização neutra mantida durante a elaboração do material, o protótipo dota da possibilidade de aplicações futuras à diferentes locais e/ou conteúdos situados ao longo do território brasileiro, além de proporcionar aprimoramentos descomplicados ao longo dos anos devido a acessibilidade gratuita das ferramentas utilizadas, colaborando dessa forma para a facilitação da acessibilidade e aproveitamento dos espaços culturais brasileiros, como a partir da adição de novas línguas, como por exemplo o espanhol, que é utilizado em grande escala na América do Sul.

REFERÊNCIAS

- AMBROSE, G; HARRIS, P. **Design Thinking**. Porto Alegre: Bookman, 2011. E-book. Disponível em: <https://integrada.minhabiblioteca.com.br/reader/books/9788577808267/pageid/0>. Acesso em: 16 set. 2022.
- AMBROSE, G; HARRIS, P. **Tipografia**. Porto Alegre: Bookman, 2011. E-book. Disponível em: <https://integrada.minhabiblioteca.com.br/reader/books/9788577808755/pageid/0>. Acesso em: 25 ago. 2022.
- ASSOCIAÇÃO BRASILEIRA DE NORMAS TÉCNICAS (ABNT). **NBR 9241-11: Requisitos Ergonômicos para Trabalho de Escritórios com Computadores Parte 11 – Orientações sobre Usabilidade**. Rio de Janeiro, 2002.
- AUDY, J. L. N.; ANDRADE, G. K. de.; CIDRAL, A. **Fundamentos de sistemas de informação**. Porto Alegre: Bookman, 2007. E-book. Disponível em: <https://integrada.minhabiblioteca.com.br/reader/books/9788577801305/pageid/0>. Acesso em: 19 ago. 2022.
- BENNETT, O.; GREEVE, M. de; CANCEL, C. **Standardisation and quality labels for EU tourist services**. Bruxelas: Parlamento Europeu, 2007. E-book. Disponível em: [https://www.europarl.europa.eu/RegData/etudes/etudes/join/2007/379230/IPOL-TRAN_ET\(2007\)379230_EN.pdf](https://www.europarl.europa.eu/RegData/etudes/etudes/join/2007/379230/IPOL-TRAN_ET(2007)379230_EN.pdf). Acesso em: 08 fev. 2023.
- BIZ, A. A.; NAKATANI, M. S. M.; PAVAN, C. de S. Análise da Gestão da Informação na Secretaria de Estado do Turismo do Paraná - SETU-PR. **Turismo em Análise**, São Paulo, v. 24, n. 2, p. 278-297, ago. 2013. Disponível em: <https://www.revistas.usp.br/rta/article/view/64183/66869>. Acesso em: 26 ago. 2022.
- BORGES, M. E. N. O essencial para a gestão de serviços e produtos de informação. **RDBCI: Revista Digital de Biblioteconomia e Ciência da Informação**, Campinas, v.5, n. 1, p. 115-128, jul/dez. 2007. Disponível em: <https://periodicos.sbu.unicamp.br/ojs/index.php/rdbci/article/view/2007>. Acesso em: 20 ago. 2022. <https://doi.org/10.20396/rdbci.v5i1.2007>.
- CANALTECH. QR Code | Entenda como funciona e aprenda a fazer. 2022. Disponível em: <https://canaltech.com.br/internet/qr-code-saiba-como-funciona-e-aprenda-como-fazer/>. Acesso em: 27 ago. 2022.

CARDOSO, R. O design gráfico e sua história. **Revista artes visuais, cultura e criação**, Rio de Janeiro, p. 1-7, 2008. Disponível em:

https://scholar.google.com/citations?view_op=view_citation&hl=pt-BR&user=P19DMI4AAAAJ&citation_for_view=P19DMI4AAAAJ:kNdYIx-mwKoC. Acesso em: 19 set. 2022.

CAVALCANTI, C. C.; FILATRO, A. **Design thinking na educação presencial, a distância e corporativa**. São Paulo: Saraiva, 2016. E-book. Disponível em:

<https://integrada.minhabiblioteca.com.br/reader/books/9788547215804/pageid/0>. Acesso em: 05 set. 2022.

CENTRO CULTURAL TEATRO GUAÍRA. Histórico. Curitiba. Disponível em:

<https://www.teatroguaira.pr.gov.br/Pagina/Historico>. Acesso em: 18 ago. 2022.

CENTRO CULTURAL TEATRO GUAÍRA. Sobre o Teatro Guaíra. Curitiba. Disponível em:

<https://www.teatroguaira.pr.gov.br/Pagina/Sobre-o-Teatro-Guaira>. Acesso em: 18 ago. 2022.

COOPER, Chris *et al.* **Turismo: princípios e práticas**. Porto Alegre: Bookman, 2008. E-book.

Disponível em: <https://integrada.minhabiblioteca.com.br/reader/books/9788577802340/pageid/0>. Acesso em: 16 ago. 2022.

CUNHA, M. B. da; AMARAL, S. A. do; DANTAS, E. B.. Manual de estudo de usuários da informação.

Revista Brasileira de Biblioteconomia e Documento - RBBD, São Paulo, v.12, n.1, p. 115-117, jan./jun. 2016. Disponível em: <https://rbbd.febab.org.br/rbbd/article/view/625>. Acesso em: 19 ago. 2022.

Cunha, M. B. da; Cavalcanti, C. R. de O. **Dicionário de Biblioteconomia e Arquivologia**. Brasília:

Briquet de Lemos, 2008. E-book. Disponível em: <https://repositorio.unb.br/handle/10482/34113>. Acesso em: 20 ago. 2022.

CUNHA. M. B. da; AMARAL, S. A. do; DANTAS, E. B. **Manual de Estudo de Usuários da Informação**. São Paulo: Editora Atlas S.A., 2015. E-book. Disponível em:

<https://integrada.minhabiblioteca.com.br/reader/books/9788522498789/pageid/0>. Acesso em: 19 ago. 2022.

FUNDAÇÃO CULTURAL DE CURITIBA. Espaços Culturais. Curitiba. Disponível em:

<http://www.fundacaoculturaldecuitiba.com.br/espacos-culturais/?p=1>. Acesso em: 15 ago. 2022.

FUNDAÇÃO CULTURAL DE CURITIBA. Espaços Culturais. Teatro do Paiol. Curitiba. Disponível em:

<http://www.fundacaoculturaldecuitiba.com.br/espacos-culturais/teatro-do-paiol/>. Acesso em: 18 ago. 2022.

