

KAREN VERETA

SINALIZAÇÃO TURÍSTICA DA CIDADE DE IRATI

IRATI

2007

KAREN VERETA

SINALIZAÇÃO TURÍSTICA DA CIDADE DE IRATI

Trabalho de Conclusão de Curso  
apresentado ao curso de Turismo,  
Centro de Ciências Sociais Aplicadas,  
Universidade Estadual do Centro-  
Oeste, Campus Universitário de Irati –  
PR.

Orientador: Diogo L. Fernandes

IRATI

2007

## **DEDICATÓRIA**

Dedico este trabalho aos meus avós, que sempre me ajudaram, aos meus pais que me deram a vida, ao meu namorado, que me incentivou e esteve ao meu lado durante todo este último ano, e ao meu orientador Diogo pela dedicação e auxílio que teve na orientação para que a pesquisa fosse concluída.

## AGRADECIMENTOS

Gostaria de agradecer primeiramente a todos os meus professores, os quais foram responsáveis pelo aprendizado que tive durante estes últimos quatro anos, especialmente ao professor Diogo L. Fernandes, que me orientou neste trabalho.

À Coordenadora de Turismo de Irati Simone W. W. Milleo, pela oportunidade de realizar os trabalhos dentro do Departamento de Turismo da Prefeitura Municipal e pelo apoio durante o planejamento da sinalização.

Aos amigos que fiz desde que iniciei o curso de Turismo, principalmente às amigas Janaína, Lurdis e Paula, que sempre estiveram ao meu lado.

E gostaria de agradecer especialmente aos meus avós e ao meu namorado Junior, que sempre acreditaram em mim e me incentivaram para que mais essa fase de minha vida fosse concluída.

A todos o meu sincero agradecimento.

## SUMÁRIO

<b>1. INTRODUÇÃO.....</b>	<b>1</b>
<b>2. REFERENCIAL TEÓRICO.....</b>	<b>3</b>
2.1 CAPÍTULO 1 – TURISMO URBANO E HOSPITALIDADE DAS CIDADES.	3
2.2 CAPÍTULO 2 – PLANEJAMENTO DO TURISMO.....	10
2.3 CAPÍTULO 3 – SINALIZAÇÃO TURÍSTICA.....	17
<b>3. MATERIAL E MÉTODOS.....</b>	<b>26</b>
3.1 NATUREZA DA PESQUISA.....	26
3.2 TÉCNICA DE COLETA DE DADOS.....	26
<b>4. ESTUDO DE CASO.....</b>	<b>29</b>
<b>5. RESULTADOS E DISCUSSÃO.....</b>	<b>32</b>
<b>6. CONSIDERAÇÕES FINAIS.....</b>	<b>53</b>
<b>REFERÊNCIAS.....</b>	<b>55</b>
<b>ANEXOS.....</b>	<b>58</b>
ANEXO 1 – LISTA DE PICTOGRAMAS	
ANEXO 2 – MAPA DO QUADRO URBANO DE IRATI – SINALIZAÇÃO URBANA E TURÍSTICA DE IRATI	

## LISTA DE FIGURAS

FIGURA 1 – PLACAS DE SINALIZAÇÃO.....	22
FIGURA 2 – PICTOGRAMAS.....	23
FIGURA 3 – SETAS INDICATIVAS.....	23
FIGURA 4 – ELEMENTOS DE COMPOSIÇÃO DA PLACA – TARJA.....	24
FIGURA 5 – TIPOS DE SUPORTE.....	25
FIGURA 6 – MAPA DA CIDADE DE IRATI.....	29
FIGURA 7 – GRÁFICO DA POPULAÇÃO DE IRATI.....	30
FIGURA 8 – PLACAS DE SINALIZAÇÃO EXISTENTES.....	32
FIGURA 9 – PLACA 01 E FOTO DA LOCALIZAÇÃO.....	33
FIGURA 10 – PLACA 02 E FOTO DA LOCALIZAÇÃO.....	34
FIGURA 11 – PLACA 03 E FOTO DA LOCALIZAÇÃO.....	35
FIGURA 12 – PLACA 04 E FOTO DA LOCALIZAÇÃO.....	35
FIGURA 13 – PLACA 05 E FOTO DA LOCALIZAÇÃO.....	36
FIGURA 14 – PLACA 06 E FOTO DA LOCALIZAÇÃO.....	37
FIGURA 15 – PLACA 07 E FOTO DA LOCALIZAÇÃO.....	37
FIGURA 16 – PLACA 07-A E FOTO DA LOCALIZAÇÃO.....	38
FIGURA 17 – PLACA 07-B E FOTO DA LOCALIZAÇÃO.....	38
FIGURA 18 – PLACA 08 E FOTO DA LOCALIZAÇÃO.....	39
FIGURA 19 – PLACA 08-A E FOTO DA LOCALIZAÇÃO.....	39
FIGURA 20 – PLACA 09 E FOTO DA LOCALIZAÇÃO.....	40
FIGURA 21 – PLACA 11 E FOTO DA LOCALIZAÇÃO.....	40
FIGURA 22 – PLACA 12 E FOTO DA LOCALIZAÇÃO.....	41
FIGURA 23 – PLACA 13 E FOTO DA LOCALIZAÇÃO.....	41
FIGURA 24 – PLACA 14 E FOTO DA LOCALIZAÇÃO.....	42
FIGURA 25 – PLACA 14-A E FOTO DA LOCALIZAÇÃO.....	42
FIGURA 26 – PLACA 15 E FOTO DA LOCALIZAÇÃO.....	43
FIGURA 27 – PLACA 15-A E FOTO DA LOCALIZAÇÃO.....	43

FIGURA 28 – PLACA 16 E FOTO DA LOCALIZAÇÃO.....	44
FIGURA 29 – PLACA 17 E FOTO DA LOCALIZAÇÃO.....	44
FIGURA 30 – PLACA 18 E FOTO DA LOCALIZAÇÃO.....	45
FIGURA 31 – PLACA 19 E FOTO DA LOCALIZAÇÃO.....	45
FIGURA 32 – PLACA 20 E FOTO DA LOCALIZAÇÃO.....	46
FIGURA 33 – PLACA 21 E FOTO DA LOCALIZAÇÃO.....	46
FIGURA 34 – PLACA 22 E FOTO DA LOCALIZAÇÃO.....	47
FIGURA 35 – PLACA 22-A E FOTO DA LOCALIZAÇÃO.....	47
FIGURA 36 – PLACA 22-B E FOTO DA LOCALIZAÇÃO.....	48
FIGURA 37 – PLACA 23 E FOTO DA LOCALIZAÇÃO.....	48
FIGURA 38 – PLACA 24 E FOTO DA LOCALIZAÇÃO.....	49
FIGURA 39 – PLACA 25 E FOTO DA LOCALIZAÇÃO.....	49
FIGURA 40 – PLACA 25-A E FOTO DA LOCALIZAÇÃO.....	50
FIGURA 41 – PLACA 26 E FOTO DA LOCALIZAÇÃO.....	50
FIGURA 42 – PLACA 29 E FOTO DA LOCALIZAÇÃO.....	51
FIGURA 43 – PLACA 30 E FOTO DA LOCALIZAÇÃO.....	51

## RESUMO

Há uma relação peculiar entre turismo, visitantes e sinalização turística. Ao visitar uma localidade e para deslocar-se, um indivíduo, que não conhece o local, necessita de informações para fazê-lo. Pesquisas revelam que os próprios turistas apontam o quesito sinalização como um dos principais pontos necessários numa viagem. Com o objetivo de demonstrar essa importância, estudar a possível implantação de sinalização no município de Irati e de dar o suporte preciso para que as pessoas trafeguem de uma forma coerente é que se pensou no planejamento da sinalização turística. Estudos foram realizados através de livros, documentos, internet e materiais de apoio, que resultaram no planejamento da sinalização. Com a pesquisa também pode-se perceber que as placas de sinalização turística existentes na cidade de Irati não são satisfatórias ao indicar os atrativos, há deficiência nas informações, as placas não estão dispostas corretamente na malha viária, seu ordenamento não segue uma forma harmônica que conduz o visitante até o atrativo, elas não estão dentro das normas, dos padrões previstos no Guia Brasileiro de Sinalização Turística, e ainda as placas existentes estão precárias. Ao término do projeto, todas as ações foram enviadas ao Prefeito Municipal e aguarda-se uma resposta para a implantação.

### **Palavras – chaves:**

Sinalização, informação, planejamento, turismo, turistas.



## INTRODUÇÃO

A atividade turística tem-se desenvolvido a cada dia, trazendo inúmeros benefícios, como geração de renda, empregabilidade, desenvolvimento das cidades com potenciais turísticos, entre outros.

Juntamente com o turismo, deve-se desenvolver a prestação de serviços, pois ela está interligada à demanda. É preciso que algumas especificidades nesta prestação de serviços sejam seguidas, como a qualificação e capacitação da mão de obra, pesquisa de mercado, levantamento de recursos, planejamento prévio, envolvimento e aceitação do público receptor, os quais devem estar correlacionados com análises periódicas, para obter o êxito e o grau de satisfação desejado.

Dentre os segmentos que compõem a atividade turística pode-se citar: meios de hospedagem, agenciamento, transportes, entretenimento, lazer, gastronomia, bem como a sinalização turística em uma cidade, pois ela é importante no atendimento aos turistas que estão cada vez mais exigentes e agrega valores a qualidade diversificada encontrada no mercado.

Uma sinalização de orientação de boa qualidade, clara, bem posicionada e de fácil entendimento é necessária para que turistas, visitantes e a própria comunidade possam se locomover da melhor forma em um destino.

Deste modo a problemática de pesquisa que norteia este trabalho é: a cidade de Irati possui uma sinalização de orientação turística que seja adequada ao atendimento aos visitantes do município?

Análise e estudos mostram que em Irati as placas existentes não são satisfatórias no que diz respeito a informações e também não estão dentro dos padrões exigidos.

No ano de 1996, Irati recebeu do Ministério do Esporte e Turismo, o Selo de Município com Potencial Turístico e nos quatro anos consecutivos ao Selo de Município Prioritário para o Desenvolvimento do Turismo. Em 2000, foi contemplado com o Certificado de município engajado no programa de municipalização de turismo, desenvolvido em todo território nacional pela EMBRATUR. Em 2002, recebeu do Ministério do Esporte e Turismo, através do Instituto Brasileiro de Turismo, o Selo de

Ouro, repassado aos municípios engajados no PNMT - 3ª fase (planejamento). Ainda em 2002, o município teve a formatação do Inventário Turístico Municipal.

Devido ao fato de Irati ter esse potencial turístico e não possuir uma infraestrutura de sinalização turística satisfatória fez-se necessário um estudo com o objetivo de salientar a importância da sinalização, assim como um estudo da cidade, onde se criou um projeto de ordenação da sinalização turística, salientando os principais pontos, para melhor atender aos visitantes. Houve também o objetivo de estudar a possível implantação do projeto, entregue ao órgão responsável municipal.

Assim temos como objetivo geral deste trabalho, estudar a possível implantação do planejamento da sinalização turística na cidade de Irati. E como objetivos específicos:

- Mostrar a importância de se ter uma cidade bem sinalizada.
- Planejar e ordenar a sinalização turística da cidade.

Para a realização do trabalho, utilizou-se de uma metodologia de estudo que envolveu a pesquisa bibliográfica, com o intuito de tornar o resultado do estudo mais próximo da situação real utilizou-se da pesquisa documental, realizada em documentos disponibilizados pela Prefeitura. Depois dos estudos teóricos e documentais sobre sinalização, foi pensado no planejamento, definidos os locais a serem informados nas placas, o que cada uma deveria conter, foram feitos estudos em mapas da cidade para obter-se a melhor localização de cada placa e realizadas saídas a campo em cada local demarcado.

A cidade de Irati possui um potencial turístico para ser explorado. É importante que para que se desenvolva a atividade turística os órgãos competentes estejam engajados em projetos e contem com a colaboração da comunidade local. Assim, pode-se gerar mais renda, empregos e a qualidade de vida pode vir a melhorar, pois com o desenvolvimento do turismo amplia-se a infraestrutura da cidade, que será utilizada por turistas e autóctones.

## 2. REFERENCIAL TEÓRICO

### 2.1 TURISMO URBANO E HOSPITALIDADE DAS CIDADES

O turismo é um fenômeno social e um dos segmentos de mercado que está em constante expansão nos últimos 30 anos, isso se deve às inúmeras oportunidades como: a geração de renda, ingresso de moeda estrangeira e a empregabilidade, que aliada com a variedade de destinos oferecidos no cenário nacional se torna um instrumento de crescimento econômico.

A Organização Mundial de Turismo (OMT) *apud* Ignarra (2003, p. 11), até o ano de 1994, definia o turismo como: “O deslocamento para fora do local de residência por período superior a 24 horas e inferior a 60 dias, motivado por razões não econômicas”. Após 1994, passou a considerar que: “O turismo engloba as atividades das pessoas que viajam e permanecem em lugares fora de seu ambiente usual durante não mais do que um ano consecutivo, por prazer, negócios ou outros fins”.

Existem várias definições de vários autores sobre o turismo, mas os principais elementos das definições são: estar fora do local de residência, por um tempo de permanência, ser de caráter não lucrativo e ter alguma motivação, a busca pelo prazer. De La Torre (1992) *apud* Barretto (1995, p. 13) o define desta forma:

O turismo é um fenômeno social que consiste no deslocamento voluntário e temporário de indivíduos ou grupo de pessoas que, fundamentalmente por motivos de recreação, descanso, cultura ou saúde, saem do seu local de residência habitual para outro, no qual não exercem nenhuma atividade lucrativa nem remunerada, gerando múltiplas inter-relações de importância social, econômica e cultural.

