

Cidades e Sistemas Wayfinding

Cities and Wayfinding Systems

Costa, M. Amaral, I.

CIAUD - Centro de investigação em Arquitetura, Urbanismo e Design

ISMT | CECS - UMinho - Instituto Superior Miguel Torga | Centro de Estudos de Comunicação e Sociedade da Universidade do Minho

Retirado de: <http://convergencias.esart.ipcb.pt>

RESUMO: A responsabilidade do design no discurso contemporâneo da sustentabilidade em práticas sociais conscientes é uma inevitabilidade. No contexto urbano, verifica-se a exigência de equacionar o papel do designer enquanto comunicador de espaços urbanos habitados e vivenciados. No contexto das vivências e fruição das cidades pelos seus cidadãos, em particular da terceira idade, urge equacionar de que modo os sistemas wayfinding promovem estas práticas. Aceitando o desafio de pensar o design a partir da sustentabilidade, a proposta deste trabalho é a de proceder a uma revisão da literatura sobre a evolução da cidade, estabelecendo um paralelo com a dos sistemas wayfinding, o envelhecimento da população e o conceito de “Cidades Amigas dos Idosos”. Este levantamento bibliográfico permitiu entender o paralelismo na evolução destes conceitos, e a necessidade crescente dos sistemas wayfinding na promoção de acessibilidades.

PALAVRAS-CHAVE: design, cidade; cidades amigas dos idosos; envelhecimento demográfico, sistemas wayfinding

ABSTRACT: The responsibility of design in the contemporary discourse of sustainability in conscious social practices is an inevitability. In the urban context, there is a need to equate the role of the designer as a communicator of inhabited and experienced urban spaces. In the context of the experiences and enjoyment of cities by their citizens, particularly the elderly, it is urgent to consider how wayfinding systems promote these practices. Accepting the challenge of thinking about design from sustainability, the purpose of this paper is to review the literature on the evolution of the city, establishing a parallel with that of the wayfinding systems, the aging of the population and the concept of "Age Friendly Cities". This bibliographic survey allowed us to understand the parallelism in the evolution of these concepts, and the increasing need of wayfinding systems in the promotion of accessibility.

KEYWORDS: design; city; age friendly cities; demographic ageing, wayfinding systems

1. Introdução

Face ao crescimento e aumento da complexidade das cidades, conjugado com o fenómeno de envelhecimento da população surge, em 2007, por iniciativa da Organização Mundial de Saúde (OMS) o projeto “Age Friendly Cities”, que promove uma adequação das cidades quanto à acessibilidade e inclusão dos cidadãos atendendo às suas capacidades e necessidades. No contexto da formulação de planos de ação com vista ao envelhecimento ativo, a proposta da OMS é o planeamento da cidade assumindo como pressuposto a qualidade de vida dos cidadãos. Esta ideia decorre da defesa do “direito à cidade” (Lefebvre, 1995), onde as práticas quotidianas se cruzam com as representações do espaço e dão origem ao espaço vivido - os espaços representacionais, onde se efetivam ambientes construídos pela utilização da cidade.

Considera-se que o Design, terá um papel importante neste contexto, pelo que neste artigo, se procede à recolha bibliográfica sobre os sistemas wayfinding no sentido de entender a abrangência e limites do conceito, e analisar se o mesmo pode dar resposta às atuais necessidades das populações, que independentemente da faixa etária, procuram para além da informação, a experiência e fruição dos espaços. Assim, analisámos o acelerado crescimento das cidades, o papel do design na cidade, o conceito de cidades amigas dos idosos e a abrangência dos sistemas wayfinding.

Neste trabalho, consideramos sistemas wayfinding de acordo com Rosa (2012): um conjunto de elementos visuais, físicos e sensoriais que auxiliam o utilizador a encontrar o destino. Resultam das solicitações de uma população urbana em rápido crescimento, da complexidade da cidade e da necessidade de acessibilidade e, são, de acordo com Berger (2005) e Gibson (2009), um campo de intervenção do Design, englobam múltiplas áreas de estudo, sendo o seu objetivo facilitar a experiência, o acesso e a circulação de pessoas num determinado espaço.

A necessidade da promoção da saúde através da ligação entre a população e o seu meio ambiente, de acordo com a recomendação da “Carta de Ottawa” (1986), remete para a necessidade de acréscimo e desenvolvimento dos sistemas wayfinding, pois o acesso às vivências, à fruição e experiencição da cidade, de modo harmonioso é, de acordo com Lynch (1960), o oposto ao medo que deriva da desorientação; significa que o doce sentido do lar é mais forte quando o lar é não só familiar mas também distintivo. Daqui decorre que os sistemas de wayfinding podem permitir a promoção de acessibilidades que apoiem as gerações mais velhas a circular na urbe.