GOBARA, C. Informações Turísticas na cidade de Curitiba: uma proposta de sistema de informação.

100 f. Monografia de graduação (Bacharelado em Gestão da Informação) - Universidade Federal do Paraná, Curitiba, 2002.

GOMES, E. L.; GÂNDARA, J. M.; IVARS-BAIDAL, J. A. É importante ser um destino turístico

inteligente? A compreensão dos gestores públicos dos destinos do estado do Paraná. **Revista Brasileira de Pesquisa em Turismo**, São Paulo, v. 11, n. 3, p. 503-536, set./dez. 2017. Disponível em: <https://www.scielo.br/j/rbtur/a/6dRbCLtJKpRqx5qrQM7mLMJ/?lang=en>. Acesso em: 26 ago. 2022.

GRILLO; A. **Experiência do usuário em interfaces digitais**. Natal: SEDIS-UFRN, 2019. E-book.

Disponível em: <https://repositorio.ufrn.br/handle/123456789/27011>. Acesso em: 24 ago. 2022.

GUIA GEOGRÁFICO - CURITIBA PARANÁ. Bairro de Santa Felicidade em Curitiba. Curitiba.

Disponível em: <http://www.curitiba-parana.net/santa-felicidade.htm>. Acesso em: 19 ago. 2022.

GUIA GEOGRÁFICO - CURITIBA PARANÁ. Praça Rui Barbosa, Centro de Curitiba. Curitiba. Disponível em: <http://www.curitiba-parana.net/urbanismo/praca-rui-barbosa.htm>. Acesso em: 18 ago. 2022.

GUIA GEOGRÁFICO - CURITIBA PARANÁ. Rua das Flores. Curitiba. Disponível em: <http://www.curitiba-parana.net/rua-flores.htm>. Acesso em: 19 ago. 2022.

HARTSON, R.; PYLA, P. S. **The UX Book: Process and Guidelines for Ensuring a Quality User Experience**. Waltham: Elsevier, 2012. E-book. Disponível em: https://www.academia.edu/36185377/The_UX_Book. Acesso em: 25 ago. 2022.

HIRAMUKI, R. K. Informação turística : uma proposta dinâmica. 35 f. Monografia de graduação (Bacharelado em Gestão da Informação) - Universidade Federal do Paraná, Curitiba, 2003.

HSUAN-AN, T. **Design: Conceitos e Métodos**. São Paulo: Blucher, 2018. E-book. Disponível em: <https://integrada.minhabiblioteca.com.br/reader/books/9788521210115/pageid/0>. Acesso em: 20 ago. 2022.

INSTITUTO MUNICIPAL CURITIBA TURISMO. Atrativos Turísticos. Curitiba. Disponível em: <https://turismo.curitiba.pr.gov.br/categoria/atrativos-turisticos/3>. Acesso em: 18 ago. 2022.

INSTITUTO MUNICIPAL CURITIBA TURISMO. Bosque Alemão. Curitiba. Disponível em: <https://turismo.curitiba.pr.gov.br/conteudo/bosque-alemao/1099>. Acesso em: 19 ago. 2022.

INSTITUTO MUNICIPAL CURITIBA TURISMO. Conteúdo. Jardim Botânica. Curitiba. Disponível em: <https://turismo.curitiba.pr.gov.br/conteudo/jardim-botanico/1674>. Acesso em: 18 ago. 2022.

INSTITUTO MUNICIPAL CURITIBA TURISMO. Memorial Árabe. Curitiba. Disponível em: <https://turismo.curitiba.pr.gov.br/conteudo/memorial-arabe/1632>. Acesso em: 18 ago. 2022.

INSTITUTO MUNICIPAL CURITIBA TURISMO. Memorial Ucraniano. Curitiba. Disponível em: <https://turismo.curitiba.pr.gov.br/conteudo/memorial-ucraniano/1638>. Acesso em: 19 ago. 2022.

INSTITUTO MUNICIPAL CURITIBA TURISMO. Ópera de Arame. Curitiba. Disponível em: <https://turismo.curitiba.pr.gov.br/conteudo/opera-de-arama/1611>. Acesso em: 19 ago. 2022.

INSTITUTO MUNICIPAL CURITIBA TURISMO. Paço da Liberdade. Curitiba. Disponível em: <https://turismo.curitiba.pr.gov.br/conteudo/paco-da-liberdade/1814>. Acesso em: 18 ago. 2022.

INSTITUTO MUNICIPAL CURITIBA TURISMO. Torre Panorâmica. Curitiba. Disponível em: <https://turismo.curitiba.pr.gov.br/conteudo/torre-panoramica/80>. Acesso em: 19 ago. 2022.

INTERNATIONAL INSTITUTE FOR INFORMATION DESIGN (IIID). Definitions. Disponível em: <https://www.iiid.net/home/definitions/>. Acesso em: 21 ago. 2022.

KOBASHI, N. Y. **Elementos Lógicos e Linguísticos na Organização e Representação da Informação**. Brasília: CAPES: UAB; Rio de Janeiro: Departamento de Biblioteconomia, FACC/UFRJ, 2019. E-book. Disponível em: https://cesad.ufs.br/ORBI/public/uploadCatalago/11373023032022Aula_01.pdf. Acesso em: 21 jan. 2023.

MERCADO MUNICIPAL DE CURITIBA. Sobre o mercado. Curitiba. Disponível em: <https://www.mercadomunicipaldecuritiba.com.br/sobre-o-mercado/>. Acesso em: 18 ago. 2022.

Ministério do Turismo. Glossário do Turismo: compilação de termos publicados por Ministério do Turismo e Embratur nos últimos 15 anos. Brasília: Ministério do Turismo, 2018. Disponível em: https://www.gov.br/turismo/pt-br/centrais-de-conteudo/-publicacoes/glossarios/glossario_do_turismo_-_1a_edicao.pdf. Acesso em: 16 ago. 2022.

Ministério do Turismo. Manual para o desenvolvimento e a integração de atividades turísticas com foco na produção associada. Brasília: Ministério do Turismo, 2011. Disponível em: <https://www.terrabilis.org.br/ecotecadigital/images/abook/pdf/2sem2015/novembro/Nov.15.51.pdf>. Acesso em: 16 ago. 2022.