Viajar, conhecer novos lugares, interagir com pessoas novas, faz parte do desejo da maioria das pessoas e, para que elas possam sentir-se a vontade em destinos desconhecidos, é necessário que tais localidades apresentem condições favoráveis de infra-estrutura aos turistas. Neste caso, uma boa sinalização turística é importante, pois faz com que as pessoas se localizem com mais facilidade na destinação, perdendo menos tempo procurando os locais de interesse turístico no município.

De acordo com o Guia Brasileiro de Sinalização Turística (2001, p. 14):

De um modo geral, a partir do momento em que um turista se afasta dos arredores do seu município, começa a se deparar com situações que não lhe são habituais e que requerem atendimento específico. Isso ocorre, principalmente, devido à perda de referências, tais como paisagens, ruas, praças, edificações, equipamentos urbanos e elementos de sinalização aos quais está familiarizado em seus deslocamentos cotidianos.

Nesse contexto, entende-se que inserida na atividade turística está a hospitalidade, pois é ela que, juntamente com outros fatores, irá desencadear no suporte que dará atendimento aos turistas em uma nova localidade, satisfazendo suas motivações e necessidades.

Esta hospitalidade pode se dar por meio da implantação de uma infra-estrutura de qualidade nas destinações turísticas, que possam a vir a melhorar a experiência do visitante na destinação como: acesso, saneamento básico, sinalização, iluminação pública, etc.

De acordo com Castelli (2005, p. 104):

(...) Dificilmente o Brasil poderá figurar como um destino turístico de primeira grandeza se não forem implementadas melhorias na infra-estrutura de saneamento básico, na limpeza urbana, na proteção dos patrimônios natural e histórico-cultural, na construção e modernização de terminais marítimos de passageiros e aeroportos, e na capacitação e qualificação de recursos humanos. Uma vez alcançadas essas melhorias, o Brasil poderá apresentar-se no mercado como forte candidato a um dos principais destinos turísticos do planeta. Em outras palavras, terá condições de oferecer hospitalidade no contexto das necessidades, dos desejos e das expectativas dos viajantes de hoje.

A hospitalidade remonta desde séculos anteriores, quando as pessoas recebiam os hóspedes em suas casas e ofertavam-lhes comida, bebida e muitas vezes até lugar para dormir. Muita coisa mudou até os dias atuais, mas o conceito básico da hospitalidade permaneceu o mesmo ao longo da história, que é satisfazer e servir os hóspedes.

A maioria dos autores diz que apenas alimentação e hospedagem fazem parte da hospitalidade. Guerrier (2000, p. 53), a define como “Um setor diversificado que

abrange hotéis, restaurantes, bares credenciados, pousadas, empresas de *catering*<sup>1</sup>, dos setores público e privado [...].”

São muitos os conceitos de hospitalidade e eles vão além dos limites de hotéis, restaurantes, estabelecimentos de entretenimento ou lojas.

Hoje, as cidades estão preocupadas em dar um suporte satisfatório aos turistas para que estes sintam-se bem e com a qualidade em todos os setores para que turismo, hospitalidade e qualidade caminhem juntos.

Para Chiavenato (1999, p. 678), “Qualidade é atender a todo o tempo as necessidades do cliente”. Essa afirmação transmite uma idéia de que um turista ou visitante deve sentir-se satisfeito e tenha o desejo de retornar à cidade pelo fato de ter sido bem atendido.

Os indivíduos são possuidores de expectativas e desejos que, com a vontade em satisfazer curiosidades juntamente com suas necessidades, procuram responder aos apelos externos de praticar viagens, conhecer e vivenciar novas culturas, crenças, culinária, fugir da rotina, experiências paisagísticas. A demanda está cada vez mais exigente e agrega valores a qualidade diversificada encontrada no mercado, fazendo com que o turismo seja aperfeiçoado e planejado no intuito de prestar serviços, atendendo as tendências onde o produto turístico mais preparado possuirá um retorno financeiro contínuo, pois tem a capacidade de melhor satisfazer o turista.

Todas as atividades que são feitas no que diz respeito a atendimento e hospitalidade devem ter como meta encantar e atender as reais necessidades das pessoas que estão visitando a localidade. Serviços de qualidade chamam a atenção e acabam criando certa fidelidade entre o espaço e o indivíduo, haja visto que sempre se busca a qualidade e a satisfação em todos os aspectos do turismo.

Em virtude de todas essas questões, é necessário fazer a seguinte pergunta: O que faz com que uma cidade seja mais hospitaleira que a outra, atraindo assim os turistas?

Segundo Grinover, (2002, p. 28):

---

<sup>1</sup> Catering: Em inglês, quer dizer “providenciar comida e entretenimento”.

A primeira resposta está implícita na discussão a respeito do desenvolvimento sustentável que, mesmo ligeiramente gasto em sua utilização social, política e econômica, ainda pode constituir a base de desenvolvimentos futuros da hospitalidade; a segunda refere-se ao urbano, à cidade e suas estruturas a serem desvendadas, lidas e interpretadas.

O desejo de viajar, conhecer novos lugares está em cada indivíduo que, ao sair de sua residência, deseja desvendar novos lugares e ser bem recebido. A hospitalidade aliada ao urbano será um chamariz para os turistas. Cabe ao núcleo receptor e aos responsáveis envolvidos com o turismo, sejam eles profissionais ou não, captar os desejos e as necessidades de cada indivíduo e procurar satisfazê-las para que o turismo se desenvolva e crie raízes com os turistas.

O turismo e a hospitalidade possuem uma relação intrínseca, pois o turismo envolve o deslocamento de pessoas para outras cidades onde elas serão acolhidas e trocarão experiências. De acordo com Cruz (2002, p. 44):

A hospitalidade no turismo tem componentes de espontaneidade e de artificialidade que frequentemente se combinam. Por meio de estratégias privadas e de políticas públicas, os lugares podem preparar-se para serem hospitaleiros, forjando, por exemplo, uma hospitalidade profissional, centrada na oferta de estruturas e na prestação de serviços voltados exclusiva ou quase exclusivamente para o atendimento do turista. Daí pode-se falar em hospitalidade turística.

A cidade é um dos principais atrativos para o turismo. A hospitalidade dentro dela e o uso de seus equipamentos são fundamentais. Pessoas atraem pessoas e isso acaba muitas vezes fazendo com que atrativos turísticos sejam massificados implicando em uso demasiado dos equipamentos. Knafou (1996) tem sua opinião a respeito da sobrecarga no uso de infra-estruturas e serviços, ele diz que a oferta turística origina a demanda e que os lugares turísticos mais freqüentados são os que mais atraem, concluindo-se que pessoas atraem pessoas. No seu modo de ver, é a saturação do local que propicia a sua animação e acaba atraindo os turistas.

As cidades são atrativos pelo seu conteúdo, infra-estrutura e serviços. Elas têm o poder de imantar fluxos de turistas, isso depende de sua capacidade de surpreender. A

cidade é viva, ela pulsa, tem cores, odores e emoções, como diz Wainberg (2001, p. 13):

A semiótica do ambiente urbano nos ensina que a cidade deve ser vista como uma escritura, uma fala a ser interpretada pelo transeunte. Trata-se de um enigma a ser desvendado pela exploração. A percepção é estimulada pelo estranhamento causado por sua arquitetura, vias, limites, bairros, pontos nodais, marcos, avenidas, cafés e bares. É uma obra de arte viva, e seus atores móveis são os seus habitantes. Há cores e odores. Hábitos e costumes. História e memória. No campo estranho, todo detalhe é relevante na composição do todo.

Ao se deparar com uma nova cidade, os olhos do visitante irão perceber todos os fragmentos dentro dela. Muitas vezes, o que eles acabam percebendo é diferente do que a comunidade local percebe. Castrogiovanni (2001, p. 25), coloca que:

Os visitantes de uma cidade podem ter uma leitura muito tênue daquilo que um determinado espaço urbano pode significar em termos de prazer cotidiano para os fixos. Nem sempre ao turista é permitido a total interação com o território que visita, em certas circunstâncias, talvez nem devesse ocorrer. Cada lugar de uma cidade pode ser um refúgio permanente para alguém ou uma extensão do significado e da riqueza da existência humana.

A relação cidade-visitante muitas vezes é superficial. Em alguns casos, a comunidade local rechaça a visita de turistas, a hospitalidade passa a não ser total, adotando-se a idéia de que hospitalidade não se trata apenas do contato entre pessoas, como nos fala Cruz (2002, p. 46); “Além da cordialidade no contato entre anfitrião e visitante e das necessárias infra-estruturas turísticas, a hospitalidade turística abarca, ainda, infra-estruturas e serviços diversos”. Nesse contexto, percebe-se a necessidade de ajudar o turista a ler a cidade e uma das formas de ajudá-lo é implantando a sinalização turística.

As cidades sempre foram locais de liberdade, onde os indivíduos se inter-relacionam, tanto moradores quanto visitantes. Em Lévy (1998) *apud* Matheus (2001, p. 66) lê-se que:

A hospitalidade representa, eminentemente, o sustentáculo do laço social, pois ela tem como princípio fundamental atar o indivíduo a um coletivo,

contrapondo-se inteiramente ao ato de exclusão. A qualidade de vida insere e constitui o tecido social, em uma sociedade de ‘justos’ cada um trabalha para incluir os outros.

Desta forma, pode-se compreender que a identidade requesta a existência do outro. A identidade requer a existência de pessoas e de cidades.

Segundo Castrogiovanni (2001, p. 26), “A identidade está associada ao diferencial, ou seja, as suas singularidades. É o reconhecimento como entidade separável. A identidade urbana deve ter algum significado para o observador, seja esse significado material ou emocional”.

Através da observação, os seres humanos acabam atribuindo valores a fatores tangíveis e intangíveis. Ao se trazer essa valorização para linhas do turismo e hospitalidade, percebe-se que o turista valoriza bastante o tratamento que recebe em uma localidade, sejam na questão de infra-estrutura, serviços, como na forma que é acolhido. Os valores que cada um traz procedentes de suas culturas podem ser implícitos no turismo. A inter-relação entre turista e autóctone promove uma troca de valores. Grinover (2002), coloca que essa troca de valores proporciona uma riqueza de conhecimentos, dando um novo modo de ver o mundo e somando valores ao relacionamento humano e que essas mudanças consentem novas configurações sociais e culturais. O autor ainda enfoca que a viagem como uma experiência ao turista resulta numa construção social da pessoa, da afirmação da individualidade e da socialização.

É essa interação entre visitante-visitado, juntamente com outros fatores já vistos, que acarreta na hospitalidade no turismo. De acordo com Cruz (2002, p. 43):

A hospitalidade é um dos temas mais discutidos entre as abordagens culturais do fenômeno do turismo. Como o turismo envolve deslocamento de pessoas e sua permanência temporária em locais que não são o de sua residência habitual, há uma intrínseca relação entre turismo e hospitalidade. Todo turista está sendo, de alguma forma, recebido nos lugares. O que diferencia a experiência entre um e outro turista no que se refere à hospitalidade é a forma como se dá o seu acolhimento no destino.



Sendo o turismo uma atividade em expansão, relacionado ao deslocamento para se conhecer novos lugares onde haverá inter-relações, hospitalidade e uso de instalações e serviços, cabe às cidades divulgar a oferta para atrair a demanda.

Viaja-se buscando encontrar sempre o melhor: a qualidade nos serviços seja ela na hospedagem, sinalização turística, infra-estrutura, cordialidade, que resultarão na hospitalidade. Neste caso, oferecer isso ao turista é essencial para que ele sinta-se satisfeita com a viagem e queira retornar ao local.

Ao se observar quais são essas necessidades e desejos dos turistas, percebe-se a necessidade do planejamento e da implantação dos elementos por ele buscado para proporcionar, assim, uma experiência de qualidade ao turista.

A infra-estrutura de acesso e a sinalização turística também são importantes nas localidades, pois além de orientar um turista que acaba de chegar, que tem seu primeiro contato onde tudo é novo naquele lugar, esses elementos irão significar algo a mais no acolhimento ao recém chegado, será uma forma de hospitalidade para que ele sinta-se bem e perceba que tudo aquilo foi planejado pensando no seu bem-estar, no melhor para a sua estada.

Diante de todos esses fatores, percebe-se que há uma relação peculiar entre turismo, hospitalidade, cidades e planejamento. Compreender esse fato e saber empregar uso positivo a isto não é tarefa fácil, mas tendo-se consciência de que um está para o outro e sabendo trabalhar com esses fatores, trará um resultado positivo.

O planejamento da sinalização turística em uma cidade é importante para o desenvolvimento desta, pois uma cidade bem sinalizada chama atenção de quem passa por ela, mesmo que não seja com uma finalidade turística, a pessoa sente-se atraída a conhecer os pontos turísticos, passando segurança e hospitalidade ao turista, gerando inter-relações e ajudando a desenvolver o destino.

## 2.2. PLANEJAMENTO DO TURISMO

O turismo como atividade que leva pessoas a saírem de seu local de domicílio, por motivações diversas, para fugir de sua rotina e sem fins lucrativos precisa ser planejado para que o produto final satisfaça a quem irá usufruir de toda a rede de equipamentos numa localidade turística e gere inter-relações de importância social, econômica e cultural.

Qualquer ação ou conjunto de ações que visem um objetivo qualquer necessita de planejamento para obter sucesso. O turismo, por se tratar de algo complexo que envolve atrativos, equipamentos/serviços, infra-estrutura, comunidade local, turistas e visitantes, requer uma preocupação maior na hora de se planejar.