2. Cidade

O crescimento das cidades manifesta-se como uma tendência histórica e de forma particularmente intensa a partir do século XIX, devido à progressiva conversão da população rural em população urbana. Para Goitia (2006), as características mais marcantes da nossa civilização residem no desenvolvimento das formas de vida urbanas e o grande crescimento das cidades.

Dados publicados pelas Nações Unidas (ONU), em 2008, comprovam o crescimento das cidades e refletem as opções dos indivíduos. Um estudo elaborado pela Divisão da População, do Departamento de Assuntos Sociais e Económicos da ONU, indica que a população mundial que vive em cidades duplicará de 3

300 milhões em 2007, para 6 400 milhões em 2050. Em 2008, pela primeira vez na história da Humanidade, mais de metade dos habitantes do planeta residiam em cidades.

Aliando a tendência de crescimento à problemática da hegemonia da cidade sobre outras regiões de menor dimensão ou de poder económico inferior, entenderemos o verdadeiro protagonismo que assume a cidade contemporânea e a necessidade de uma comunicação adequada que permita a todos os cidadãos viver e experienciar a cidade em toda a sua plenitude.

Se considerarmos que para além destes indicadores, as grandes metrópoles são espaços de grande complexidade cultural e social, verificamos que “A influência que a cidade exerce na vida social do homem é superior ao que a parcela urbana da população faria julgar, pois a cidade é não apenas, cada vez mais o lugar de habitação e de trabalho do homem moderno, mas também o centro que põe em marcha e controla a vida económica, política e cultural, que atraiu à sua órbita as mais remotas regiões do globo, configurando um universo articulado de uma enorme variedade de áreas, povos e atividades.” (Wirth, 1997, p. 45).

As cidades foram crescendo e evoluindo à medida dos homens que a habitam, e de acordo com as necessidades sociais e culturais de cada época. As suas estruturas formadas por múltiplos layers prevalecem visíveis em cada cidade, sendo possível vislumbrar nestas camadas, as histórias e as memórias dos cidadãos que as foram sucessivamente habitando, revelando-se e manifestando-se as cidades através desta pluralidade e das vivências coletivas.

A este propósito Dias (2006) refere que a cidade é um território coletivo adaptado para a vida em comum, no qual as pessoas compartilham e usam a estrutura da cidade, uma estrutura antiga, cujas alterações sucessivas ancoradas na sua história, circundam e marcam as histórias dos cidadãos, constituindo um imenso somatório sobreposto de diferentes cronologias e origens que faz as histórias das cidades.

Desta construção em camadas, da multiplicidade histórica materializada no seu edificado, da profusão cromática, da variedade de vivências resulta a beleza da cidade. Refere Simmel que “O mais forte atractivo da beleza consiste porventura no facto de ela constituir sempre a forma de elementos que, em si, são indiferentes e alheios à beleza e que só juntos adquirem valor estético; esta falta à palavra isolada, como ao fragmento de cor isolado, à pedra ou ao som, e a conjugação formadora que constitui a sua beleza só sobrevém a esses elementos isolados como um presente que, por si só, eles não merecem.” (cit. in Fortuna, 2010, p. 23).

Neste sentido, podemos afirmar que esta beleza, para a qual Simmel procura a razão, se prende em muito com as histórias e memórias que a leitura alargada da cidade proporciona e que no seu âmago se afirma por via da dimensão humana da urbe.

A experiência de viver a cidade, independentemente da cidade e das narrativas que sobre ela construímos, é sempre uma experiência enriquecedora de apelo sensorial. No entanto, gostamos de viver nas cidades, não apenas pela sua beleza, mas por tudo quanto simbolizam e proporcionam: possibilidade de partilha e simultaneamente o isolamento, facilidade de deslocação, acesso fácil ao conhecimento, à cultura e à inovação, ou ainda, pelas suas histórias e memórias, pelo simbolismo que possuem, o qual se manifesta tanto individual como coletivamente (Dias, 2006).

Ascher (2001) alude ao facto de a multiplicidade de escolhas, com as quais os indivíduos se confrontam, variar consoante os meios, dando origem a perfis de vida cada vez mais diferenciados e fragmentando-se as tipologias de vida em grupos cada vez mais pequenos, sendo hoje obrigatório pensar na singularidade do sujeito e em particular das suas diferentes características que ditam necessidades diferenciadas.

“Numa palavra, sempre que procurarmos o ser último, a realidade radical de uma cidade, depararemos, por um lado, com uma organização física, instituições, uma série de ruas, edifícios, iluminação, caminhos-de-ferro, telefones, tribunais, hospitais, escolas, universidades, etc., mas também, por outro, com um conjunto de costumes, tradições e sentimentos que definem aquilo a que muitos, (...), chamaram a alma da cidade”, refere Goitia (2006, p. 9).