MINISTÉRIO DO TURISMO. Segmentação do Turismo. Brasília. Disponível em: <https://www.gov.br/turismo/pt-br/centrais-de-conteudo-/publicacoes/segmentacao-do-turismo>. Acesso em: 18 ago. 2022.

MINISTÉRIO DO TURISMO. Segmentação do Turismo. Segmentacao do turismo_2. Brasília. Disponível em: <https://www.gov.br/turismo/pt-br/centrais-de-conteudo-/publicacoes/segmentacao-do-turismo/segmentacao-do-turismo-marcos-conveituais.pdf>. Acesso em: 18 ago. 2022.

MOURA, R. O Turismo no Projeto de Internacionalização da Imagem de Curitiba. **Revista Científica do Curso de Pós-Graduação Stricto Sensu em Turismo e Hotelaria da Universidade do Vale do Itajaí**, Vale do Itajaí, v. 9, n.3, p. 341-357, Set./Dez. 2007. Disponível em: <https://periodicos.univali.br/index.php/rtva/article/view/170>. Acesso em: 15 ago. 2022.

MUSEU BRASIL. Museus/Curitiba. Museu Ferroviária. Disponível em: <http://www.museubrasil.org/pt/museu/museu-ferroviario>. Acesso em: 18 ago. 2022.

NASCIMENTO, M. de J; SILVA, P. S. Informação: insumo básico para o desenvolvimento do setor de turismo em Santa Catarina. **Perspectivas em Ciência da Informação**, Belo Horizonte, v. 9, n. 1, p. 48-69, jan./jun. 2004. Disponível em: <https://brapci.inf.br/index.php/res/v/38155>. Acesso em: 26 ago. 2022.

PADUA, M. C.; JORENTE, M. J. V.; SEMEDO, A. L. Design da Informação e ações comunicacionais em websites de museus. **CIDI 2019 - 9º Congresso Internacional de Design da Informação**, Belo Horizonte, nov. 2019. Disponível em: <https://repositorio-aberto.up.pt/handle/10216/124411>. Acesso em: 21 ago. 2022.

PARANÁ TURISMO. Estatísticas do Turismo - Dados e Informações. Boletim de Inteligência Turística 2021. Curitiba. Disponível em: https://www.paranaturismo.pr.gov.br/sites/turismo/arquivos_restritos/files/documento/2021-04/Boletim%20de%20Inteligência%20Turística%202021.pdf. Acesso em: 15 ago. 2022

PARANÁ TURISMO. Estatísticas do Turismo - Dados e Informações. Curitiba. Disponível em: <https://www.paranaturismo.pr.gov.br/Pagina/Estatisticas-do-Turismo-Dados-e-Infoacoes>. Acesso em: 15 ago. 2022.

PARANÁ TURISMO. Secretaria do Turismo. Disponível em: <https://www.paranaturismo.pr.gov.br/Pagina/Parana-Turismo>. Acesso em: 05 dez. 2022.

PAULA, S. N. de. **Acessibilidade à informação em bibliotecas universitárias e a formação do bibliotecário**. 2009. 126 f. Dissertação (Mestrado em Ciência da Informação) - Pontifícia Universidade Católica de Campinas, Campinas (SP), 2009. Disponível em: http://repositorio.sis.puc-campinas.edu.br/bitstream/handle/123456789/14787/cchsa_ppgci_me_Sonia_NP.pdf?sequence=1&isAllowed=y. Acesso em 23 ago. 2022.

PORTAL BRASILEIRO DE DADOS ABERTOS. SISMIGRA - Sistema de Registro Nacional Migratório. Disponível em: <https://dados.gov.br/dataset/sismigra>. Acesso em: 15 ago. 2022.

PREFEITURA MUNICIPAL DE CURITIBA (PMC). **Manual de uso da logomarca da Prefeitura Municipal de Curitiba**. 2017. p. 1-33. Disponível em: <https://mid.curitiba.pr.gov.br/2018/00223600.pdf>. Acesso em: 26 out. 2022.

PREFEITURA MUNICIPAL DE CURITIBA. Bosque Municipal Papa João Paulo II / Memorial da Imigração Polonesa. Curitiba, 2021. Disponível em: <https://www.curitiba.pr.gov.br/conteudo/bosque-municipal-papa-joao-paulo-ii-memorial-da-imigracao-polonesa/277>. Acesso em: 18 ago. 2022.

PREFEITURA MUNICIPAL DE CURITIBA. Notícias. Curitiba abriga estrangeiros das mais diversas nacionalidades. Disponível em: <https://www.curitiba.pr.gov.br/noticias/curitiba-abriga-estrangeiros-das-mais-diversas-nacionalidades/38093>. Acesso em: 15 ago. 2022.

PREFEITURA MUNICIPAL DE CURITIBA. Parque Municipal Barigui de Curitiba. Curitiba, 2022. Disponível em: <https://www.curitiba.pr.gov.br/conteudo/parque-municipal-barigui-de-curitiba/292>. Acesso em: 19 ago. 2022.

PREFEITURA MUNICIPAL DE CURITIBA. Parque Municipal São Lourenço / Memorial Paranista. Curitiba, 2022. Disponível em: <https://www.curitiba.pr.gov.br/conteudo/parque-municipal-sao-lourenco-memorial-paranista/317>. Acesso em: 19 ago. 2022.

PREFEITURA MUNICIPAL DE CURITIBA. Parque Municipal Tanguá. Curitiba, 2022. Disponível em: <https://www.curitiba.pr.gov.br/conteudo/parque-municipal-tangua/318>. Acesso em: 19 ago. 2022.

PREFEITURA MUNICIPAL DE CURITIBA. Parque Municipal Tingui / Memorial Ucraniano. Curitiba, 2022. Disponível em: <https://www.curitiba.pr.gov.br/conteudo/parque-municipal-tingui-memorial-ucraniano/321>. Acesso em: 19 ago. 2022.

PREFEITURA MUNICIPAL DE CURITIBA. Passeio Público Municipal de Curitiba. Curitiba, 2022. Disponível em: <https://www.curitiba.pr.gov.br/conteudo/passeio-publico-municipal-de-curitiba/324>. Acesso em: 18 ago. 2022.

QUINTÃO, F. S.; TRISKA, R. Design de informação em interfaces digitais: origens, definições e fundamentos. **InfoDesign - Revista Brasileira de Design da Informação**, São Paulo, v. 10, n. 2, p. 105-118, 2014. Disponível em: <https://infodesign.emnuvens.com.br/infodesign/article/view/243>. Acesso em: 21 ago. 2022. <https://doi.org/10.51358/id.v11i1.243>.