De acordo com Ruschmann e Widmer (2001, p. 71):

(...) é necessário planejar a estruturação dos serviços e equipamentos oferecidos, prever as necessidades e desejo do turista, estudar a capacidade de carga turística (carrying capacity) de recursos e/ou localidades, integrar a população local à nova realidade, antever as necessidades de preservação ambiental e exercê-la, determinar estratégias de treinamento de pessoal, estimar lucros e despesas, observar a adequação de todos esses procedimentos às leis vigentes, etc. Só depois de todas essas atividades de pré-planejamento é que se constitui o verdadeiro planejamento requerido para o bom desempenho da atividade turística.

O planejamento é importante para que o turismo se desenvolva de forma harmoniosa, para que ele integre recursos naturais, sociais, culturais, econômicos, serviços e infra-estrutura numa cadeia onde a atividade turística tome impulso e possa se tornar representativa nas cidades.

Estol e Albuquerque (s.d.) *apud* Ruschmann (1997, p. 84), entendem o planejamento como:

Um processo que consiste em determinar os objetivos de trabalho, ordenar os recursos materiais e humanos disponíveis, determinar os métodos e as técnicas aplicáveis, estabelecer as formas de organização e expor com precisão todas as especificações necessárias para que a conduta da pessoa ou do grupo de pessoas que atuarão na execução dos trabalhos seja racionalmente direcionada para alcançar os resultados pretendidos.

Outros autores também expõem seus conceitos de planejamento. Hall (2001) descreve o planejamento como um tipo de tomada de decisões e elaboração de políticas e essas decisões podem ser interdependentes ou sistematicamente relacionadas e não individuais, colocando ainda que planejar é uma parte do processo global planejamento-decisão-ação.

Falando-se em planejar, Murphy (1985) *apud* Hall (2001, p. 29) afirma que: “Planejar tem a ver com prever e regular a mudança em um sistema e promover um crescimento ordenado a fim de aumentar os benefícios sociais, econômicos e ambientais do processo de desenvolvimento”.

Como estamos falando em planejamento e turismo, será dado um enfoque para o planejamento do turismo, que deve ter uma abordagem flexível, ser integrada para obter melhores resultados, de acordo com o ambiental e o sustentável e estar baseado na comunidade. Sendo assim, além de pensar em todos os aspectos que beneficiarão os turistas e visitantes tem-se também que pensar no melhor para a comunidade local.

Segundo Ruschmann e Widmer (2001, p. 67):

(...) pode-se dizer que o planejamento turístico é o processo que tem como finalidade ordenar as ações humanas sobre uma localidade turística, bem como direcionar a construção de equipamentos e facilidades, de forma adequada, evitando efeitos negativos nos recursos que possam destruir ou afetar sua atratividade. Constitui o instrumento fundamental na determinação e seleção das prioridades para a evolução harmoniosa da atividade turística, determinando suas dimensões ideais para que, a partir daí, se possa estimular, regular ou restringir sua evolução.

Ao se planejar, é preciso ter uma visão global para fazer um diagnóstico, ver as oportunidades de ação e problemas dentro dela, e também ter uma visão específica, voltada ao turismo. Castrogiovanni (2001, p. 28) diz que “A *visão global* prioriza a visão de conjunto. O estudo deve atender ao comprometimento da investigação numa ótica turística, portanto deve partir da observação atenta, valorizar a descrição direta, ou seja, o trabalho de campo, e respeitar as fontes secundárias”.

Castrogiovanni (2001, p. 28) fala também a respeito da visão específica:

Na *visão específica*, estudam-se os elementos marcantes da paisagem urbana, aqueles que apresentam individualidades, ou seja, traços de *singularidade*. As *singularidades* são os pontos particulares, específicos da paisagem que diferenciam e caracterizam o espaço urbano que está sendo estudado. Quando trabalha-se com a visão específica, deve-se ter presente a necessidade de destacar as peculiaridades da paisagem, portanto uma leitura minuciosa e atenta faz-se necessária.

Esses dois aspectos devem ser levados em consideração ao planejar, o olhar geral e o olhar específico. Esses olhares são essenciais para o planejamento, pois, além do planejador, depois de todo o trabalho concluído, turistas, visitantes e autóctones também terão visões globais e específicas das localidades, então proporcionar uma imagem agradável ao turista, com equipamentos, infra-estrutura e atrativos de qualidade garantirá uma permanência maior do turista, assim como, uma maior satisfação.

Petrocchi (1998, p. 53) diz:

Um turista visita pela primeira vez uma determinada cidade e inicia um processo de interação entre si próprio e esse local. A cidade, integralmente, é um sistema turístico, com suas ruas, construções, atrativos turísticos e habitantes, e o visitante é simplesmente o cliente, aquele que deve ser tratado como um rei, pois dele vem a receita que alimenta aos negócios turísticos da cidade.

Por esse motivo é tão importante visar sempre à qualidade no sistema para a satisfação de quem o usufrui.

O planejamento requer também estudos de demanda, pois ela se utilizará de boa parte do que uma cidade disponibiliza em se tratando de serviços e infra-estrutura.

De acordo com Beni (1998) *apud* Rose (2002), ao se deslocar temporariamente de seu local de residência por alguma necessidade ou razão ou ainda com um intento recreativo, as pessoas requerem alguns cuidados, precisam da prestação de alguns serviços básicos e utilizam-se de transportes, alojamento, serviços e bens de consumo que se completam entre si, por isso a demanda tem que ser levada em consideração no processo de planejamento.

Ruschmann (1997) comenta que o conhecimento da demanda é fundamental nas ações do planejamento de núcleos receptores tanto para a atualidade quanto para as

projeções futuras. O objetivo disso é realizar os ajustes necessários para que o turismo tenha um bom desempenho nas localidades.

Assim, entende-se que o dimensionamento das tomadas de decisões depende, além de outros fatores, do conhecimento da demanda nas localidades.

Segundo Rose (2002, p. 43):

O conhecimento da demanda real ou potencial (que não se utiliza dos equipamentos de uma localidade) é de extrema importância para o correto direcionamento do planejamento dos núcleos receptores de turismo. (...) O conhecimento da demanda, obtido através das pesquisas junto aos consumidores reais (efetivos), no núcleo receptor, servirá de base para o conhecimento do perfil do turista e do nível de satisfação para com os serviços e equipamentos utilizados, permitindo uma adequação da oferta.

Quando se sabe qual é a demanda, o que as pessoas desejam encontrar, fica mais fácil planejar o que será ofertado e o produto turístico torna-se o resultado final do planejamento.

Rose (2002) fala que o produto turístico é formado pelo conjunto de bens e serviços disponíveis no mercado para que o turista satisfaça suas necessidades, refere-se aos atrativos naturais, culturais, estrutura turística, preço e comercialização e sem isso o destino não tem possibilidade de fazer parte de um circuito turístico e receber visitantes.

Em suma, uma localidade não existe e não traz para si turistas e visitantes se não dispor de produtos turísticos, de atrativos turísticos e de uma infra-estrutura básica.

Tendo visto alguns aspectos referentes ao planejamento, Petrocchi (1998, p. 72) explica a sua finalidade:

A finalidade do planejamento é definir as decisões básicas que articulam as políticas turísticas de um estado, região ou organização, ou seja, estabelecer as diretrizes que orientarão as decisões para o desenvolvimento do turismo, o tipo de turismo que se quer promover, os mercados que serão atingidos, a posição que se deseja ter nesses mercados, as metas a alcançar e as estratégias dos programas de ações.

Então, o planejamento irá introduzir formas e meios de causar mudanças no meio para que objetivos sejam atingidos. Seu processo tem a finalidade de mudar uma situação atual.

O planejamento envolve algumas etapas para ser realizado, estas foram citadas por Petrocchi (1998) e são as seguintes: análise macroambiental; elaboração de diagnóstico; definir os objetivos; determinar as prioridades; identificar os obstáculos, as dificuldades; criar os meios, os mecanismos; dimensionar os recursos necessários; estabelecer responsabilidades; projetar cronogramas e estabelecer pontos de controle.

Outro aspecto que deve ser focado é o prognóstico da situação. Segundo Ruschmann (1994) *apud* Rose (2002, p. 65), “o prognóstico prevê e projeta o comportamento esperado para o fenômeno no caso de não haver interferência sobre o desenvolvimento atual, seja ele favorável ou não”.

É importante passar por vários processos de planejamento para que ele seja realizado. Sua última etapa é a avaliação do que foi feito, pois pode ser que alguns dos desígnios que constam no projeto não possam ser realizados daquela forma, então é necessário atualizar sempre para ter sucesso nos eventuais redirecionamentos dos objetivos.

Mesmo depois de passar por essas etapas do planejamento, muitas vezes os projetos são engavetados, e esse é o motivo por, às vezes, não se dar o devido valor a ele. Ignarra (1999) *apud* Rose (2002) explica que isto ocorre porque o planejamento é contratado com especialistas que o elaboram com base em sua larga experiência sobre o tema. No entanto, como o plano foi efetuado de forma isolada, a comunidade envolvida não assume os objetivos e as diretrizes definidas no mesmo e, assim, o plano acaba não sendo posto em prática.

E isso é lamentável, pois ao se fazer um planejamento há sempre uma expectativa, um empenho de quem o faz e quando tudo fica engavetado um sentimento de desvalorização aflora no planejador.

Rose (2002, p. 67) diz que:

Para que o planejamento traga resultados positivos, cada um tem seu papel a desempenhar perante o desenvolvimento do turismo. As ações de

planejamento devem envolver todos os agentes econômicos e sociais (poderes executivo e legislativo, empresários, trabalhadores, comunidade etc.).

É importante envolver todos no processo de planejamento, pois uma cidade é feita não só de edificações, mas também das pessoas que as constroem, por este motivo o planejamento urbano é merecedor de consideração.

De acordo com Bissoli (1999, p. 36); “Os cidadãos têm obrigação de se envolver com o processo de planejamento turístico da municipalidade. Eles vivem diariamente as causas, conseqüências e/ou efeitos do desenvolvimento da atividade turística, seja qual for seu estágio de desenvolvimento”.

Por este motivo, o planejamento urbano deve envolver o conjunto de edificações das cidades e a comunidade. Deve-se pensar em tudo que dará suporte tanto aos autóctones quanto aos turistas, seja no que diz respeito a transportes, equipamentos/serviços, infra-estrutura e, principalmente, sinalização turística, pois uma pessoa que se encontra num espaço novo necessita de informações que o levem até os locais desejados sem precisar parar e pedir ajuda a toda hora.

Segundo o Guia Brasileiro de Sinalização Turística (2001, p. 14):

Vários são os fatores que podem consumir desnecessariamente o tempo, a atenção e a energia do turista, suprimindo-lhe preciosos momentos de contato com o ambiente visitado, minimizando a intensidade de sua relação com o meio ou impondo-lhe inúmeros transtornos. Dentre eles destaca-se o da insegurança por encontrar-se em um ambiente desconhecido. É nesse contexto global que a sinalização turística se apresenta como um veículo de primordial importância.

Seguindo esta afirmação, cabe ao poder público direcionar as políticas do turismo dentro de uma localidade, buscar parcerias para elaborar projetos para o desenvolvimento e investir no local; aos empresários investir na qualificação da mão-de-obra e dos serviços e à comunidade local atingir a consciência de que desenvolve um papel importante neste processo, ela deve atender bem turistas e visitantes e cuidar da cidade, do seu patrimônio para que a atividade turística possa desenvolver-se satisfatoriamente.

Com esses aspectos sendo levados em consideração é possível criar um produto turístico que atenda satisfatoriamente às pessoas que passam pelos destinos turísticos, com atenção a todos os elementos do produto turístico, como os atrativos, a infraestrutura e os equipamentos e serviços, assim o próximo capítulo trabalhará um elemento fundamental na infra-estrutura de uma cidade, a sinalização, que quanto melhor planejada e elaborada, vem transmitir segurança, organização e hospitalidade aos visitantes e a comunidade.



## 2.3 SINALIZAÇÃO TURÍSTICA

A atividade turística atrai fluxos de turistas através dos produtos turísticos ofertados pelas localidades. O produto turístico é visto por Ignarra (2003, p. 50) da seguinte forma: “A oferta turística é constituída por um conjunto de elementos que conformam o produto turístico, os quais, isoladamente, possuem pouco valor turístico (ou nenhum) ou têm utilidade para outras atividades que não o próprio turismo. Mas, se agrupados, podem compor o que se denomina ‘produto turístico’.”.

Com esta idéia, observa-se que, ao visitar um lugar, turistas e visitantes consomem um produto turístico total.

Para esclarecer conceitos e por razões de terminologia, Beni (2004, p. 160) diz que (...) “o *produto turístico total*, em sentido macroeconômico, é constituído de um conjunto de subprodutos, tais como transporte, hotelaria, restaurantes, filmes, livros, diversões, *souvenirs*, seguro, roupa para férias, etc. Em sentido microeconômico, cada um deles pode receber a denominação ‘produto turístico’.”. Ele é intangível e pode ser sentido pelo consumidor como uma experiência.

Pode-se dizer que o produto turístico compõe-se de seis elementos, segundo Ignarra (2003): bens e serviços, incluindo serviços auxiliares; recursos; infra-estrutura e equipamentos; gestão; imagem da marca e preço.

No contexto deste capítulo, dentre esses elementos, será dado um enfoque maior à infra-estrutura, pois é ela que dará suporte aos turistas, sendo uma infra-estrutura básica ou a contida na rede hoteleira, nos restaurantes, na sinalização turística e em todos os equipamentos necessários para uma boa estada dos turistas.

Em um livro lançado pelo SENAC (2005, p. 69), encontra-se a respeito da infra-estrutura: “Entende-se por infra-estrutura a base material que possibilita a ocorrência do turismo, ou seja, o conjunto de edificações, instalações e serviços, tanto públicos quanto privados, que garantem o mínimo de conforto à vida urbana atual.”.