A experiência quotidiana e a relação dos cidadãos com a cidade deve ser conseguida através de projetos desenvolvidos segundo uma perspetiva de Design. Para se cumprir este objetivo, torna-se determinante desenvolver processos de comunicação que sejam simultaneamente empáticos e emocionais. Segundo Branco, “A experiência quotidiana e, portanto, a relação interativa com os objetos, é carregada de emoções explícitas ou silenciosas, isto é, conscientes ou que não chegam ao limiar da consciência. Deste modo, os artefactos não possuem apenas uma dimensão informativa e comunicativa mas, acima de tudo, apelativa e persuasiva, pelo que se justifica um tratamento retórico da interação” (2004, pp. 53-54).

Os designers, para além de colaborarem na criação de narrativas ao promoverem a experiência, deverão atuar também no sentido de potenciar as acessibilidades tanto no domínio físico como cognitivo, conjugando investigação e processos projetuais rigorosos, mas em estreita ligação com as memórias e os afetos dos cidadãos.

3. Espaço Público

O espaço público, mais do que o vazio entre o edificado, é o local onde deambulamos e convivemos, onde podemos sentir e viver a cidade naquilo que de mais genuíno ela possui, é o lugar de construção de múltiplas memórias alicerçadas em experiências e vivências tanto individuais como coletivas.

Lefebvre (1995) considerava que só existe espaço social porque não há um vazio à espera de ser preenchido. Neste sentido, a dicotomia espaço produzido versus espaço criado pode ser analisada do ponto de vista das relações de poder e o seu eco espacial. Adoptando a perspetiva de Michel de Certeau (1984, 2000), consideramos que são as práticas sociais que estruturam as condições determinantes da vida social. Daqui decorre a interpretação da produção de espaço enquanto circuito de discursos, práticas e relações sociais. Neste sentido, a nossa tese é a de que as formas emergentes de urbanidade que são produzidas e reproduzidas por projetos de design no ambiente construído são elementos de comunicação que potenciam redes de significância e significado esboçadas por sujeitos que desenham a sua própria subjetividade. Os sistemas de wayfinding são elementos informativos que comunicam com os cidadãos, potenciando experiências de maior acessibilidade. Logo, beneficiam a forma como as populações idosas percebem a cidade e vivem a própria cidade. Estes elementos de comunicação possibilitam a inclusão social no espaço urbano e, por isso, aumentam a qualidade de vida dos cidadãos em geral, com particular ênfase para os idosos.

O modo como cada um de nós se relaciona com a cidade é diferente. A dinâmica da contemporaneidade, a mobilidade e a mutação são processos que vão construir a questão da cidadania, em micro e macro escalas, num discurso em que o “eu” e o “outro” são um continuum em alternância. A cidade pode ser interpretada como um retrato de mapas mentais e simbólicos que traduzem uma forma diferente de apropriar o mesmo espaço consoante a presença dos sujeitos e as relações entre estes.

Sendo a cidade um espaço de experiências, as formas de exclusão evidenciam-se nas representações sociais e nas práticas espaciais.

Os discursos contemporâneos acentuam o papel do design e da sua ação transformadora na criação de consciência social. A reabilitação de espaços urbanos tem sido um dos focos de incidência do design, tornando-o parte responsável da criação de ambientes construídos que potenciem a consciencialização política, ambiental, social, cultural e económica.

O espaço público das cidades reflete a sua realidade, a sua originalidade, a vida e o carácter dos cidadãos, ou seja, aquilo que a pode diferenciar das demais, pelo que é essencial que as cidades potenciem o seu espaço público, através de uma estreita ligação ao cidadão, comunicando e promovendo as acessibilidades.

Quando referimos acessibilidade estamos a considerar, também, o acesso à informação e ao conhecimento: “... as acessibilidades são também (e cada vez mais) a informação. Informar eficazmente pode melhorar os acessos (qualquer acesso); e aqui levantam-se questões de inclusividade para os deficientes motores, auditivos e invisuais, mas também (e sobretudo) dos analfabetos, dos iletrados culturais e dos estrangeiros” (Goitia, 2006, p. 28).

4. Cidade e Design

Cidade e Design são palavras-chave da contemporaneidade, com um crescimento exponencial a partir da Revolução Industrial, que vêem a sua importância legitimada a cada dia. As cidades crescem e têm cada vez mais influência na cultura dos povos. O Design torna-se onnipresente no nosso quotidiano e a cada momento são identificadas novas necessidades e novas áreas de intervenção para esta área disciplinar. No que se refere ao Design de Comunicação, a importância que assume no contexto citadino manifesta-se na legibilidade da própria cidade, assim como na sua comunicação e projeção para o exterior, devendo o designer atuar como mediador facilitando a interação e a comunicação. Comunicar a cidade, com as suas idiossincrasias, é parte integrante da prática profissional do Design. Para tal desenvolvem-se sistemas informacionais que possibilitam o conforto e a fluidez organizacional da cidade (Costa, 2013).