REDIG, J. Não há cidadania sem informação, nem informação sem design. **InfoDesign - Revista Brasileira de Design da Informação**, São Paulo, v. 1, n. 1, p. 58-66, 2004. Disponível em: https://infodesign.org.br/public/journals/1/No.1Vol.12004/InfoDesign_v1_n1_2004_04_Redig.pdf?download=1&phpMyAdmin=H8DwcFLEmv4B1mx8YJNY1MFYs4e. Acesso em: 21 ago. 2022.

RUA 24 HORAS. Serviços. Curitiba. Disponível em: <http://rua24horas.com/servicos/>. Acesso em: 18 ago. 2022.

RUA 24 HORAS. Sobre a Rua 24 Horas. Curitiba. Disponível em: <https://rua24horas.com.br/sobre/>. Acesso em: 18 ago. 2022.

SÁ-SILVA, J. R.; ALMEIDA, C. D. de; GUINDANI, J. F. Pesquisa documental: pistas teóricas e metodológicas. **Revista Brasileira de História & Ciências Sociais**. [S.l.], v. 1, n. 1, 2009. Disponível em: <https://periodicos.furg.br/rbhcs/article/view/10351>. Acesso em: 06 mar. 2023.

SANTOS, I. L. dos; Elaboração de produtos e serviços de informação: conceitos e etapas chave. **ConCI: Convergências em Ciência da Informação**, v. 5, n. dossiê, p. 1-19, mai. 2022. Disponível em: <https://seer.ufs.br/index.php/conci/article/view/16835>. Acesso em: 19 ago. 2022. <https://doi.org/10.33467/conci.v5i.16835>.

SILVA, U. B. F. da. Guia turístico do centro histórico de Curitiba/PR: viva uma nova experiência!. 93 f. Monografia de graduação (Bacharelado em Turismo) - Universidade Federal do Paraná, Curitiba, 2016.

SILVA; H. de F. N. *et al.* **Projeto Pedagógico do Curso de Gestão da Informação versão 2013**. Curitiba: Universidade Federal do Paraná (UFPR), 2013. Disponível em: http://www.sociaisaplicadas.ufpr.br/portal/decigi/wp-content/uploads/sites/5/2021/02/PPC_GI_final-Prograd_Completo.pdf. Acesso em: 06 set. 2022.

SILVEIRA, L. M. **Introdução à teoria da cor**. Curitiba: UTFPR Editora, 2015. E-book. Disponível em: <http://riut.utfpr.edu.br/jspui/handle/1/1582>. Acesso em: 25 ago. 2022.

SOCIEDADE BRASILEIRA DE DESIGN DA INFORMAÇÃO (SBDI). Definições. Rio de Janeiro, (s.d.). Disponível em: <https://sbdi.org.br/definicoes/>. Acesso em: 21 ago. 2022

SOCIEDADE BRASILEIRA DE DESIGN DA INFORMAÇÃO (SBDI). Sobre. Rio de Janeiro, (s.d.). Disponível em: <https://sbdi.org.br/sobre/>. Acesso em: 21 ago. 2022.

TUTORIAIS, D. R. C. 10 regras para não errar em TIPOGRAFIA!. Disponível em: <https://www.youtube.com/watch?v=VxLWtQgcGd4>. Acesso em: 3 nov. 2022.

U.S. DEPARTMENT OF TRANSPORTATION FEDERAL HIGHWAY ADMINISTRATION. United States Road Symbol Signs. 2020. Não paginado. Disponível em: <https://mutcd.fhwa.dot.gov/services/publications/fhwaop02084/index.htm>. Acesso em: 08 fev. 2023.

UNIVERSIDADE FEDERAL DO PARANÁ (UFPR). Histórico. Curitiba. Disponível em: <https://www.ufpr.br/portalufpr/historico-2/>. Acesso em: 18 ago. 2022.

UNIVERSIDADE FEDERAL DO PARANÁ (UFPR). Sociais Aplicadas. Gestão da Informação. Sobre o Curso. Curitiba. Disponível em: <http://www.sociaisaplicadas.ufpr.br/portal/decigi/graduacao/sobre-o-curso/>. Acesso em: 06 set. 2022.

UNIVERSIDADE LIVRE DO MEIO AMBIENTE (UNILIVRE). Sobre a Unilivre. Curitiba. Disponível em: <https://unilivre.org.br/a-unilivre-ulma/>. Acesso em: 19 ago. 2022.

URBANIZAÇÃO DE CURITIBA S.A. (URBS). Comunidade. Centro Comercial Rui Barbosa. Curitiba. Disponível em: <https://www.urbs.curitiba.pr.gov.br/comunidade/equipamento/centro-comercial-rui-barbosa>. Acesso em: 18 ago. 2022.

URBANIZAÇÃO DE CURITIBA S.A. (URBS). Comunidade. Rodoferroviária. Curitiba. Disponível em: <https://www.urbs.curitiba.pr.gov.br/comunidade/rodoferroviaria>. Acesso em: 18 ago. 2022.

URBANIZAÇÃO DE CURITIBA S.A. (URBS). Comunidade. Rua 24 Horas. Curitiba. Disponível em: <https://www.urbs.curitiba.pr.gov.br/comunidade/equipamento/rua-24-horas>. Acesso em: 18 ago. 2022.

URBANIZAÇÃO DE CURITIBA S.A. (URBS). Linha Turismo. Curitiba. Disponível em: <https://www.urbs.curitiba.pr.gov.br/transporte/linha-turismo>. Acesso em: 18 ago. 2022.

WILLIAMS, Robin. **Design Para Quem Não é Designer**. São Paulo: Callis Editora, 2013.

WORLD TOURISM ORGANIZATION (UNWTO). Glossary tourism terms. Disponível em: <https://www.unwto.org/glossary-tourism-terms>. Acesso em: 16 ago. 2022.

WORLD TRAVEL & TOURISM COUNCIL. **Travel & Tourism Economic Impact 2021**. E-book. Disponível em: <https://wtcc.org/Portals/0/Documents/Reports/2021/Global%20Economic%20Impact%20and%20Trends%202021.pdf>. Acesso em: 22 set. 2022.