A infra-estrutura subdivide-se em infra-estrutura básica, que são as ruas, saneamento básico, iluminação pública e tudo que é primordial tanto para turistas e visitantes quanto para a comunidade local; e infra-estrutura de acesso, esta envolvendo

estradas, os pontos de partida e de chegada como rodoviárias, estações ferroviárias, portos, aeroportos, e ainda envolvendo a sinalização turística, que é bastante válida, pois apresenta condições de apoio aos equipamentos e serviços turísticos, bem como aos atrativos turísticos.

Um local que dispõe de uma boa infra-estrutura de acesso acaba valorizando a cidade e seu patrimônio, haja vista que os transportes e a sinalização turística, é primordial nos fluxos das cidades.

A valorização do patrimônio turístico de uma cidade atrai mais turista e aquece a atividade econômica. Uma sinalização de orientação turística de qualidade, clara, objetiva, bem posicionada, de fácil entendimento por parte dos turistas e visitantes e de acordo com a legislação vigente é aspecto necessário para o sucesso de um programa de incentivo ao turismo.

A sinalização é um dos elementos básicos para o bom andamento do trânsito e a sinalização turística, contendo uma linguagem pictográfica e cor padronizada destaca as atrações turísticas locais e, ao mesmo tempo, torna mais racional o caminho para cada uma delas.

Segundo o Guia Brasileiro de Sinalização Turística (2001, p. 20), a sinalização de orientação turística “é a comunicação efetuada por meio de um conjunto de placas de sinalização, implantadas sucessivamente ao longo de um trajeto estabelecido, com mensagens escritas ordenadas, pictogramas e setas direcionais”. As informações contidas nessas placas irão ajudar os usuários a deslocar-se com mais facilidade e indicarão a existência de atrativos turísticos de uma cidade.

Carneiro e Rejowski (2003) citam que no destino escolhido pelo turista este irá orientar-se através de serviços de guias ou pela sinalização turística existente e ela pode ou não ser eficiente.

O turista tem uma real necessidade de ser bem informado e orientado num destino novo, pois a partir do momento que ele se depara com situações não habituais ao seu cotidiano, perde seus referenciais para deslocar-se, precisando de ajuda para fazê-lo.

Carneiro e Rejowski (2003, p. 271) ainda colocam que:

(...) o quesito *sinalização* tem sido apontado constantemente por turistas nacionais e internacionais como um dos itens mais criticados, ao lado da segurança e da limpeza, em estudos realizados como: “Estudo da Demanda Turística Internacional”, de 1996 a 1999, do Instituto Brasileiro de Turismo (EMBRATUR).

Através disso, percebe-se ainda melhor que o turista realmente demanda de informações ao visitar uma localidade.

Para que a sinalização turística aconteça num determinado lugar, é preciso que ela seja planejada em detalhes para atender da melhor forma possível. Esse planejamento deve seguir algumas etapas, de acordo com o Guia Brasileiro de Sinalização Turística (2001, p. 22):

Inicialmente, deve ser feito o levantamento criterioso dos atrativos existentes em cada localidade, identificando-se o potencial turístico e as condições oferecidas para recebimento do público-alvo. Em seguida, avalia-se a sua distribuição na área a ser sinalizada, observando se estão dispersos ou concentrados, ou se ocorre as duas situações. Tal avaliação vai subsidiar o posterior estabelecimento da estratégia de sinalização. Depois disso, os atrativos identificados são hierarquizados de acordo com os critérios de atratividade, atendimento e abrangência dentro da região, do município, ao longo de uma rodovia ou de outro sistema viário de importância. Nesse sentido, deve-se também levar em consideração o segmento de turismo promovido pelos atrativos, orientando a seleção e a ordenação das mensagens nas placas de sinalização.

Este primeiro processo deve ser feito para definir o que será sinalizado dentro da cidade. A partir daí, faz-se necessário cumprir algumas etapas de planejamento da sinalização de orientação turística. O Guia Brasileiro de Sinalização Turística (2001) coloca que o planejamento deve conter a estratégia de sinalização, um plano funcional e um projeto de sinalização. Ele define a estratégia de sinalização como sendo “(...) basicamente a definição de como pedestres e usuários de veículos podem utilizar a infra-estrutura local, para atingir os atrativos existentes por meio da escolha dos melhores trajetos. Partindo-se da abrangência e do conhecimento que a população tem desses atrativos, é possível selecioná-los e hierarquizá-los”. (Guia Brasileiro de Sinalização Turística – 2001, p. 25).

Essa estratégia envolve fazer um diagnóstico da situação existente e definir lógicas para que as coisas aconteçam.

Para que se tenha o melhor caminho que leva aos atrativos, é necessário defini-lo através de estudos do sistema viário de apoio à execução dos deslocamentos, sendo eles internos à área de estudo ou de passagem ou, ainda de ligação com outras áreas, como coloca o Guia Brasileiro de Sinalização Turística (2001).

E ainda continua (2001, p. 28):

Com base nesse levantamento e nas características morfológicas, físicas e funcionais da rede viária, é possível identificar as vias mais adequadas ao atendimento dos deslocamentos dos turistas e eleger aquelas que permitem sua utilização como estruturadoras da estratégia de sinalização.

É importante definir claramente quais serão as vias de acesso aos atrativos para que o planejamento se desenvolva da melhor forma possível. Após todo o processo de estratégia de sinalização, é necessário criar um plano funcional para que haja eficácia em todos os pontos referentes à sinalização.

O Guia Brasileiro de Sinalização Turística (2001, p. 39), fala a respeito do plano funcional:

O desenvolvimento do Plano Funcional consiste em marcar os referenciais de atrativos turísticos no esquema geral composto por *links* e nós. A forma mais indicada é a utilização de um quadro que permita a separação dos referenciais conforme o nível de hierarquização estabelecido.

Neste contexto, cabe explicar o que seriam os *links* e nós. De acordo com o Guia (2001, p. 36), “(...) Entende-se *link* como o trecho de via definido entre a interseção de duas ou mais vias de acessos selecionados, configurando nós de referência. O nó é o ponto de referência para distribuição dos fluxos de veículos e pedestres, podendo englobar uma ou mais interseções viárias”.

Dada a referida explicação, salienta-se a precisão de planejar tudo da melhor forma possível. Na parte viária, é interessante seguir as informações contidas nas placas de sinalização de forma coerente para que o turista chegue ao destino com precisão, como explica o Guia Brasileiro de Sinalização Turística (2001, p. 39):

À medida que os trechos vão sendo definidos, deve-se ter a preocupação de manter a seqüência das informações. A partir do momento que a abrangência de determinado referencial passa a fazer parte da estratégia de sinalização, o referencial deve ser repetido até o acesso final, garantindo assim a continuidade das informações.

Passadas essas duas etapas referentes ao planejamento da sinalização turística, é preciso elaborar os projetos de sinalização. Segundo o Guia Brasileiro de Sinalização Turística (2001), nesta parte é preciso observar vários aspectos no sentido de atender aos deslocamentos do turista, para a eficiência da sinalização é primordial propiciar a padronização, a legibilidade, a visualização, entre outros.

Alguns questionamentos e entendimentos devem ser feitos e estudados neste momento. De acordo com Carneiro e Rejowski (2003, p. 274):

(...) Para traçar os primeiros objetivos, deve-se entender de que forma a comunicação e a informação se inserem no turismo; que referenciais devem ser apontados para a elaboração dos conjuntos; como a sinalização deve contribuir para o desenvolvimento e a promoção do turismo; quais as diretrizes de informações sobre o comportamento humano adequado a determinado destino, entre outros.

Nesta fase de elaboração do projeto, são observados os passos dados anteriormente para dar continuidade. Tendo visto quais os atrativos que serão evidenciados nas placas e qual o trajeto que leva a estes atrativos, tem-se que elaborar as placas de sinalização turística, a mensagem que cada uma irá conter, a ordem em que irão dispor-se para atender com eficácia aos turistas e visitantes.

Para realizar um projeto de sinalização turística deve ser levado em consideração o local a ser sinalizado para que não ocorra uma poluição visual ou uma interferência com o patrimônio. Um aspecto que o Guia Brasileiro de Sinalização Turística (2001, p. 46) considera importante “diz respeito à quantidade de informações contidas em cada placa ou num grupo de placas próximas, devendo sempre ser compatível com a capacidade de leitura e de fácil assimilação pelos usuários”.

Estas informações devem ser estudadas e tem-se que fazer uma definição para que as mensagens sejam coerentes com o trajeto definido.

Segundo o Guia Brasileiro de Sinalização Turística (2001, p. 46); “Para a definição da seqüência das mensagens nas placas, constituindo o Sistema de Orientação para o turista, é necessário estabelecer uma metodologia de forma a manter o encadeamento das informações desde o início da abrangência de cada ponto turístico até seu destino final (...)”.

Percebe-se que é de considerável desencadear o ordenamento das placas sobre a via de uma forma harmônica. Com as vias sinalizadas devidamente com as placas repassando as informações corretas, o trajeto fluirá melhor para o turista, este irá ter maior satisfação, haverá mais facilidade na locomoção e melhoria da infra-estrutura da cidade para a comunidade local.

As placas de sinalização turística devem ser confeccionadas dentro das normas. Geralmente empresas especializadas encarregam-se disso, mas ao elaborar um projeto de sinalização tem-se que saber alguns detalhes a respeito de seu desenho. Tratando-se de cores, o Guia (2001, p. 57) coloca que:

As placas que constituem a sinalização de orientação turística para usuários de veículos motorizados são compostas por alguns elementos que apresentam cor e forma definidas. O fundo das placas, área que mais se destaca nesse tipo de sinalização, está associado à cor marrom, já amplamente utilizada em outros países e por isso de conhecimento internacional, facilitando-se assim a compreensão e identificação dos atrativos por grande parte dos usuários.

As placas indicativas de lugares que não sejam de cunho turísticos são representadas na cor verde. Caso uma mesma placa apresente destino turístico e não turístico, a placa é dividida e apresenta a cor verde e a cor marrom, conforme a figura a seguir.

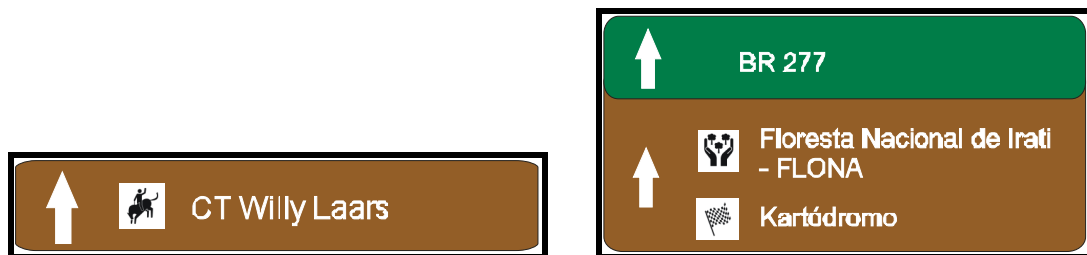


Figura 1. Placas de Sinalização

Fonte: VERETA, Karen. Projeto de Sinalização Turística da Cidade de Irati.

É importante na parte indicativa de atrativo turístico que ao lado da nomenclatura esteja seu pictograma (Figura 2) associado, indicando a que se refere o atrativo. O Guia Brasileiro de Sinalização Turística (2001, p. 49) dá sua definição de pictograma:

Corresponde às ilustrações que sintetizam os tipos de atrativo turístico e de serviço auxiliar, cujo uso é recomendado para facilitar a identificação do destino, complementando a função do topônimo e melhorando o esquema de comunicação com o usuário. O pictograma deve ser de fácil identificação a distância, constituído por um símbolo na cor preta, sobre campo na forma quadrada de cor branca. Apresenta dimensão variável, conforme tipo de placa e sua visualização na via.

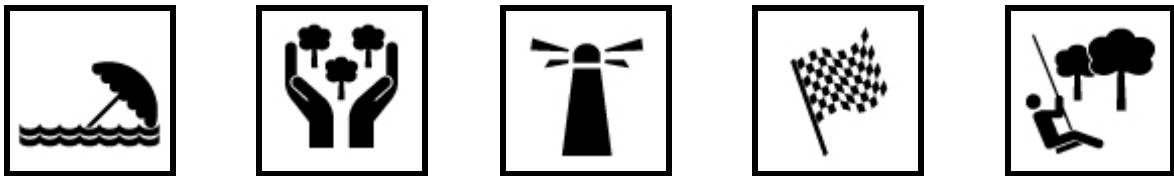


Figura 2. Pictogramas

Fonte: Guia Brasileiro de Sinalização Turística (2001, p. 49-55)

Um elemento notável das placas é o sentido das setas de indicação dos destinos. De acordo com o Guia Brasileiro de Sinalização Turística (2001, p. 49), a seta “é o elemento que indica a direção a seguir para se chegar aos atrativos turísticos sinalizados. As dimensões são variáveis, em função do número de informações e da necessidade de sua visualização à distância”. Sem elas, é impossível que o usuário se desloque.

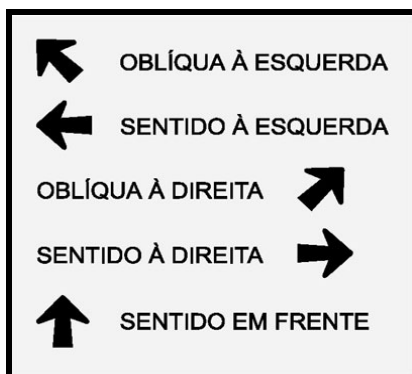


Figura 3. Setas indicativas.