As cidades, assim como a disciplina do design, sofreram alterações significativas a partir da revolução industrial. As cidades cresceram e adensaram-se, por via da deslocalização de pessoas do campo para a cidade, em busca de trabalho e melhores condições de vida. O design gráfico desenvolve-se face ao progresso tecnológico, estimulado também pelas solicitações de uma população urbana em rápido crescimento e com um poder de compra cada vez maior, facto que originou a produção em massa (Meggs & Purvis, 2009).

A alteração do sistema de produção artesanal para o sistema de produção em série ocasiona uma mudança de paradigma, tanto na produção como no escoamento de produtos. A produção em série origina a necessidade de diferenciação entre projeto e produção. O artesão deixa de desenvolver todo o processo, sendo substituído por um operário cujos conhecimentos residem na técnica de produção. Este facto revelou-se como determinante para o desenvolvimento do Design, enquanto disciplina projetual (Meggs & Purvis, 2009).

Com a produção em massa surge também a dificuldade de escoamento de produtos num espaço geográfico restrito, levando à necessidade de comercialização dos produtos em locais cada vez mais distantes. Este fenómeno, originou a necessidade de criação de marcas e embalagens para reconhecimento do produto e transporte adequado, surgindo posteriormente as primeiras iniciativas publicitárias (Raposo, 2008). Todas estas questões contribuíram para o incremento que o design gráfico teve no período que se seguiu à Revolução Industrial, resultando, deste processo evolutivo, a expansão da cidade e da atividade do design, convertendo-se, tanto uma como o outro, em palavras-chave da cultura urbana.

O Design, “Para o bem e para o mal, não é uma parte marginal ou circunstancial da nossa cultura: ele acabou por se tornar uma componente estrutural do modelo de sociedade industrial. E é ainda por seu intermédio que se desenha a sociedade pós-industrial, do consumo, do lazer e da informação.” (Brandão, 2000, p. 54). Verificamos assim que também as cidades devem a sua evolução e crescimento às tecnologias e às suas potencialidades. Segundo Ascher (2010), a evolução e crescimento das cidades está hoje, como esteve sempre, relacionado com os meios de transporte e “armazenamento” dos bens, das técnicas de informação e, também, das pessoas, configurando um sistema de mobilidade que designa por BIP (bens, informações e pessoas). Este sistema “está no centro das dinâmicas urbanas, da escrita à Internet, passando pela roda, a imprensa, o caminho-de-ferro, o telégrafo, o betão armado (...)” (Barreira, 2009, p. 208).

A História revela-nos que as pessoas são atraídas para os centros das cidades, mercados e espaços públicos, que há muito se encontram peçados de informação, marcas e símbolos. As pessoas necessitam sempre de saber como podem encontrar os seus destinos, onde estão, o que acontece lá e como de lá sair. Um bom sistema wayfinding emprega signos e informação explícita e, também, símbolos implícitos e landmarks que juntos comunicam com precisão, promovem a ordem no caos, acautelando a sua personalidade (Gybson, 2009).

5. Envelhecimento Demográfico

O fenómeno do envelhecimento demográfico tem despoletado crescente interesse científico, mediático e político. O atual contexto sociodemográfico português evidencia esta realidade. Nos Censos de 2011, a população acima dos 65 anos era de 19%. A esperança média de vida em Portugal é de 80,6 (PORDATA [1]) e, em 2016, o índice de longevidade (PORDATA [2]) era de 48,8% e o índice de envelhecimento de 148,7. Esta última métrica é a relação existente entre a população idosa e a população jovem, significando que existem 148,7 idosos por cada 100 jovens em Portugal.

A OMS define que as faixas etárias de idosos devem ser conceitualizadas de acordo com as características socioculturais e económico-políticas dos países. Na União Europeia é consensual que idosos são pessoas com mais de 65 anos, de acordo com os padrões de reforma. As Nações Unidas argumentam que idosos são todas as pessoas com mais de 60 anos de idade. Em África é consensual definir que idosos são pessoas com mais de 50 anos de idade. Esta é uma evidência da natureza socialmente construída do fenómeno do envelhecimento (Debert, 1999), que tem sido alvo de diversas requalificações discursivas alavancando-o a adjetivos como “positivo”, “saúdável” e “ativo” (Amaral & Daniel, 2016). A OMS define envelhecimento ativo como “o processo de optimização de oportunidades de saúde, participação e segurança para melhorar a qualidade de vida à medida que as pessoas envelhecem” (2002, p. 12). Efetivamente, o novo paradigma do “envelhecimento ativo” propõe uma requalificação da velhice, promovendo concepções positivas, e um prolongamento da participação social e económica dos idosos, contra a persistência de estereotipia que associa esta fase da vida a inutilidade, doença e dependência (Daniel, Antunes & Amaral, 2015; Daniel, Caetano, Monteiro & Amaral, 2016). Sendo um dos principais desafios que as sociedades contemporâneas enfrentam, os discursos políticos sobre o envelhecimento ativo têm procurado combater as representações e idadismo negativo.