YÁZIGI. Como escrever endereços em inglês. 2021. Não paginado. Disponível em: <https://www.yazigi.com.br/noticias/ingles/como-escrever-enderecos-em-ingles>. Acesso em: 16 nov. 2022.

APÊNDICE A - BREVE DESCRIÇÃO DAS PRINCIPAIS RUAS E PRAÇAS TURÍSTICAS DE CURITIBA

A meio dos pontos turísticos, a rua 24 horas, inaugurada em 12 de Setembro de 1991 e localizada no centro de Curitiba, é uma galeria que conta com uma infraestrutura composta por serviços voltados à alimentação (cafés, restaurantes, bares e entre outros) e demais lojas voltadas a diferentes serviços como à venda de cosméticos, ótica e outras opções. Portanto, o ambiente conta com uma acomodação preparada para os seus visitantes.

O projeto arquitetônico de 116 metros, elaborado em conjunto por Abrão Assad, Célia Bim e Simone Soares, é constituído de 32 arcos brancos, compostos de um material metálico tubular, revestidos por vidro e conta com dois grandes relógios em suas entradas (RUA 24 HORAS, s.d.). Atualmente, a administração e utilização comercial do local é de responsabilidade da URBS (URBANIZAÇÃO DE CURITIBA S.A., s.d.)

Além da rua 24 horas, na cidade também há a popularmente conhecida Rua das Flores, ou Rua XV de Novembro, que está localizada no centro de Curitiba e conta atualmente com uma grande calçada somente para pedestres, sendo a primeira avenida do Brasil que foi fechada ao trânsito de veículos em 1971 (CURITIBA PARANÁ). Atualmente a rua conta com diversos comércios de variados ramos, além de prédios históricos da cidade e um exemplar do bonde que circulava a cidade como meio de transporte dos habitantes.

Para mais, Curitiba também conta com diversas praças históricas/culturais que podem ser visitadas, portanto, entre as várias opções o presente trabalho visa abordar inicialmente a Praça Rui Barbosa, também localizada no centro da capital paranaense, sendo rodeada de prédios históricos, como a Santa Casa da Misericórdia. A praça em questão já foi anteriormente denominada como Largo da Misericórdia e Praça da República, todavia, a partir de 1923 passou a ser chamada Praça Rui Barbosa como homenagem ao jurista Ruy Barbosa e atualmente conta como um importante centro de conexão do transporte público de Curitiba e possui ao seu lado o Mercado Central.

Além disso, entre as demais praças da cidade, sendo ela uma das mais importantes, localizada no centro de Curitiba, antigamente conhecida como o Largo da Matriz e posteriormente Largo D. Pedro II (devido à visita ao local feita pelo imperador), está a atual Praça Tiradentes que contém a construção da Catedral Basílica Menor de Nossa Senhora da Luz, inaugurada em 1893, sendo considerada a principal praça da capital paranaense, pois foi nesta região onde foi fundada a

cidade de Curitiba em 29 de março de 1693 (INSTITUTO MUNICIPAL CURITIBA TURISMO).

APÊNDICE B - BREVE DESCRIÇÃO DOS PRINCIPAIS MUSEUS E TEATROS TURÍSTICOS DE CURITIBA

Em sequência, para o turismo voltado ao lazer e cultura, a capital paranaense também possui uma vasta quantia de museus que podem ser visitados, estando entre as opções existentes o Museu Ferroviário de Curitiba, que além de estar entre um dos pontos de visitas escolhidos pelos turistas da cidade, também está inserido como um dos locais a serem visitados através da Linha Turismo da Urbanização de Curitiba S.A. (URBS).

Situado no Shopping Estação, o museu foi inaugurado em 1982 com o intuito de resgatar e preservar a memória do sistema ferroviário paranaense (MUSEU BRASIL, s.d.). Atualmente, em seu acervo constam mais de 600 peças, reconstituindo os ambientes das antigas estações, como a bilheteria, sala de telégrafos e a plataforma de embarque. Nos cenários disponíveis, estão dispostos desde objetos pessoais de passageiros a objetos do interior das locomotivas (MUSEU BRASIL, s.d.).

Considerado um dos pontos e museus principais de visitas à Curitiba, perto do Bosque Municipal Papa João Paulo II, inaugurado em 22 de novembro de 2002 e considerado patrimônio estatal, há o Museu Oscar Niemeyer (MON), que carrega consigo o nome do autor de seu projeto arquitetônico, Oscar Niemeyer, arquiteto brasileiro reconhecido nacionalmente e internacionalmente, sendo considerado o maior museu de arte da América Latina (MUSEU OSCAR NIEMEYER).

Atualmente o museu conta com um acervo de mais de 14 mil obras de artes visuais, arquitetura e design, e entre os autores dessas obras estão grandes nomes como Tarsila do Amaral, Cândido Portinari, João Turin, Oscar Niemeyer e outros (MUSEU OSCAR NIEMEYER).

Além dos atrativos turísticos previamente citados, Curitiba também possui como pontos de visitas determinados teatros que também têm impacto cultural para com a cidade, logo, inaugurado oficialmente no dia 29 de março de 1972, há o Teatro Paiol que se deu a partir da transformação de um antigo abrigo de pólvora,

constituindo o primeiro teatro de arena da capital paranaense (FUNDAÇÃO CULTURAL DE CURITIBA, s.d.).

Como marco cultural e histórico de Curitiba, o teatro é um símbolo das reformas urbanísticas e culturais da cidade, e em seu palco já estiveram diversos nomes reconhecidos da música brasileira (FUNDAÇÃO CULTURAL DE CURITIBA, s.d.).

Para mais, entre os teatros presentes na capital paranaense e um dos mais visitados da cidade está o Teatro Guaíra que teve sua origem ainda na metade do século 19 assim que Assembleia Provincial doou à Sociedade Teatral Beneficente União Curitiba o terreno para a construção do teatro inicialmente denominado Theatro São Theodoro em homenagem a Theodoro Ébano Pereira, fundador da cidade de Curitiba, e estava localizado na rua Dr. Muricy (CENTRO CULTURAL TEATRO GUAÍRA).

Devido a ocorrência de conflitos, a suspensão de apresentações artísticas e o início da Revolução Federalista no Paraná em 1984, o teatro tornou-se uma prisão para os rebeldes e acaba entrando em decadência até 1900, quando teve sua reinauguração carregando o nome Theatro Guayrá (CENTRO CULTURAL TEATRO GUAÍRA).