Fonte: Guia Brasileiro de Sinalização Turística (2001, p. 65)

Entre as mensagens de uma placa pode existir uma tarja que, segundo o Guia Brasileiro de Sinalização Turística (2001, p. 49), “é a linha divisória que separa as mensagens com sentido diferente de destinos. A placa pode apresentar uma tarja para separar dois sentidos apenas, ou duas tarjas para separar três sentidos”.

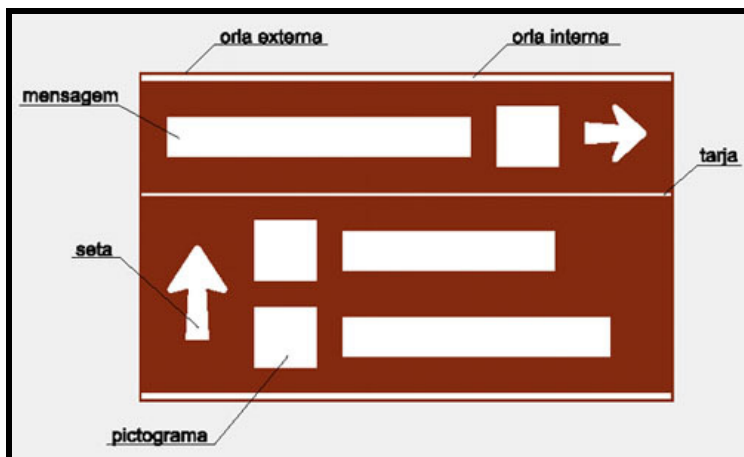


Figura 4. Elementos de composição da placa – Enfoque na tarja.  
Fonte: Guia Brasileiro de Sinalização Turística (2001, p. 48)

Tendo-se falado em mensagens contidas nas placas, cabe neste contexto definir o que seriam estas mensagens que, para o Guia Brasileiro de Sinalização Turística (2001, p. 56):

Consiste nas informações que identificam os atrativos turísticos, (...) devendo ser grafada em uma única linha. Excepcionalmente para áreas urbanas, podem ser adotadas duas linhas de texto, quando o topônimo é muito extenso e sua abreviatura compromete o entendimento, mas somente para atrativos que sejam representados por pictograma próprio (...).

Estes são alguns aspectos básicos que as placas necessitam conter. Na fase do planejamento da sinalização turística, com as vias de acesso definidas e as placas produzidas da forma básica, é necessário pensar-se também em que tipo de suporte as placas serão colocadas. Segundo o Guia Brasileiro de Sinalização Turística (2001, p. 84), “Os suportes utilizados são escolhidos de acordo com o projeto de sinalização de cada local, com as condições físicas em relação à visibilidade, largura de passeios, acostamentos e canteiros, e em função do tamanho das placas.”.



Estes suportes podem ser: coluna simples, coluna dupla, braço projetado, bandeira simples, bandeira dupla, semipórtico simples, semipórtico duplo, cordoalha ou pórtico, cada suporte possui uma característica, conforme mostra a figura 05.

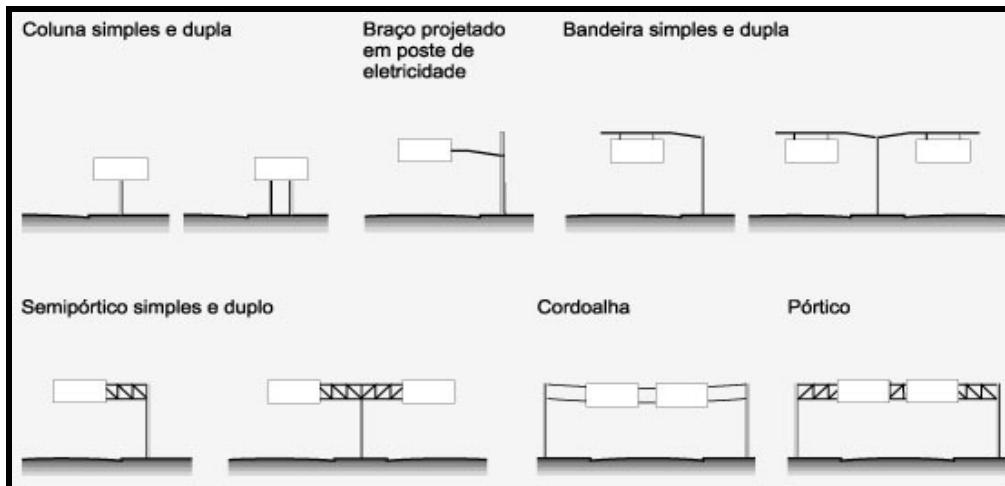


Figura 5. Tipos de suportes  
Fonte: Guia Brasileiro de Sinalização Turística (2001, p. 59)

O planejamento da sinalização turística com todas as fases vistas é de grande valia para que na fase de implantação tudo saia bem.

Garantir a padronização das placas é importante para que o turista ou visitante as identifique melhor. Para o Guia brasileiro de Sinalização Turística (2001, p. 45), “A padronização de cores e formas, o cumprimento dos parâmetros de dimensionamento e de composição dos elementos gráficos e a obediência aos princípios de aplicação das placas garantem a eficácia da sinalização e devem ser criteriosamente observados.”. Daí a importância de seguir as normas do Guia Brasileiro de Sinalização Turística.

Atender as necessidades e desejos dos turistas é fator condicionante para o turismo. Com o planejamento da sinalização de orientação turística o que se busca é instigar o turista a conhecer os locais e a sua satisfação no que diz respeito à infraestrutura da cidade, proporcionando-lhe segurança, orientação, hospitalidade e experiências de qualidade.

### 3. MATERIAL E MÉTODOS

#### 3.1 NATUREZA DA PESQUISA

Este estudo está baseado em uma pesquisa qualitativa que, segundo Oliveira (1997, p. 117):

As pesquisas que se utilizam da abordagem qualitativa possuem a facilidade de poder descrever a complexidade de uma determinada hipótese ou problema, analisar a interação de certas variáveis, compreender e classificar processos dinâmicos experimentados por grupos sociais, apresentar contribuições no processo de mudança, criação ou formação de opiniões de determinado grupo e permitir, em maior grau de profundidade, a interpretação das particularidades dos comportamentos ou atitudes dos indivíduos.

Caracterizado por um estudo de caso que, de acordo com Gil (1991, p. 58), “(...) é caracterizado pelo estudo profundo e exaustivo de um ou de poucos objetos, de maneira que permita o seu amplo e detalhado conhecimento, tarefa praticamente impossível mediante os outros delineamentos considerados.”.

O estudo de caso é adotado na investigação de fenômenos em várias áreas de conhecimento. Tem uma maior utilidade nas pesquisas exploratórias. A pesquisa tem ainda um foco na análise descritiva.

#### 3.2 TÉCNICA DE COLETA DE DADOS

Os métodos de pesquisa em turismo são formados pelos métodos empíricos, experimentais, técnicas e táticas para que se possa obter o conhecimento científico de fatos e acontecimentos para que uma ação possa ser planejada.

Para se chegar à implantação de um projeto de pesquisa é necessário trabalhar vários aspectos antes. Há a necessidade de fazer vários estudos e definir claramente os objetivos.

Neste trabalho, com os objetivos definidos, fez-se uma pesquisa bibliográfica que, segundo Lakatos e Marconi (1991, p. 183), “(...) abrange toda bibliografia já tornada pública em relação ao tema de estudo, desde publicações avulsas, boletins, jornais, revistas, livros, pesquisas, monografias, teses, material cartográfico etc., até meios de comunicação orais: rádio, gravações em fita magnética e audiovisuais: filmes e televisão. (...)”, a respeito de sinalização turística através do Guia Brasileiro de sinalização turística, internet e material de apoio, também com o intuito de tornar o resultado do estudo mais próximo da situação real, utilizou-se da pesquisa documental, cuja característica, ainda segundo Lakatos e Marconi (1991, p. 174), é que “(...) a fonte de coleta de dados está restrita a documentos, escritos ou não, constituindo o que se denomina de fontes primárias. Estas podem ser feitas no momento em que o fato ou fenômeno ocorre, ou depois.”, pesquisas estas realizada em documentos disponibilizados pela Prefeitura.

Depois dos estudos teóricos sobre sinalização e documentais, foi elaborado um planejamento, definidos todos os locais a serem informados nas placas, o que cada uma deveria conter, também foram feitos estudos em mapas da cidade para obter-se a melhor localização de cada placa, o tipo de suporte, a confecção das placas e foram realizadas saídas a campo em cada local demarcado.

Neste segundo momento a técnica utilizada para a coleta de tais dados se basearam por um apoio cartográfico da cidade assim como visita aos locais, onde a observação foi o principal meio de levantar informações, assim como o registro fotográfico dos pontos.

A base para a elaboração do planejamento, para a hierarquização dos atrativos, a elaboração e ordenação das placas com os pictogramas e setas, sua disponibilidade na malha viária e os tipos de suporte das placas foi o Guia Brasileiro de Sinalização Turística, que traz de forma clara e objetiva os passos para se desenvolver a sinalização turística numa cidade.

O critério utilizado para identificar um ponto como turístico ou não foi feito através do Guia Brasileiro de Sinalização Turística e do Inventário Turístico de Irati, os

pontos que estavam no Inventário e na lista de pictogramas do Guia Brasileiro de Sinalização Turística foram identificados como turísticos nas placas.

Para definir os tipos de suporte de cada placa foi estudado o Guia Brasileiro de Sinalização Turística e analisado o tipo de via para verificar como as placas ficariam melhor colocadas para que os usuários motorizados pudessem enxergá-las e para que não atrapalhassem aos pedestres.

#### 4. ESTUDO DE CASO

A cidade de Irati, no Paraná, está a cerca de 150 Km de Curitiba, é uma cidade formada da mescla de diferentes etnias (especialmente poloneses e ucranianos) que buscam manter costumes e tradições de seus ascendentes. Encontra-se na sub-região dos pinhais do segundo planalto, nas coordenadas paralelo 25° 27' 56" de latitude Sul com interseção com o meridiano 50° 37' 51" de longitude Oeste, fazendo limite com os municípios de Imbituva, Prudentópolis, Rio Azul, Rebouças, Fernandes Pinheiro e Inácio Martins.

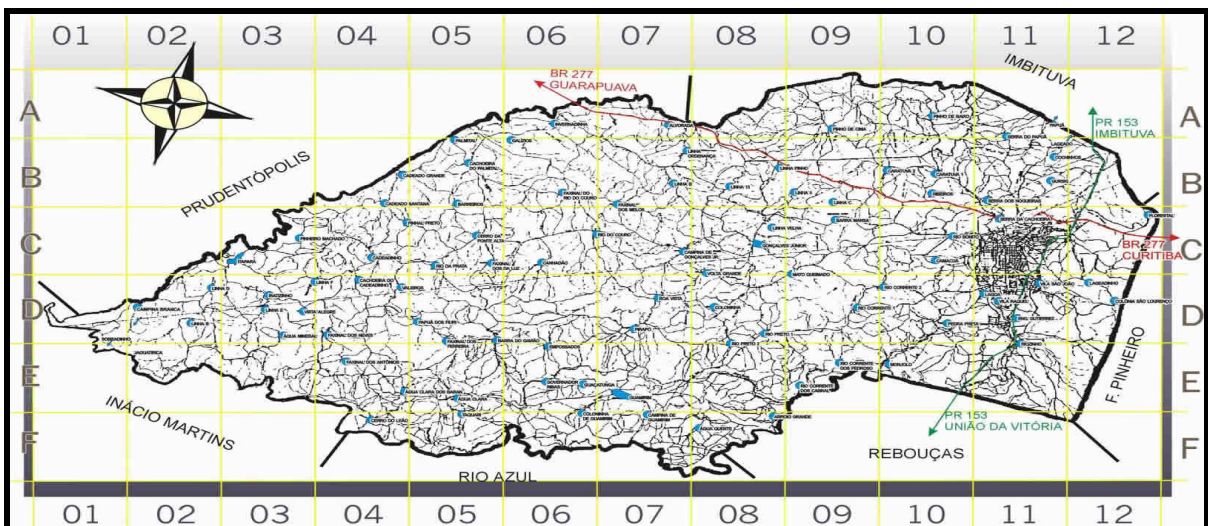


Figura 6. Mapa do município de Irati.  
Fonte: Prefeitura Municipal de Irati.

De acordo com o Inventário Turístico Municipal, a denominação Irati ocorreu em 1829 ou 1830, escolhida por Pacífico de Souza Borges e Cipriano Francisco Ferraz, que vieram da região onde se situa a cidade de Teixeira Soares, conhecer o sertão, batizar as terras e os rios.

Em 1907, com apoio do vice-presidente de Estado, DR. João Candido Ferreira, no dia 2 de abril, é sancionada a Lei nº. 716, criando o Município de Irati, instalado no dia 15 de Julho de 1907, constituído pelos Distritos Judiciários de Irati, Bom Retiro e Imbituvinha.

A Prefeitura Municipal atualmente é dirigida pelo prefeito Sr. Sérgio Luiz Stoklos, tendo como vice a Sra. Marisa Massa Lucas. É composta pelas secretarias de: Administração; Arquitetura, Engenharia e Obras; Bem Estar social; Educação; Finanças – Viação e Serviços; Cultura; Indústria e Comércio; Planejamento; Procuradoria Jurídica; Provopar; Saúde; Turismo; Tributação; Compras e Esportes.

A população total, segundo dados do IBGE – Censo 2000, é de 52.352 habitantes, com uma estimativa de 54.805 habitantes para o ano de 2006.

Irati tem hoje a base de sua economia na indústria, comércio e serviços e na agricultura e pecuária. Cerca de 75% de sua população total vive na zona urbana.