Numa época em que a noção de envelhecimento está em mutação, com profundos impactos sociais e individuais, promover a qualidade de vida é uma condição diretamente associada às constantes transformações do espaço urbano e do seu crescimento. A Carta de Ottawa, emanada da I Conferência Internacional sobre Promoção da Saúde realizada em 1986, apelava à promoção da saúde através da ligação entre a população e o seu meio ambiente. A urbanização assumiu especial destaque com o projeto “Age Friendly Cities”, uma iniciativa da OMS (2007) que inicialmente foi implementada em 33 cidades de 22 países. Este programa avalia oito parâmetros das cidades: edifícios públicos e espaços abertos, transportes, habitação, participação social, respeito e inclusão social, participação cívica e emprego, comunicação e informação, apoio comunitário e serviços de saúde. Estas dimensões são baseadas no conceito de envelhecimento ativo e estando identificados por comunidades-modelo amigas do idoso (Plouffe & Kalache, 2010). As premissas centrais das “Cidades Amigas dos Idosos”, termo utilizado em português para a proposta da OMS, estão relacionadas com o facto de estas contribuírem para a qualidade de vida dos cidadãos mais velhos, criarem condições de saúde, permitirem a sua segurança e inclusão social através da participação na comunidade, assim como capacitarem a mobilidade no espaço urbano através da adaptação de serviços e estruturas. Daqui decorre que as questões associadas ao ambiente social – comunicação e informação – são cruciais para a promoção do envelhecimento ativo no contexto das “Cidades Amigas dos Idosos”. Surge, assim, a necessidade de pensar a cidade, espaço público, cidade e design, e sistemas wayfinding como âncoras de espaços urbanos habitados onde se promova a qualidade de vida no seu ambiente social. Alavancando a responsabilidade do design na ideia de suporte para a promoção de “Cidades Amigas dos Idosos”.

É neste sentido que nos propomos analisar as definições e balizar a abrangência da terminologia relacionada com esta área de conhecimento.

6. Wayfinding e Sinalética

Wayfinding é um campo de intervenção do Design, que engloba múltiplas áreas de estudo e cujo objetivo é facilitar a experiência, o acesso e a circulação de pessoas num determinado espaço. Wayfinding é o termo utilizado para definir um conjunto de atividades que permitem encontrar o caminho para um determinado destino (Berger, 2005).

Mollerup (2005) refere que encontrar e mostrar o caminho são atividades tão antigas como a própria humanidade, consistindo num processo de resolução de um problema. O problema reside em encontrar um caminho de um lugar para outro. A sua resolução implica o reconhecimento do mesmo, incluindo atividades como: procura, decisão e movimento – procurar, decidir e mover. A solução mental é eleger uma rota de um determinado lugar até ao destino. O resultado físico de um problema wayfinding deveria ser uma jornada concluída com sucesso. Segundo este autor, o wayfinder desloca-se a pé ou de bicicleta.

Mollerup (2005) defende também outra designação para o mesmo processo: wayshowing, considerando que wayshowing está para wayfinding como escrever está para ler, ou falar para ouvir. O propósito do wayshowing será possibilitar o wayfinding. Wayshowing é o meio e wayfinding o objetivo.

Segundo Gibson (2009), um projeto wayfinding fornece orientação e meios para auxiliar as pessoas a sentirem-se à vontade no seu meio envolvente, possibilitando uma deambulação orientada pelo espaço físico da cidade, assumindo-se como parte da infraestrutura cívica e da narrativa pública da cidade. Ainda segundo o mesmo autor, o wayfinding teve origem no pós-guerra com a deslocação de muitos designers da Europa para os EUA, motivados por um sentido de missão para com as comunidades e, simultaneamente, de zelo pelas experiências criativas.

Nos anos 60, críticos, estudiosos e designers sentiram uma necessidade urgente de humanizar e facilitar o acesso aos espaços urbanos modernos, cada vez mais complexos. A disciplina do design envolvida nesta resposta teve inúmeras designações, muitas das quais ainda se mantêm no léxico atual: “architectural graphics”, “signage” ou “sign-system design”, “environmental graphic design” e “wayfinding” (Gybson, 2009, p. 13).

Estudados ao longo de anos, os sistemas wayfinding fomentaram ou estiveram na origem do desenvolvimento de múltiplas especialidades no âmbito das ciências cognitivas, nomeadamente sistemas para invisuais, estudos aprofundados sobre legibilidade, perceção da cor e legibilidade tipográfica (Berger, 2005). Na década de 70, com a especialização desta área do design, surge a Society of Environmental Graphic Designer, depois designada por Society for Environmental Graphic Design e, atualmente, Society for Experiential Graphic Design (SEGD). A SEG, autodescreve-se como uma comunidade de profissionais que planeia, projeta e constrói experiências, conectando as pessoas com o lugar. Esta designação permite entender a mudança de paradigma que se encontra

subjacente, reflete as necessidades sociais e culturais da contemporaneidade, onde mais do que encontrar um caminho, as pessoas necessitam de se conectar, viver e experienciar o espaço, o que pode ser conseguido por via de conteúdos expositivos, experiências imersivas com recurso a suportes analógicos e instalações multimédia.