Após diversos acontecimentos históricos e a demolição do antigo Theatro Guayrá em 1939, a partir de uma campanha liderada pela Academia Paranaense de Letras, o teatro passou a ser localizado no endereço R. XV de Novembro, 971, contando com um projeto arquitetônico elaborado por Rubens Meister, tendo o início de sua construção em 1952 (CENTRO CULTURAL TEATRO GUAÍRA).

Além dos teatros citados anteriormente, diferenciando-se pelo nome que porta e quanto à sua estrutura, inaugurada em 1992, a Ópera de Arame, construída através de uma estrutura tubular e teto transparente, é um dos maiores símbolos de Curitiba (INSTITUTO MUNICIPAL TURISMO CURITIBA).

Localizada ao lado de um lago, o teatro é parte do Parque das Pedreiras, podendo acolher diversos espetáculos, com capacidade de até 1.572 espectadores (INSTITUTO MUNICIPAL TURISMO CURITIBA).

APÊNDICE C - BREVE DESCRIÇÃO DOS PRINCIPAIS BOSQUES E PARQUES TURÍSTICOS DE CURITIBA

Adiante, outra opção que caracteriza a prática turística em Curitiba são os parques presentes na cidade, que possui ainda em sua região central, contando com portões originais inspirados no portão do Cemitério de Cães de Paris, o Passeio Público, sendo o parque mais antigo da capital paranaense que foi criado após a drenagem de um terreno pantanoso (SECRETARIA MUNICIPAL DO MEIO AMBIENTE, s.d.).

Antigamente, o local já foi conhecido como o Jardim Botânico e também foi o primeiro zoológico da cidade, contudo, desde 1982 abriga somente pequenos animais que permaneceram no local durante a transferência ao novo Zoológico Municipal de Curitiba (SECRETARIA MUNICIPAL DO MEIO AMBIENTE, s.d.).

Além do mais, como um dos símbolos da cultura curitibana, o Parque São Lourenço é utilizado desde 1972 para atividades físicas, entretenimento infantil inclusivo e encontro entre os habitantes da cidade, além de ser conhecido há anos por sua pista de corridas para carrinhos de rolimã (SECRETARIA MUNICIPAL DO MEIO AMBIENTE).

Recentemente, em sua renovação, o parque recebeu o Memorial Paranista e o Jardim das Esculturas que contém diversas obras de João Turin (SECRETARIA MUNICIPAL DO MEIO AMBIENTE).

Ainda no que diz respeito aos parques da cidade, o Parque Tanguá, que carrega um nome indígena significando “baía das conchas”, é um dos principais locais a serem visitados pelos turistas em Curitiba. O parque está localizado em uma antiga região de pedreiras, que após renovações, conta com uma cascata de 65 metros de altura e um jardim chamado Poty Lazzarotto feito em estilo francês em homenagem ao artista plástico de Curitiba (SECRETARIA MUNICIPAL DO MEIO AMBIENTE).

Além do mais, o espaço conta com outras atrações para os turistas e espaço para a realização de atividades físicas, característica que todos os parques da capital paranaense possuem (SECRETARIA MUNICIPAL DO MEIO AMBIENTE).

Em seguida, entre as opções de parques a serem visitados por turistas, que além de ser utilizado para a realização de atividades físicas e encontros entre habitantes da cidade, o Parque Tingui conta com a Praça Brasil 500 Anos, que simboliza e celebra o descobrimento do Brasil (SECRETARIA MUNICIPAL DO MEIO AMBIENTE).

Além do mais, no mesmo parque é possível encontrar o Memorial Ucrâniano que homenageia os imigrantes vindos da Ucrânia, visto que estão entre os povos predominantes que imigraram da Europa para o Brasil, especificamente ao Paraná e à cidade de Curitiba (SECRETARIA MUNICIPAL DO MEIO AMBIENTE).

Ademais, conhecido como o maior parque de Curitiba, que teve origem em 1972, o Parque Barigui carrega consigo um nome indígena que significa "rio do fruto espinhoso", referenciando às pinhas de araucárias na região (SECRETARIA MUNICIPAL DO MEIO AMBIENTE) e também é um dos pontos turísticos da cidade.

Seguidamente, como opções voltadas ao turismo, representação e homenagens às imigrações realizadas ao país, Curitiba também conta com diversos bosques que podem ser visitados.

Logo, próximo ao Centro Cívico, há um dos bosques mais visitados da cidade, o Bosque Municipal Papa João Paulo II, também conhecido como Bosque do Papa ou Memorial da Imigração Polonesa, que foi construído em comemoração aos 150 anos da chegada dos imigrantes poloneses à capital paranaense (SECRETARIA MUNICIPAL DO MEIO AMBIENTE).

O Memorial, que também recebe os nomes em referência ao Papa, deve-se à visita feita pelo Papa João Paulo II e conta com casas feitas de troncos de pinheiros típicos da Polônia, posicionadas assemelhando-se à forma de aldeia (SECRETARIA MUNICIPAL DO MEIO AMBIENTE).

Além do mais, no local também é possível observar itens tradicionais utilizados na produção alimentícia e demais elementos referentes ao cotidiano dos imigrantes.

Ademais, entre os diversos bosques presentes em Curitiba, inaugurado em 1996, o Bosque Alemão contém elementos tradicionais da cultura alemã construídos em meio à mata nativa do terreno pertencente à família Schaffer, contendo desde uma réplica de uma igreja de madeira feita em estilo neogótico à atrações referentes a um dos contos clássicos dos irmãos Grimm como a trilha narrando a história de João e Maria (INSTITUTO MUNICIPAL CURITIBA TURISMO).

Além do mais, o Bosque Alemão também possui outros elementos interessantes como mirante feito de madeira que permite ao visitante observar a cidade de Curitiba e a Serra do Mar e entre outras atrações (INSTITUTO MUNICIPAL CURITIBA TURISMO).

Em sequência, há a Universidade Livre do Meio Ambiente (UNILIVRE), construída no Bosque Zaninelli, em uma área onde funcionava uma pedreira, que teve seu espaço renovado e transformado em um local voltado à educação e, através do conceito de acupuntura urbana, tornou-se um ponto turístico da capital do Paraná (UNILIVRE).

Fundada em 1991, sua elaboração foi dada visando, conforme a UNILIVRE (s.d.), “[...] disseminar práticas, conhecimentos e experiências relacionadas às questões ambientais, discutindo os problemas e as soluções relacionadas ao crescimento desordenado das cidades.”.