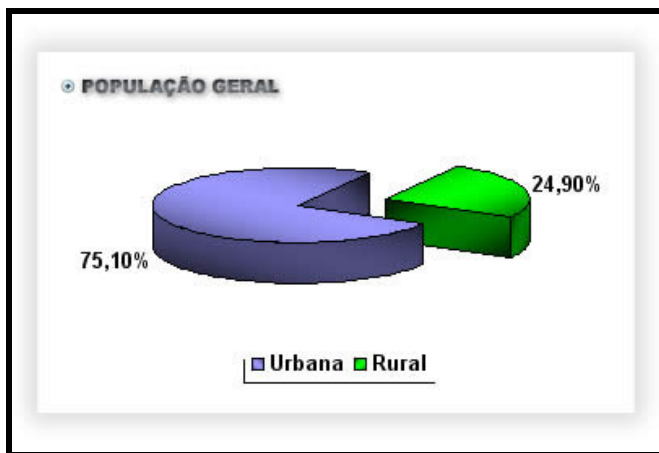


Figura 7. Gráfico da população do município de Irati.  
Fonte: Prefeitura Municipal de Irati. Disponível em <http://www.irati.pr.gov.br/municipio/localizacao geografica.asp>

A cidade possui atrativos turísticos que podem ajudar no desenvolvimento do turismo, como a Imagem de Nossa Senhora das Graças, que é a maior do mundo, várias cachoeiras, a Floresta Nacional de Irati (FLONA), Morro das Comunicações, Parque Aquático e de Exposições Santa Teresinha, Centro de Tradições Willy Laars (CT Willy Laars), Kartódromo de Irati, arquitetura religiosa e diversas praças.

Todos esses pontos foram hierarquizados para que se pudesse desenvolver o planejamento da sinalização da cidade.

Irati não conta com uma sinalização turística adequada para atender turistas e visitantes, por isso foi necessário estudar os pontos mais importantes a serem

retratados em placas e a malha viária para se desenvolver de forma coerente as informações que levam as pessoas até os atrativos.

Para Boullón *apud* Fernandes (2006), as redes viárias são responsáveis pela paisagem de uma cidade, assim como as áreas centrais desta e seus atrativos.

Fernandes (2006), faz uma colocação que Irati conta com um sistema viário em estado razoável de preservação e que ele ainda não pode ser considerado ideal para a recepção de turistas. O autor ainda complementa que o sistema viário é constituído de vias arteriais, que contém os principais fluxos, sendo estes mais os rápidos, vias coletoras, cujo papel é coletar o fluxo das vias locais, conduzindo até os destinos e que estas vias são representadas em Irati pelas ruas XV de Julho, Dr. Munhoz da Rocha, XV de Julho e 19 de Dezembro, todas localizadas no centro da cidade, estando em bom estado de conservação e sendo ainda as ruas XV de Julho e Dr. Munhoz da Rocha as primeiras ruas de Irati, localizadas no centro histórico.

Segundo dados da Prefeitura Municipal de Irati (2003) *apud* Fernandes (2006), as vias locais da cidade contam com 652,76 Km de vias urbanizadas, sendo os tipos de pavimentação usuais: asfáltica (normal), paralelepípedos e poliédrica (articulado), com arborização de pequeno porte.

Estas principais vias da cidade e outras que desencadeavam o acesso mais fácil até o atrativo foram utilizadas para desenvolver o planejamento da sinalização turística da cidade de Irati.

## 5. RESULTADOS E DISCUSSÃO

Ao partir da premissa de que o turista tem uma real necessidade de ser bem informado e orientado num destino novo, pois a partir do momento que se depara com situações não habituais ao seu cotidiano perde seus referenciais para deslocar-se precisando de ajuda para fazê-lo, como afirma o Guia Brasileiro de Sinalização Turística (2001, p. 14): “(...) a partir do momento em que um turista se afasta dos arredores do seu município, começa a se deparar com situações que não lhe são habituais e que requerem atendimento específico.”, verifica-se que as placas de sinalização turística existentes na cidade de Irati não são satisfatórias ao indicar os atrativos, há deficiência nas informações, as placas não estão dispostas corretamente na malha viária, seu ordenamento não segue uma forma harmônica que conduz o visitante até o atrativo, elas não estão dentro das normas, dos padrões previstos no Guia Brasileiro de Sinalização Turística, e ainda as placas existentes estão precárias.



Figura 8. Placas de sinalização existentes.

Fonte: VERETA, Karen. Projeto de Sinalização Turística da cidade de Irati.



Vê-se a importância da implantação de um projeto de sinalização turística em Irati analisando a colocação de Carneiro e Rejowski (2003), a qual dita que o quesito sinalização tem sido criticado constantemente por turistas; e do Guia Brasileiro de Sinalização Turística (2001), dizendo que a partir do momento que o turista se depara com situações que não lhe são habituais requer um atendimento específico, colocações já citadas no referencial deste, percebe-se que é importante contar com uma sinalização turística adequada para que o turismo se desenvolva e para que as pessoas sintam-se seguras ao deslocar-se nas cidades. No decorrer de um estágio realizado no Departamento de Turismo da Prefeitura foi percebida essa necessidade, tendo visto que algumas pessoas dirigem-se ao Departamento para pedir informações de onde ficam os atrativos e como chegar até os mesmos.

Pelo motivo desta importância e por não se ter uma sinalização de qualidade em Irati, em conjunto com a coordenadora de turismo de Irati, Simone Wolff W. Milleo, do Departamento de Turismo da Prefeitura Municipal, é que se fez o planejamento da cidade com placas de sinalização satisfatórias a turistas e visitantes.

Deste modo, para desenvolver o planejamento, observou-se quais os atrativos que deveriam ser colocados nas placas e qual o melhor caminho para se chegar até eles. Foram criadas 35 placas de sinalização dispostas na malha viária de uma forma coerente.

As placas são apresentadas e descritas a seguir:



Figura 9. PLACA 01 E FOTO DA LOCALIZAÇÃO.

Fonte: VERETA, Karen. Projeto de Sinalização Turística da Cidade de Irati.

LOCALIZAÇÃO: TREVO PR 153, NA AV. VIRGÍLIO MOREIRA.

TIPO DE SUPORTE: BRAÇO PROJETADO OU BANDEIRA SIMPLES.

A placa número 01 (figura 9), tem como destinos o Colégio Florestal e a Unicentro – Universidade Estadual do Centro-Oeste, pois observou-se que em épocas de vestibular há muitas reclamações de que a universidade é distante do centro e a cidade não é sinalizada para que se possa chegar até ela. O Centro Cultural Denise Stoklos é outro ponto evidenciado, ele é um projeto já aprovado pela Prefeitura Municipal, que servirá para o lazer e entretenimento da população. Ainda não foi construído, mas viu-se necessário sinalizá-lo, pois será um atrativo da cidade. A indicação do centro e de algumas cidades próximas também são colocados na primeira placa.

A localização da primeira placa situa-se no trevo da PR 153, dá acesso à Unicentro por uma estrada secundária e é uma placa mista, onde o Centro Cultural Denise Stoklos, o Colégio Florestal e a Unicentro são indicados na parte marrom da placa, o motivo dos dois últimos lugares serem indicados na parte marrom é que ambos estão no Inventário Turístico de Irati. Por ser uma placa colocada no trevo de entrada da cidade, viu-se a necessidade de sinalizar na parte verde os municípios próximos, sendo o centro descrito nesta parte por não se tratar de um atrativo turístico.



Figura 10. PLACA 02 E FOTO DA LOCALIZAÇÃO.

Fonte: VERETA, Karen. Projeto de Sinalização Turística da Cidade de Irati.

LOCALIZAÇÃO: RUA VIRGÍLIO MOREIRA, EM FRENTE AO MERCADO ROMA.

TIPO DE SUPORTE: BRAÇO PROJETADO OU BANDEIRA SIMPLES.

A placa de número 02, que pode ser visualizada na figura 10, indica a rodoviária por ser um portão de entrada da cidade de Irati, sendo assim um serviço bastante utilizado para viagens, e outros elementos já descritos na placa 01. Está localizada na

Rua Virgílio Moreira, em frente ao Mercado Roma, há aproximadamente 500m da rodoviária. No local, há uma placa que deve ser retirada para a colocação desta nova.



Figura 11. PLACA 03 E FOTO DA LOCALIZAÇÃO.

Fonte: VERETA, Karen. Projeto de Sinalização Turística da Cidade de Irati.

LOCALIZAÇÃO: RUA D. NOCA, ESQUINA COM MARECHAL DEODORO.

TIPO DE SUPORTE: COLUNA DUPLA.

Na placa 03, vista na figura 11, são evidenciados o Correio e a Praça da Bandeira. Na praça se realizam os atos cívicos. Ela foi revitalizada e está localizada no centro histórico de Irati. Teve sua construção iniciada em junho de 1941 e foi inaugurada em 25 de agosto do mesmo ano. Possui três bustos homenageando o Governador Moysés Lupion (1957); Benemerência Manoel Ribas (1941) e o Coronel Emílio Batista Gomes, primeiro prefeito de Irati; um mastro em memória ao engenheiro civil Fernando Seiler Rocha e uma placa em homenagem à comunidade polonesa de Irati (1971). A placa de nº 03 está localizada na Rua Dona Noca, esquina com a Marechal Deodoro. É uma placa mista, sendo o correio evidenciado na parte marrom por se tratar de um serviço auxiliar, segundo o Guia Brasileiro de Sinalização Turística.



Figura 12. PLACA 04 E FOTO DA LOCALIZAÇÃO.

Fonte: VERETA, Karen. Projeto de Sinalização Turística da Cidade de Irati.

LOCALIZAÇÃO: SINALEIRO DO POSTO ISA, SENTIDO BOSQUE.

TIPO DE SUPORTE: BANDEIRA SIMPLES NO SINALEIRO

A placa 04, visualizada na figura 12, apresenta a Casa da Cultura, um antigo casarão de madeira que data das primeiras décadas do século. É o local que guarda em seu acervo parte significativa da história da cidade e do município transpostas para as mais variadas formas de expressão. É indicada justamente por ser um patrimônio do município. Também é indicado o Bosque São Francisco, que não apresenta condições para ser um atrativo, pois apresenta-se depredado, não está havendo um cuidado com a sua vegetação, e existe um processo não terminado ainda onde algumas propriedades privadas na área ainda não foram indenizadas, mas há um projeto para revitalizá-lo; e a Igreja Nossa Senhora da Luz, que é construída em estilo barroco e foi a primeira paróquia de Irati. A cidade se caracteriza mais pelo turismo religioso, daí a necessidade de evidenciar as igrejas nas placas. Localiza-se próximo ao Posto Isa, no sinaleiro, sentido bosque e trata-se de uma placa mista.



Figura 13. PLACA 05 E FOTO DA LOCALIZAÇÃO.

Fonte: VERETA, Karen. Projeto de Sinalização Turística da Cidade de Irati.

LOCALIZAÇÃO: RUA DR. MUNHOZ DA ROCHA, EM FRENTE À FARMÁCIA TRAJANO.

TIPO DE SUPORTE: BANDEIRA SIMPLES.

Na placa 05 (figura 13), tem-se o cinema, a Santa Casa que deve ser sinalizada caso ocorram emergências, a prefeitura municipal e o Parque Aquático, com área de 79.000 m<sup>2</sup>, criado para lazer. A placa de nº 05 foi confeccionada de forma errada pelo Departamento de Obras, tendo a Prefeitura Municipal que estar numa parte verde e a Santa Casa permanecendo na parte marrom por se tratar de um serviço variado, como coloca o Guia Brasileiro de Sinalização Turística. A localização é na Rua Dr. Munhoz

da Rocha, em frente à Farmácia Trajano. No local há uma placa que precisa ser retirada para a colocação desta.



Figura 14. PLACA 06 E FOTO DA LOCALIZAÇÃO.

Fonte: VERETA, Karen. Projeto de Sinalização Turística da Cidade de Irati.

LOCALIZAÇÃO: RUA MUNHOZ DA ROCHA, EM FRENTE À LOJA ARCO-ÍRIS.

TIPO DE SUPORTE: BANDEIRA SIMPLES NO SINALEIRO.

Já na placa 06 (figura 14), aparece a Colina Nossa Senhora das Graças, construída para homenagear o cinquentenário da cidade, é a maior imagem de Nossa Senhora das Graças do mundo, com 22m de altura e é um atrativo turístico, também estão na placa a BR 277, pelo acesso ser próximo, e alguns distritos próximos. A placa é mista, estando a Prefeitura Municipal na parte errada, deveria estar na parte verde, sendo uma falha na confecção da placa. Está localizada na Rua Dr. Munhoz da Rocha, em frente à Loja Arco-Íris.



Figura 15. PLACA 07 E FOTO DA LOCALIZAÇÃO.

Fonte: VERETA, Karen. Projeto de Sinalização Turística da Cidade de Irati.

LOCALIZAÇÃO: RUA MUNHOZ DA ROCHA ESQUINA COM RUA CEL. GRACIA, EM FRENTE À ANTIGA LOJA CALÇE BEM INFANTIL.

TIPO DE SUPORTE: BANDEIRA SIMPLES.

Na placa de nº 07, vista na figura 15, está sinalizado o Cemitério Municipal, que foi revitalizado e hoje apresenta-se de uma forma contemporânea pelo estilo de seus muros, a placa ainda alguns atrativos já explicados, a BR 277 e alguns distritos próximos. É uma placa mista, estando a Prefeitura Municipal novamente no lugar errado. Sua localização é na Rua Dr. Munhoz da Rocha, esquina com a Rua Cel. Grácia, em frente à antiga Loja Calce Bem Infantil.