Berger (2005) refere que as futuras dificuldades no âmbito do design gráfico do espaço são difíceis de prever, sendo quase garantido que os designers precisarão de abarcar nos seus projetos um conjunto de capacidades transversais, ainda mais amplas e aperfeiçoadas, onde os novos espaços serão viáveis através da mistura da realidade virtual, do ciberespaço e múltiplos materiais inteligentes.

Segundo, Rosa (2012, p. 232) wayfinding consiste num “conjunto de elementos visuais, físicos, sensoriais e/ou espaciais que ajudam o utilizador a encontrar o destino”.

Os sistemas wayfinding, surgem da necessidade de orientação em espaços complexos. De acordo com Lynch (1960), é determinante a existência de pistas e sinais, que possibilitem a perceção e leitura da cidade e quanto maior for esta legibilidade, maior será o nosso conforto e bem-estar.

Para além dos elementos desenvolvidos no âmbito do Design, o mesmo autor refere que, para esta legibilidade contribuem os elementos materiais estruturais da cidade, ruas, esquinas, associados à perceção sensorial da luz da cor e dos odores, os quais permitem ao cidadão “estabelecer uma relação harmoniosa entre si e o mundo exterior. Isto é o inverso do medo que deriva da desorientação; significa que o doce sentido do lar é mais forte quando o lar é não só familiar, mas também distintivo” (Lynch, 1960, p. 15)

Temos assim que, um sistema wayfinding é único, relaciona-se diretamente com o espaço de intervenção, com as características e requisitos técnicos que lhe são inerentes. No contexto da cidade, muitos dos elementos de orientação alicerçam-se na sua própria estrutura, constituindo as designadas “landmarks”, às quais os designers adicionam um conjunto de informações visuais, que reforçam a imagem pública e facilitam a circulação pelo espaço.

A este conjunto de elementos, ou programas, atribuiríamos a designação de sinalética, a qual, segundo Costa (1989, p. 11) “atua em pontos específicos do espaço sendo portanto sequencial, mas descontínua”.

Para Neves (2006, p. 9) “sinalética é a disciplina que estuda as relações funcionais entre os signos de orientação e os indivíduos. Actua em aspectos como a prevenção, transmissão de informação precisa e com o intuito de permitir uma rápida leitura.”

Em 1989 Costa definia sinalética como “a parte da ciência da comunicação visual que estuda a relação funcional entre os signos de orientação no espaço e o comportamento dos indivíduos. Ao mesmo tempo é a técnica que organiza e regula estas relações” (p. 9). Em 2011, Costa propõe uma nova definição para o conceito, definindo sinalética como “uma disciplina de comunicação ambiental e da informação, que tem como objetivos orientar as decisões e ações dos indivíduos em espaços onde se prestam serviços” (p. 95). Nesta nova definição, ao alterar o conceito de “comunicação visual” por “comunicação ambiental” e sendo esta última definição, como o próprio autor refere “um campo de recursos mais aberto e global, onde comunica não apenas o design gráfico mas também a arquitectura, a iluminação, a organização dos serviços e o meio em geral como lugar de acção” (Costa, 2011, p. 95), verifica-se uma aproximação às definições de wayfinding.

De qualquer modo importa reter que um sistema wayfinding, ou sinalético, é completamente diferente de um sistema de sinalização. Uma vez que este “não se impõe, não tenta persuadir, convencer, induzir ou influenciar as decisões de acção dos indivíduos” (Costa, 1989, p. 11). Tem antes, a função de orientar de deixar que o indivíduo decida por si, de acordo com as suas necessidades e motivações. Também não pretende, tal como a publicidade ou a pedagogia, deixar uma marca na memória dos indivíduos (Costa, 1989).

Como vimos anteriormente, um sistema wayfinding é único, relaciona-se diretamente com o espaço de intervenção. Diríamos que esta premissa reforça a ideia de que qualquer projeto wayfinding é um projeto de design: único e apenas aplicável a um determinado meio e num determinado contexto. E, como para todos os projetos de design, é possível prever um conjunto de etapas que espelham a metodologia projetual de design. A título de exemplo, apresentamos as etapas definidas por Gybson (2009, p. 32): Planeamento (pesquisa e análise dos dados recolhidos); Estratégia (definição da estrutura funcional do sistema); Programação (planeamento e definição de lugares para colocação das mensagens). Design: Design esquemático (exploração de alternativas, formas, materiais, cor, tipografia); Projeto de Design (depois de realizados os testes, finalização do projeto); Construção e Documentação (artes finais e fabrico). Implementação: Acompanhamento do processo de produção, construção e administração do processo.