Outro método utilizado para realizar homenagens às imigrações ao Brasil, principalmente europeias, e que também são considerados como atrativos turísticos das cidades são os memoriais e portais situados ao longo de Curitiba.

Entretanto, nem todos os memoriais/portais são referentes às migrações realizadas por europeus à Curitiba, portanto, próximo ao Passeio Público, há o ponto turístico da cidade que foi construído em homenagem à cultura do Oriente Médio. O prédio projetado arquitetonicamente em formato de cubo inspirado em edificações mouriscas atualmente funciona como uma biblioteca especializada, estando situado na Praça Gibran Khalil Gibran, portanto, na região central de Curitiba (INSTITUTO MUNICIPAL CURITIBA TURISMO).

Além disso, conforme apresentado anteriormente, localizado no Parque Tingui também está presente o Memorial Ucraniano que simboliza e homenageia os imigrantes ucranianos, um dos principais povos que vieram ao Brasil, especificamente às cidades do Paraná, incluindo Curitiba.

Em sua entrada há o portal e adiante uma réplica da capela de São Miguel, construída totalmente de madeira em estilo arquitetônico bizantino que, em seu interior, contém uma exposição de pêsankas (ovos pintados à mão), além de outros itens tradicionais da cultura ucraniana (INSTITUTO MUNICIPAL TURISMO CURITIBA).

Em sequência, assim como o Portal Polonês presente próximo à entrada do Bosque Municipal Papa João Paulo II, Curitiba também possui o Portal Italiano construído e inaugurado nos anos 90 em homenagem e simbologia à entrada da antiga região da Colônia Santa Felicidade, que era composto majoritariamente por imigrantes vindo da Itália que, ao final do Século 19 (cerca de 1878), teve maior

intensidade de imigrações das regiões de Veneto e Trento, situadas no norte da Itália (CURITIBA PARANÁ).

APÊNDICE D - BREVE DESCRIÇÃO DOS PRINCIPAIS PONTOS TURÍSTICOS DIVERSOS DE CURITIBA

A cidade também possui diferentes pontos turísticos que podem ser visitados, dessa forma, considerado como um dos principais e mais visitados pontos turísticos de Curitiba, o Jardim Botânico, com um projeto inspirado em jardins franceses e inaugurado em 1991, possui uma estufa feita em estrutura metálica tubular branca que contém em seu interior diversas espécies de plantas de referência nacional (TURISMO CURITIBA, s.d.).

Além da estufa, o jardim também conta com o Jardim das Sensações, um espaço que contém uma trilha em que visitantes podem, além de ler informações sobre, tocar as plantas à mostra. Por fim, também consta nas instalações um local utilizado para realizar exposições, feiras e demais eventos relacionados à botânica e demais assuntos referentes ao meio-ambiente.

Mais adiante e localizada próxima ao Jardim Botânico, há a Estação Rodoviária de Curitiba, operada e administrada pela Urbanização de Curitiba S.A. (URBS), que passou a funcionar a partir do dia 13 de novembro de 1972 de maneira a centralizar o funcionamento do transporte coletivo intermunicipal, interestadual e internacional tendo a capital do Paraná como o ponto de partida, de chegada ou de escala (URBANIZAÇÃO DE CURITIBA, s.d.).

Além do mais, perto da rodoviária da cidade, está presente o tradicional Mercado Municipal de Curitiba, fundado em 02 de agosto de 1958 e localizado na região central da cidade, contando com restaurantes étnicos em sua praça de alimentação (MERCADO MUNICIPAL DE CURITIBA), e lojas que vendem, conforme afirma o MERCADO MUNICIPAL DE CURITIBA (s.d.), “bebidas, queijos e vinhos de diversas procedências, ervas medicinais, temperos e especiarias, iguarias, conservas, pescados, embutidos, carnes exóticas e com cortes especiais.”

Já localizada à frente do atual Teatro Guaíra está o prédio histórico da Universidade Federal do Paraná, que é marcada e ligada ao desenvolvimento paranaense, tendo o início de sua construção em um terreno vindo como doação da prefeitura na Praça Santos Andrade a partir de empréstimos feitos por Victor Ferreira

do Amaral, o primeiro reitor da universidade que até então era chamada somente de Universidade do Paraná (UNIVERSIDADE FEDERAL DO PARANÁ (UFPR), s.d.).

Ainda na região central de Curitiba, está a antiga sede da Prefeitura de Curitiba que foi construída em 1916 com detalhes dos estilos neoclássico e art nouveau. Apesar do edifício ter passado por uma restauração, foram mantidas suas características originais (INSTITUTO MUNICIPAL TURISMO CURITIBA).

Em seu interior, o INSTITUTO MUNICIPAL TURISMO CURITIBA (s.d.) afirma que “é possível observar amostras da pintura original e trechos do sistema de escoamento de água através de pisos de vidro”, pois, antigamente estava situado no mesmo local o Mercado Municipal antes da prefeitura.

Atualmente, o edifício tombado pelo Instituto do Patrimônio Histórico e Artístico Nacional (IPHAN) abriga, de acordo com o sítio INSTITUTO MUNICIPAL TURISMO CURITIBA (s.d.) um “[...] café, livraria, biblioteca, auditório e salas de exposições e realização de cursos.”.

Além disso, um dos locais também visitados por turistas através da Linha Turismo é o Centro Cívico de Curitiba, que é onde está situada a atual Sede dos Poderes do Estado do Paraná, que segundo a Urbanização de Curitiba S.A. (URBS, s.d.) “foi implantado em 1953, no centenário da emancipação política do estado”.

Ademais, entre os locais visitados pelos turistas, o bairro Santa Felicidade também está presente, sendo caracterizado pela imigração italiana. Inicialmente (1878), Santa Felicidade era uma colônia, já atualmente conta com edifícios típicos que agregam valor histórico e arquitetônico à região e é caracterizada como a principal região gastronômica da capital do Paraná (URBANIZAÇÃO DE CURITIBA S.A. (URBS)).

Em seguida, assim como a Ópera de Arame, diferenciando-se dos demais pontos turísticos presentes na cidade, contendo um mirante e estando há mais de 100 metros de altura, a Torre Panorâmica de Curitiba é uma torre de telefonia que possibilita uma vista de 360° da cidade (INSTITUTO MUNICIPAL TURISMO CURITIBA).