Figura 16. PLACA 07-A E FOTO DA LOCALIZAÇÃO.  
 Fonte: VERETA, Karen. Projeto de Sinalização Turística da Cidade de Irati.  
LOCALIZAÇÃO: EM FRENTE AO COLÉGIO DO SESI.  
TIPO DE SUPORTE: BANDEIRA SIMPLES OU COLUNA DUPLA.

A placa de nº 07-A, mostrada na figura 16, deveria ser uma placa só na cor verde, pois a Prefeitura Municipal e o Corpo de Bombeiros não se encaixam nas colocações do Guia Brasileiro de Sinalização Turística. Sua localização é na rua Dr. Munhoz da Rocha, em frente ao Colégio Sesi.



Figura 17. PLACA 07-B E FOTO DA LOCALIZAÇÃO.  
 Fonte: VERETA, Karen. Projeto de Sinalização Turística da Cidade de Irati.  
LOCALIZAÇÃO: ANTES DA ROTATÓRIA DA PRAÇA DA AMIZADE  
TIPO DE SUPORTE: COLUNA DUPLA OU BANDEIRA SIMPLES



Na placa de nº 07-B (figura 17), observa-se o Estádio Cel. Emílio Gomes (Iraty), que é o estádio do time do município, o CT Willy Laars, onde acontece todos os anos o maior rodeio crioulo do Paraná e outras festividades, o fórum, que está sinalizado na parte errada da placa, deveria ser na parte verde, pois não tem um cunho turístico, outros atrativos já explicados e alguns distritos. A localização é na Av. Vicente Machado, há aproximadamente 50m da rotatória da Praça da Amizade.



Figura 18. PLACA 08 E FOTO DA LOCALIZAÇÃO.

Fonte: VERETA, Karen. Projeto de Sinalização Turística da Cidade de Irati.

LOCALIZAÇÃO: RUA CEL. PIRES, ESQUINA COM 15 DE JULHO, AO LADO DA COSTELARIA DO RUI

TIPO DE SUPORTE: BRAÇO PROJETADO OU BANDEIRA SIMPLES.

A placa nº 08, mostrada na figura 18, deveria ser uma placa mista, estando o Fórum numa parte verde. Ela possui atrativos já descritos e sua localização é na Rua Cel. Pires, esquina com a XV de Julho, ao lado da Costelaria do Rui.



Figura 19. PLACA 08-A E FOTO DA LOCALIZAÇÃO.

Fonte: VERETA, Karen. Projeto de Sinalização Turística da Cidade de Irati.

LOCALIZAÇÃO: FINAL DA RUA CEL. PIRES COM A AV. VICENTE MACHADO.

TIPO DE SUPORTE: COLUNA DUPLA.

Na placa 08-A (figura 19), percebe-se mais um erro na confecção, estando o Fórum na parte marrom quando deveria estar numa parte verde. Nela aparecem também outros atrativos já descritos. Sua localização é na Rua Cel. Pires, esquina com a Av. Vicente Machado.



Figura 20. PLACA 09 E FOTO DA LOCALIZAÇÃO.

Fonte: VERETA, Karen. Projeto de Sinalização Turística da Cidade de Irati.

LOCALIZAÇÃO: R. 15 DE JULHO, ESQUINA COM R. 19 DE DEZEMBRO, ANTES DA ROTATÓRIA.

TIPO DE SUPORTE: BANDEIRA SIMPLES.

A placa de nº 09 (figura 20), contém apenas atrativos de cunho turístico e serviço auxiliar, portanto é uma placa elaborada apenas na cor marrom. Nela apresenta-se como atrativos diferentes dos já citados a Igreja São Miguel, o Memorial à Bíblia - um monumento que fica numa praça em frente à Igreja São Miguel - e a Igreja Imaculado Coração de Maria, demonstrando a forte base no turismo religioso. A localização da placa é na Rua XV de Julho, esquina com a Rua 19 de Dezembro, antes da rotatória.



Figura 21. PLACA 11 E FOTO DA LOCALIZAÇÃO.

Fonte: VERETA, Karen. Projeto de Sinalização Turística da Cidade de Irati.

LOCALIZAÇÃO: AV. VICENTE MACHADO, ESQUINA COM A RUA PACÍFICO BORGES.

TIPO DE SUPORTE: BANDEIRA SIMPLES. (Verificar quilometragem exata dos distritos.)



A placa de nº 11, vista na figura 21, apresenta mais uma vez um erro de confecção quando o Fórum deveria ser evidenciado na parte verde. Localiza-se na Av. Vicente Machado, esquina com a Rua Pacífico Borges.



Figura 22. PLACA 12 E FOTO DA LOCALIZAÇÃO.  
 Fonte: VERETA, Karen. Projeto de Sinalização Turística da Cidade de Irati.  
LOCALIZAÇÃO: SEMÁFORO DA 19 DE DEZEMBRO, EM FRENTE AO SUOBRI.  
TIPO DE SUPORTE: BANDEIRA SIMPLES.

Na placa 12 (figura 22), apresenta-se como atrativo diferente dos já citados o Centro Cultural do Rio Bonito, um espaço para divulgação da cultura. Ela se localiza na Rua 19 de Dezembro, em frente ao Clube Operário de Irati (SUOBRI), antes da rotatória.

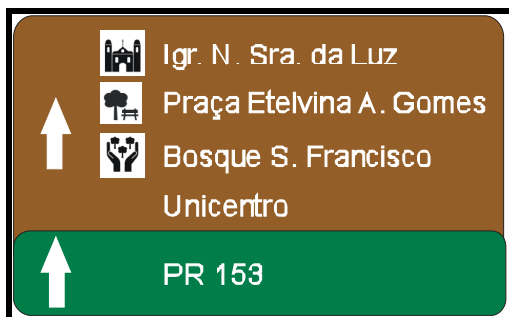


Figura 23. PLACA 13 E FOTO DA LOCALIZAÇÃO.  
 Fonte: VERETA, Karen. Projeto de Sinalização Turística da Cidade de Irati.  
LOCALIZAÇÃO: RUA CEL. PIRES, ALTURA DA ESCOLA PEQUENO PRÍNCIPE, SENTIDO CENTRO - IGREJA  
TIPO DE SUPORTE: BANDEIRA SIMPLES

Como atrativo não citado ainda, aparece na placa de nº 13, apresentada na figura 23, a Praça Etelvina Andrade Gomes, situada em frente à Igreja Nossa Senhora da Luz. A localização é na Rua Cel. Pires, próximo à Escola Pequeno Príncipe, sentido Igreja. É uma placa mista, apresentando a PR 153 como uma indicação de cunho não turístico.



Figura 24. PLACA 14 E FOTO DA LOCALIZAÇÃO.

Fonte: VERETA, Karen. Projeto de Sinalização Turística da Cidade de Irati.

LOCALIZAÇÃO: FINAL RUA CORONEL PIRES COM PR 153, ONDE HÁ UMA PLACA DE “PARE”, ANTES DA RODOVIA.

TIPO DE SUPORTE: COLUNA DUPLA.

A placa nº14 (figura 24), é uma placa mista, apresentando atrativos já descritos, além de sinalizar as cidades de Rio Azul e Curitiba, estando a flecha de sentido para Curitiba do lado errado, sendo um erro na confecção da placa. A localização é na Rua Cel. Pires com a PR 153.



Figura 25. PLACA 14-A E FOTO DA LOCALIZAÇÃO.

Fonte: VERETA, Karen. Projeto de Sinalização Turística da Cidade de Irati.

LOCALIZAÇÃO: RUA JOSÉ GALICOLI (PR 153) ANTES DA ENTRADA DA RUA CEL. PIRES.

TIPO DE SUPORTE: BANDEIRA SIMPLES, RETIRAR PLACA EXISTENTE NO LOCAL.

Na figura 25, está a placa de nº 14-A, sendo ela mista e indicando atrativos já descritos. Se localiza na Rua José Galicioli (PR 153), a aproximadamente 50m da entrada para a Rua Cel. Pires. No local há uma placa que precisa ser retirada para a colocação desta.



Figura 26. PLACA 15 E FOTO DA LOCALIZAÇÃO.

Fonte: VERETA, Karen. Projeto de Sinalização Turística da Cidade de Irati.

LOCALIZAÇÃO: AV VICENTE MACHADO, ALTURA DO POSTO AQUARIUS.

TIPO DE SUPORTE: BANDEIRA SIMPLES.

Na placa de nº 15 (figura 26), estão evidenciados dois distritos, o Pavilhão de Exposições João Wasilewski, localizado no Parque Aquático, onde são realizados vários eventos, além dos atrativos já descritos. A localização é na Av. Vicente Machado, e trata-se de uma placa mista.



Figura 27. PLACA 15-A E FOTO DA LOCALIZAÇÃO.

Fonte: VERETA, Karen. Projeto de Sinalização Turística da Cidade de Irati.

LOCALIZAÇÃO: RUA ARCÉLIO BATISTA TEIXEIRA, EM FRENTE AO POSTO POLICIAL.

TIPO DE SUPORTE: COLUNA DUPLA.

A placa de nº 15-A, vista na figura 27, é mista e indica o Parque Aquático, Centro Cultural do Rio Bonito, Pavilhão de Exposições João Wasilewiski, CT Willy Laars e o centro da cidade, todos já explicados nas placas anteriores. Sua localização é na Rua Arcélio Batista Teixeira, em frente ao Posto Policial.



Figura 28. PLACA 16 E FOTO DA LOCALIZAÇÃO.

Fonte: VERETA, Karen. Projeto de Sinalização Turística da Cidade de Irati.

LOCALIZAÇÃO: R. CAMACUÃ, EM FRENTE À CASA Nº 637, CASA COM PLACA DA SERRARIA KOREVAR.

TIPO DE SUPORTE: COLUNA DUPLA.

Na placa 16 (figura 28), encontra-se o CT Willy Laars, é indicado somente ele pelo atrativo estar num local mais retirado, sendo necessário sinalizá-lo até próximo de sua entrada. A localização da placa é na Rua Camacua.

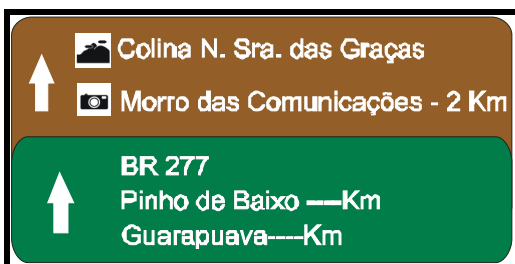


Figura 29. PLACA 17 E FOTO DA LOCALIZAÇÃO.

Fonte: VERETA, Karen. Projeto de Sinalização Turística da Cidade de Irati.

LOCALIZAÇÃO: RUA 15 DE NOVENBRO, PRÓXIMO Á ENTRADA DA CAMINHOS DO PARANÁ.

TIPO DE SUPORTE: BANDEIRA SIMPLES (verificar quilometragem).

Na placa de nº 17 (figura 29), encontra-se além da Colina Nossa Senhora das Graças, já citada, o Morro das Comunicações, que pode ser considerado como mirante da cidade. Também a BR 277, o distrito de Pinho de Baixo e a cidade de Guarapuava, pelo motivo da placa estar no sentido de saída da cidade. Localiza-se na Rua XV de Novembro, próximo à entrada da empresa Caminhos do Paraná e é uma placa mista.

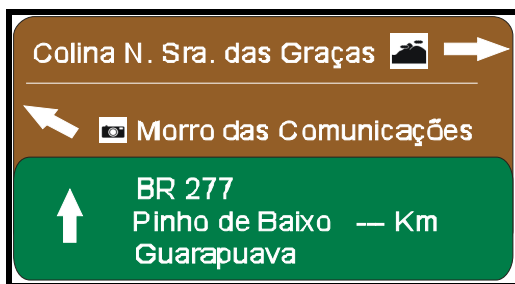


Figura 30. PLACA 18 E FOTO DA LOCALIZAÇÃO.

Fonte: VERETA, Karen. Projeto de Sinalização Turística da Cidade de Irati.

LOCALIZAÇÃO: NO TREVO ANTES DA COLINA, SUBIDA DA RUA 15 DE NOVEMBRO (AV. LADISLAU GRECHINSKI).

TIPO DE SUPORTE: COLUNA DUPLA.

A placa de nº 18, vista na figura 30, apresenta os mesmos atrativos da placa de nº 17, mudando apenas os sentidos e a localização, fica na Av. Ladislau Grechinski, num trevo que existe antes da Colina Nossa Senhora das graças.

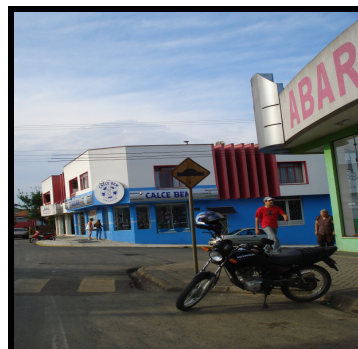


Figura 31. PLACA 19 E FOTO DA LOCALIZAÇÃO.

Fonte: VERETA, Karen. Projeto de Sinalização Turística da Cidade de Irati.

LOCALIZAÇÃO: R. 19 DE DEZEMBRO, ESQUINA COM A R. ZEFERINO BITTENCOURT, EM FRENTE À LOJA DZ9.

TIPO DE SUPORTE: BANDEIRA SIMPLES.



Na placa nº 19 (figura 31), encontra-se a Santa Casa de Irati, o Estádio Municipal Abraham Nagib Nejm, onde todos os anos é realizado o Teatro da Paixão de Cristo, o Colégio Florestal, a Sociedade Turfística – trata-se de uma hípica – e a Unicentro. É confeccionada apenas na cor marrom pelo fato de todos seus destinos serem considerados turísticos, de acordo com estudos realizados no Guia Brasileiro de Sinalização Turística e no Inventário Turístico Municipal. A localização da placa é na Rua 19 de Dezembro, esquina com a Rua Zeferino Bittencourt, em frente à Loja DZ9.