Os sistemas wayfinding integram o campo de atuação do Design de Comunicação. Exigem da parte do designer conhecimentos vastos, como por exemplo na área da ergonomia e antropometria, aliados à responsabilidade cultural e social, as quais determinam práticas sustentáveis e conscientes.

A OMS considera como um dos oito pilares das cidades amigas dos idosos a comunicação e a informação. Assim, no que diz respeito às vivências e à fruição das cidades, os designers ao desenvolverem sistemas wayfinding necessitam de ter em consideração o envelhecimento da população e projetar de acordo com estas necessidades.

“O modo pelo qual os indivíduos vivenciam o quotidiano, é traduzido num sentimento de bem-estar físico, mental, social e espiritual” (Rebello, 2004 cit in Daré, 2010, p:69) e apesar de sabermos que o processo de envelhecimento não é homogêneo e “a idade cronológica não ser o melhor indicador do processo individual de envelhecimento” (Marques, 2011, p. 26), a realidade é que, segundo Hoffman (2003), todo o organismo multicelular sofre mudanças fisiológicas com o passar do tempo, sendo a vida destes organismos geralmente divididas em três fases: crescimento e desenvolvimento, reprodutiva, e a senescência ou envelhecimento. Esta última caracteriza-se pelo declínio da capacidade funcional do organismo, o qual, segundo Daré (2010), se manifesta em mudanças no esqueleto e nos músculos, ocorrendo uma redução do alcance e da flexibilidade dos movimentos, ao nível sensorial a degeneração das células ciliadas origina dificuldades no equilíbrio e na cinestesia.

Desta perda de flexibilidade, dificuldades de orientação e locomoção, resultam fatores psicológicos como a insegurança, sendo referido por Lloyd-Sherlock, Agrowal, Minicuci (2016), que nos idosos o medo do crime e os sentimentos de insegurança estão associados com a redução da mobilidade e da participação social. Percebemos assim que, tanto os fatores físicos, como psicológicos dificultam a fruição e inteligibilidade da cidade, que o seu constante crescimento e o aumento da complexidade, resultam numa dificuldade acrescida para o entendimento do seu habitat e da imagem que os idosos fazem da cidade.

Esta reflexão leva-nos a concluir, de acordo com Lynch, “que a imagem não é apenas o resultado das características externas, mas igualmente o produto do observador. Por isto, seria possível melhorar a imagem através de uma educação (...), seguindo a ideia de que uma pessoa pode ser ensinada a saber orientar-se no seu ambiente urbano: através de museus, leituras, passeios na cidade, projectos de escola, etc... Aliado a isto, está o uso potencial de indicações simbólicas: mapas, sinais, diagramas, máquinas indicadoras do caminho a seguir” (1960, p. 171). Ou, como defende Mollerup (2005), um sistema wayshowing, ou ainda e na sua designação mais consensual um sistema wayfinding.

7. Conclusões

Com este artigo procurámos construir uma base teórica que servirá de suporte ao aprofundamento das temáticas e à conceitualização e desenvolvimento de projetos, nas áreas disciplinares do design e da cidade, nomeadamente no âmbito da promoção do fácil acesso físico e cognitivo à cidade, por parte das populações idosas.

Iniciámos um estudo sobre as limitações físicas e psicológicas que podem transformar a cidade e o espaço urbano num lugar de exclusão para a população da terceira idade, tendo por objetivo vir a aprofundar o que origina representações negativas da cidade, no que se refere a aspetos relacionados com a falha ou inexistência de informação e comunicação, a fim de serem propostas práticas projetuais inclusivas no âmbito dos sistemas wayfinding, defendendo-os como estruturas indispensáveis no âmbito da comunicação e informação das cidades amigas dos idosos.

Notas

[1] Disponível no endereço eletrónico <http://www.pordata.pt/>

[2] Disponível no endereço eletrónico <http://www.pordata.pt/>

Acknowledgments

This paper was presented at 6th EIMAD – Meeting of Research in Music, Art and Design, and published exclusively at Convergences.