Dela é possível observar o planejamento urbano da cidade e em seu mirante também está disposta o painel de Poty Lazzarotto referente à história de Curitiba e da telefonia (INSTITUTO MUNICIPAL TURISMO CURITIBA).

Por fim, novamente no que se refere às regiões de Curitiba, o setor histórico da cidade também é uma das escolhas feitas por turistas para visitação, estando situadas neles, de acordo com a Urbanização de Curitiba S.A. (URBS, s.d.):

[...] as ruínas da Igreja de São Francisco de Paula, nunca concluída, o Relógio das Flores, a Fonte da Memória, a Funda o Cultural de Curitiba, antigos casarões transformados em espaços culturais e a Igreja do Rosário. (URBANIZA O DE CURITIBA (URBS), s.d.).

Além do mais, no mesmo local também são realizadas aos domingos feiras de artesanato, portanto, o local também pode ser utilizado como ponto de encontro entre os habitantes. Além disso,   válido ressaltar o Memorial de Curitiba também como um dos destaques do setor histórico da cidade.

APÊNDICE E - INFORMATIVO COMPLETO DO BOSQUE DO PAPA

BOSQUE JOÃO PAULO II
Park Jan Paweł II
Memorial Imigracji Polakuj

POPE JOHN PAUL II
Municipal Woods

THE TOURIST SPOT INCLUDES

- BATHROOMS
- SECURITY

RULES OF THE TOURIST SPOT

- NO CYCLING
- PROHIBITED COMMERCIAL PHOTOGRAPHS WITHOUT AUTHORIZATION
- NO SCOOTER

ATEN O
Escutez a pol cia local e os guardas florestais. Evite fumar cigarros e bebidas alco licas. Utilize os pontos de coleta de lixo. Evite o uso de equipamentos de motor.

1988

SUMMARY

1. ABOUT THE CONSTRUCTION OF THE TOURIST SPOT	01
2. POPE'S SPEECH	02
3. CRAFT STORE	02
4. TYPICAL POLISH HOUSES	03
5. MORE ABOUT TYPICAL POLISH HOUSES	03
6. CHAPEL	04
7. HISTORICAL PAINTINGS	04
8. BUILDING WITH TRADITIONAL WORK TOOLS	05
9. TRADITIONAL WORK TOOLS	05
10. TRAIL AND SCULPTURE	06
11. STAGE FOR PERFORMANCES	06
12. LAST UPDATE OF THE SITE	07

POPE'S WOODS

01

1. ABOUT THE CONSTRUCTION OF THE TOURIST SPOT

The project carried out in the area of the former farm of Júlio Garmatter (farmer and meat merchant, in the 20s) by Burlie Marx (1909-1994), internationally renowned landscaper, prioritized the preservation of the native forest.



The place was inaugurated between December 1980 to July 1981.

It represents the the celebration of the first visit of Pope John Paul II to Paraná, besides being a tribute to Jozef Zajac, founder of the Polish Folk Group of Paraná and leader of the Choral John Paul II.



and to the more than 150 years of the coming of Polish immigration to the state of Paraná initiated by 34 families from the region of Silesia (1871-2022).

02

3. CRAFT STORE

At the tourist spot there is also the craft store that contains various objects related to the Pope's forest and Polish culture.



In addition, there are other objects related to tourism in the capital of Paraná, thus giving visitors the opportunity to buy souvenirs of the place.

2. POPE'S SPEECH

During his speech, the Pope highlighted the racial diversity and hospitality of the followers of Jesus Christ found in Curitiba.



With this fact, he claimed the resemblance to Jerusalem on the morning of Pentecost

4. TYPICAL POLISH HOUSES

In the tourist spot are found typical houses, initially built around 1878 and reassembled on the site, made of trunks of pine trees embedded and representing a village as per your disposal.



Polish immigrants built buildings from pine as a replacement for spruce found in Poland, ensuring durability from the fence made with clay and whitewash, internally and externally, featuring the white color present in the buildings.

5. MORE ABOUT TYPICAL POLISH HOUSES

Inside the house, you can find several traditional and cultural objects, being among them, in general, mainly classical clothing and furniture.



However, it is important to point out that over time there have been changes in these constructions, for example, in the roofs and in the addition of fences around it.

04

7. HISTORICAL PAINTINGS

Inside the typical house open to tourists in the cultural space, are found on the wall, right at the entrance, historical paintings.



The paintings represent the Battle of Raclawice on April 4, 1794, the oath taken at the Market Square in Krakow on 24 March 1794 and various portraits of individuals belonging to Polish royalty and history.

6. CHAPEL

Built in honor of Our Lady of Czestochowa, considered the patroness of Poland, the Chapel present in the wood was made on the first house visited by the Pope.



Inside, there are signs containing thanks to people and traditional Polish buildings, as well as speeches made for and by the Pope and religious objects, along with a room containing religious symbols and spaces for visitors to pray.

8. BUILDING WITH TRADITIONAL WORK TOOLS

On the site, there is also a building that contains in its interior the traditional working tools used by the Poles.



9. TRADITIONAL WORK TOOLS

Also called the Agricultural Museum, it possesses in its collection objects such as a stone grinder and a cereal grinder.



05

06

11. STAGE FOR PERFORMANCES

The wood has a stage for celebrations of festivals of the Polish colony that rely on songs and costumes typical of the folklore of the descendants of Poles.



Among the presentations that take place on the site, they all symbolize the celebration of special dates, for example, the feast of the patroness Czestochowa (July).

10. TRAIL AND SCULPTURE

There is also a trail in the middle of the native forest, which in addition to having psalms along the way, also has a sculpture of Pope John Paul II with a message written in honor of him.



Furthermore, on the trail there is also a monument in honor of another Polish historical figure, Nicolaus Copernicus (1473-1543), responsible for the theory of the Sun being in the center of the Solar System.

12. LAST UPDATE OF THE SITE

As a last update of the tourist space, there is the renovation and maintenance of a wooden house (house of the wagon).



It's a public work co-financed by the ministry of foreign affairs of Poland through the competition "cooperation with the Polish community and the Poles abroad 2022 - Polish infrastructure".

07

The project is being carried out by architect and urban planner Renato Barbizan.



Thank you for visiting!

If you have suggestions for improvement, please contact



This tourist spot is an offering of the City Hall of Curitiba

APÊNDICE F - QR CODE E ARTE PARA A DIVULGAÇÃO DO MATERIAL