Referências Bibliográficas

- Amaral, I. & Daniel, F. (2016). Ageism and IT: social representations, exclusion and citizenship in the digital age. In International Conference on Human Aspects of IT for the Aged Population (pp. 159-166). Springer International Publishing.
- Ascher, F. (2010). Novos princípios do urbanismo, seguido de novos compromissos urbanos – um léxico. Lisboa: Livros Horizonte.
- Barreira, I. (2009). Narrativa de Lisboa. In Carlos Fortuna & Rogério Pereira Leite (Orgs.), Plural de Cidade: Novos Léxicos Urbanos. Coimbra: Edições Almedina.
- Berger, C. (2009). Wayfinding: designing and implementing graphic navigational systems. Rockport Publishers
- Branco, V. et al. (2004). Design de Interação para uma melhor relação entre as pessoas e as coisas. In Pedro Brandão & Antoni Remesar, Design Urbano Inclusivo: uma experiência de Projecto em Marvila – Fragmentos e Nexos. Lisboa: CPD.
- Brandão, P. (2000). Profecias e profissões de fé sobre o design urbano. In Pedro, Brandão & Antoni Remesar, Espaço Público e a Interdisciplinaridade. Lisboa: CPD.
- Costa, J. (1989). Señalética: De la señalización al diseño de programas. Barcelona: CEAC, s.a.
- Costa, J. (2011). Design para os olhos – Marca, Cor, Identidade, Sinalética. Lisboa: Dinalivro.
- Costa, M. L. (2013). Design para a Inteligibilidade e Fruição do Património Intangível – Itinerários Poéticos na Cidade de Lisboa. Tese de Doutoramento. Faculdade de Arquitetura da Universidade de Lisboa.
- Daniel, F., Antunes, A., & Amaral, I. (2015). Representações sociais da velhice. *Análise Psicológica*, 33(3), 291-301.
- Daniel, F., Caetano, E., Monteiro, R., & Amaral, I. (2016). Representações sociais do envelhecimento ativo num olhar genderizado. *Análise Psicológica*, 34(4), 353-364.
- Daré, A. C. L. (2010). Design Inclusivo: O impacto do ambiente doméstico no utilizador idoso. Lisboa: Universidade Lusíada Editora.
- Debert, G. G. (1999). A Reinvenção da velhice: socialização e processos de reprivatização do envelhecimento. São Paulo: Editora da Universidade de São Paulo.
- de Certeau, M. (1984). The Practice of Everyday Life. Berkeley: University of California Press.
- de Certeau, M. (2000). Walking in the City. In Graham Ward (ed.) The Certeau Reader (pp. 91-110). London: Blackwell.
- Dias, M. G. (2006). Manual das Cidades. Lisboa: Relógio D'Água Editores.
- Gibson, D. (2009). The wayfinding handbook: Information design for public places. New York: Princeton Architectural Press
- Goitia, F. C. (2006). Breve História do Urbanismo. Lisboa: Editorial Presença.
- Hoffmann, M. E. (2003). Bases biológicas do envelhecimento. *Idade Ativa–Revista Eletrônica da Terceira Idade*.
- Lefebvre, H. (1995 [1968]). The right to the city. In Henri Lefebvre, Eleonore Kofman, and Elizabeth Lebas. *Writings on Cities* (pp. 63-184). Cambridge, MA: Blackwell.
- Lloyd-Sherlock, P., Agrawal, S., & Minicuci, N. (2016). Fear of crime and older people in low-and middle-income countries. *Ageing & Society*, 36(5), 1083-1108.
- Lynch, K. (1960). A Imagem da Cidade. Lisboa: Edições 70.
- Marques, S. (2011) Discriminação da Terceira Idade. Lisboa: FFMS & Relógio D'Água Editores
- Meggs, P. Purvis, A. (2009). História do Design Gráfico. S. Paulo: Cosac Naify
- Mollerup, P. (2005). Wayshowing: A Guide to Environmental Signage Principles and Practices. Baden: Lars Muller Publishers
- Neves, J. (2006). O sistema de sinalização vertical em Portugal. Dissertação de Mestrado. Departamento de Comunicação e Arte. Aveiro.
- Plouffe, L. & Kalache, A. (2010). Towards global age-friendly cities: determining urban features that promote active aging. *Journal of urban health*, 87(5), pp. 733-739.
- Rosa, C. (2012). Informação Pictográfica – O universo dos pictogramas: Métodos e procedimentos de design para obtenção de coerência formal. Tese de Doutoramento. Faculdade de Arquitectura da Universidade Técnica de Lisboa.
- Fortuna, C. (2010). Simmel: A Estética e a Cidade. Coimbra: Imprensa da Universidade de Coimbra.
- United Nations (2008). World Urbanization Prospects The 2007 Revision – Highlights. United Nations: New York.
- Wirth, L. (1997). O urbanismo como modo de vida. In Carlos Fortuna (Org), Cidade, Cultura e Globalização – Ensaio de Sociologia (pp. 1-46). Oeiras: Celta Editora.
- WHO (2002). Active ageing: A policy Framework. Geneva: World Health Organization.
- WHO (2007). Global Age-Friendly Cities: A Guide. Geneva: World Health Organization.

Reference According to APA Style, 5th edition:

Costa, M. Amaral, I. ; (2018) Cidades e Sistemas Wayfinding. *Convergências - Revista de Investigação e Ensino das Artes* , VOL XI (21) Retrieved from journal URL: <http://convergencias.ipcb.pt>