Figura 32. PLACA 20 E FOTO DA LOCALIZAÇÃO.

Fonte: VERETA, Karen. Projeto de Sinalização Turística da Cidade de Irati.

LOCALIZAÇÃO: RUA 19 DE DEZEMBRO, EM FRENTE À DUBOM.

TIPO DE SUPORTE: BANDEIRA SIMPLES.

Na placa nº 20 (figura 32), encontram-se atrativos já descritos, além do distrito de Guamirim. É uma placa mista e localiza-se na Rua 19 de Dezembro, em frente à Dubom.

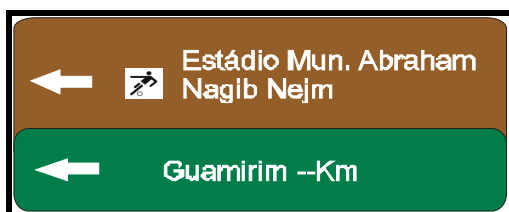


Figura 33. PLACA 21 E FOTO DA LOCALIZAÇÃO.

Fonte: VERETA, Karen. Projeto de Sinalização Turística da Cidade de Irati.

LOCALIZAÇÃO: ESQUINA NEREU RAMOS COM AV GETÚLIO VARGAS.

TIPO DE SUPORTE: COLUNA DUPLA.

A placa nº 21, observada na figura 33, é uma placa mista apresentando o Estádio Municipal Abraham Nagib Nejm e o distrito de Guamirim. É uma placa mista e localiza-se na Rua Nereu Ramos, esquina com a Av. Getúlio Vargas. O Estádio fica numa parte mais retirada do centro, sendo necessário sinalizá-lo até próximo de sua entrada.

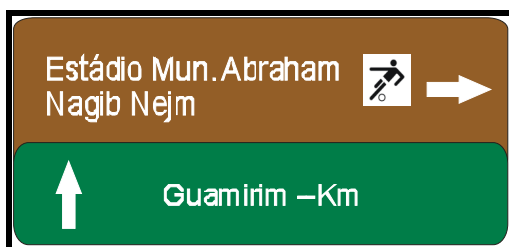


Figura 34. PLACA 22 E FOTO DA LOCALIZAÇÃO.

Fonte: VERETA, Karen. Projeto de Sinalização Turística da Cidade de Irati.

LOCALIZAÇÃO: AV. GETÚLIO VARGAS COM VITÓRIA DE MONTE CASTELO, EM FRENTE À RESIDÊNCIA Nº 1096.

TIPO DE SUPORTE: COLUNA DUPLA.

A placa de nº 22 (figura 34) é a seqüência da placa 22 para se chegar até próximo da entrada do Estádio Municipal. Localiza-se na Av. Getúlio Vargas, esquina com a Rua Vitória de Monte Castelo.



Figura 35. PLACA 22-A E FOTO DA LOCALIZAÇÃO.

Fonte: VERETA, Karen. Projeto de Sinalização Turística da Cidade de Irati.

LOCALIZAÇÃO: FINAL DA AV. GETÚLIO VARGAS COM AVENIDA NOÉ REBESCO

TIPO DE SUPORTE: COLUNA DUPLA. (Placa confeccionada de maneira errada).

A placa de nº 22-A (figura 35) foi confeccionada fora dos padrões, de forma incorreta, sendo pedida sua alteração mas ainda não recebida pelo Departamento de Obras da Prefeitura Municipal. A Unicentro deveria estar na parte superior em marrom seguida do Centro, do distrito de Guamirim e da cidade de Inácio Martins em verde, tendo ainda uma linha separando o centro do distrito e da cidade. A localização seria na Av. Getúlio Vargas, esquina com a Av. Noé Rebesco.

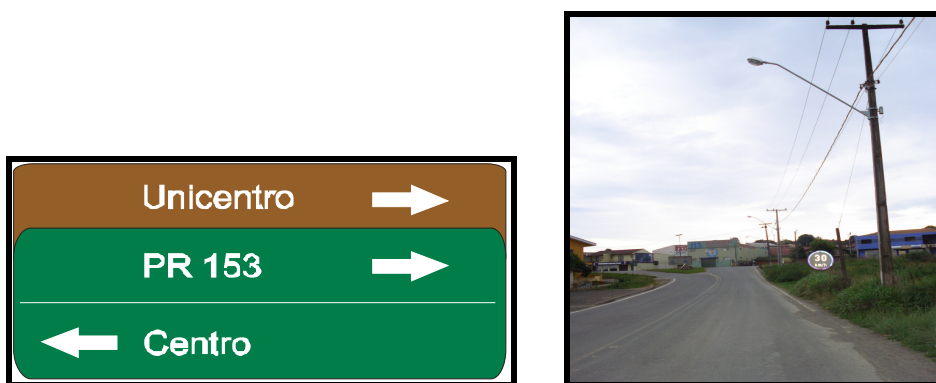


Figura 36. PLACA 22-B E FOTO DA LOCALIZAÇÃO.

Fonte: VERETA, Karen. Projeto de Sinalização Turística da Cidade de Irati.

LOCALIZAÇÃO: CRUZAMENTO DA AV. NOÉ REBESCO COM RUA ANTÔNIO CAVALIM (TREVO).

TIPO DE SUPORTE: COLUNA DUPLA.

Na placa 22-B, observada na figura 36, está a Unicentro, a PR 153 e o centro da cidade, sendo uma placa mista, localizada no cruzamento da Av. Noé Rebesco com a Rua Antonio Cavalin.



Figura 37. PLACA 23 E FOTO DA LOCALIZAÇÃO.

Fonte: VERETA, Karen. Projeto de Sinalização Turística da Cidade de Irati.

LOCALIZAÇÃO: PR 153, SENTIDO CENTRO-UNICENTRO, DEPOIS DO TREVO, ANTES DO POSTO POTENCIAL.

TIPO DE SUPORTE: COLUNA DUPLA.



A placa de nº 23 (figura 37) é confeccionada apenas na cor marrom por apresentar somente atrativos de cunho turístico, todos já descritos em placas anteriores. A localização é na PR 153, sentido Centro-Unicentro. No local há uma placa que deve ser retirada para a colocação desta.



Figura 38. PLACA 24 E FOTO DA LOCALIZAÇÃO.

Fonte: VERETA, Karen. Projeto de Sinalização Turística da Cidade de Irati.

LOCALIZAÇÃO: AV. VIRGÍLIO MOREIRA, EM FRENTE À SUL AGRÍCOLA.

TIPO DE SUPORTE: BANDEIRA SIMPLES.

Na figura 38 – placa 24, encontra-se a Floresta Nacional de Irati (FLONA), reserva natural do município, e o Kartódromo na parte marrom e a BR 277 em verde.

A ordem está invertida, os atrativos turísticos deveriam estar na parte superior da placa.

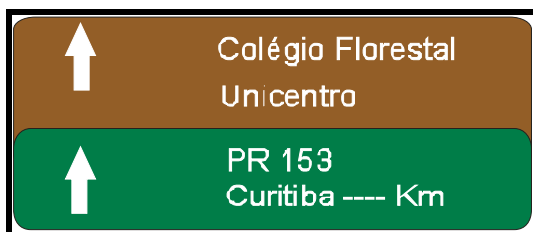


Figura 39. PLACA 25 E FOTO DA LOCALIZAÇÃO.

Fonte: VERETA, Karen. Projeto de Sinalização Turística da Cidade de Irati.

LOCALIZAÇÃO: RUA 19 DE DEZEMBRO, ESQUINA COM A RUA TRAJANO GRÁCIA, SEMÁFORO EM FRENTE AO BOSCO VEÍCULOS.

TIPO DE SUPORTE: BANDEIRA SIMPLES NO SEMÁFORO.

A placa 25 (figura 39) apresenta como atrativos turísticos descritos na parte marrom o Colégio Florestal e a Unicentro e na parte verde a PR 153 e a cidade de Curitiba. A localização é na Rua 19 de Dezembro, esquina com a Rua Trajano Grácia.



Figura 40. PLACA 25-A E FOTO DA LOCALIZAÇÃO.

Fonte: VERETA, Karen. Projeto de Sinalização Turística da Cidade de Irati.

LOCALIZAÇÃO: ROTATÓRIA PROLONGAMENTO DA RUA 19 DE DEZEMBRO (VER Nº DA CASA), À DIREITA, SENTIDO CENTRO- BAIRRO.

TIPO DE SUPORTE: COLUNA DUPLA.

A placa de nº 25-A, vista na figura 40, apresenta os mesmos atrativos da placa 25, sendo uma seqüência de informação, localizada no prolongamento da Rua 19 de Dezembro, próxima à rotatória.

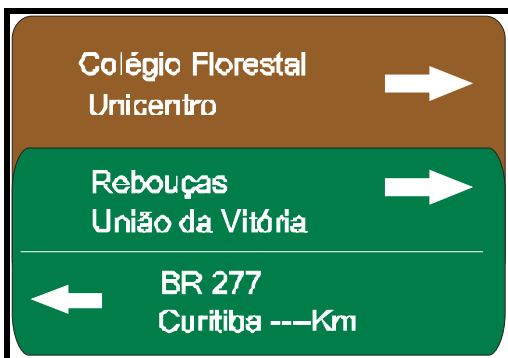


Figura 41. PLACA 26 E FOTO DA LOCALIZAÇÃO.

Fonte: VERETA, Karen. Projeto de Sinalização Turística da Cidade de Irati.

LOCALIZAÇÃO: R. JORNALISTA JOSÉ DA SILVA, SAÍDA RUA 19 DE DEZEMBRO, COM PR 153, AV. JOSÉ GALICIOLI (ASSOCIAÇÃO DA COPEL).

TIPO DE SUPORTE: COLUNA DUPLA.

Na figura 41 tem-se a placa 26, uma placa mista com o Colégio Florestal e a Unicentro em marrom e as cidades de Rebouças, União da Vitória, Curitiba e a BR 277 em verde. A localização é na Rua Jornalista José da Silva, esquina com a PR 153, próximo à Associação da COPEL.

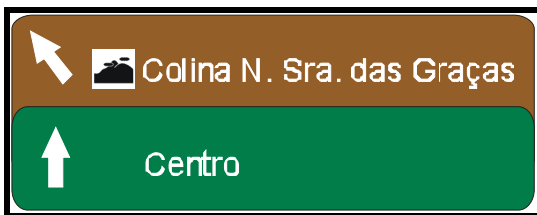


Figura 42. PLACA 29 E FOTO DA LOCALIZAÇÃO.

Fonte: VERETA, Karen. Projeto de Sinalização Turística da Cidade de Irati.

LOCALIZAÇÃO: AV. LADISLAU GRECHINSKI, DESCENDO EM DIREÇÃO AO CENTRO, EM FRENTE À CASA Nº 459, SENTIDO BR – CENTRO.

TIPO DE SUPORTE: COLUNA DUPLA.

A placa nº 29 (figura 42) apresenta a Colina Nossa Senhora das Graças e o Centro. Trata-se de uma placa mista, localizada na Av. Ladislau Grechinski, descendo em sentido ao Centro.



Figura 43. PLACA 30 E FOTO DA LOCALIZAÇÃO.

Fonte: VERETA, Karen. Projeto de Sinalização Turística da Cidade de Irati.

LOCALIZAÇÃO: RUA 19 DE DEZEMBRO, EM FRENTE AO FILLUS, RESIDÊNCIA Nº 511, SENTIDO BAIRRO – CENTRO.

TIPO DE SUPORTE: COLUNA DUPLA OU BANDEIRA SIMPLES.

A placa de nº 30, vista na figura 43, é uma placa mista que apresenta como atrativos de cunho turístico, na parte marrom, a Santa Casa de Irati, a Igreja São Miguel, o Monumento à Bíblia, o Cemitério Municipal e a Igreja Imaculado Coração de Maria. Na parte verde encontra-se a Prefeitura Municipal. A localização da placa é na Rua 19 de Dezembro, sentido bairro – centro.

Cada placa deverá ter tamanho, fonte, espaçamento, flechas, pictogramas e pórticos de acordo com as normas do Guia Brasileiro de Sinalização Turística.

As vias de acesso foram definidas pelo critério de melhor caminho e acesso mais fácil para se chegar aos atrativos, também foram escolhidas por serem vias de qualidade, como a Rua 19 de Dezembro, Dr. Munhoz da Rocha, Av. Getúlio Vargas, entre outras. A numeração das placas não tem uma ordem certa porque o planejamento inicial contava com apenas 30 placas, sendo inseridas outras placas depois de um primeiro planejamento.

No início, a Prefeitura Municipal faria um acerto de contas com uma empresa privada, que iria custear a confecção de 30 placas de sinalização turística. O ajuste não deu certo, então o planejamento foi revisto e foram inseridas mais algumas placas para que se tornasse mais satisfatório no atendimento a turistas, visitantes e a comunidade.

As placas de sinalização existentes na cidade de Irati apresentam erros na confecção, todas elas são verdes, não distinguindo atrativos turísticos das demais informações, não há pictogramas, as setas não seguem um padrão, toda a arte delas não segue as normas do Guia Brasileiro de Sinalização Turística, não há uma lógica na disposição das placas nas vias que levam as pessoas até os locais de visitação, além de estarem em mal estado de conserva o.

Levando-se em considera o o fato de que Irati possui potencial turístico, que recebe turistas e visitantes, ainda que poucos, não sendo o suficiente para aquecer a atividade econômica com o turismo, e devido ao fato do estado em que as placas existentes se apresentam há uma necessidade de implantar novas placas de sinalização para poder atender bem a todos que visitam a cidade e atrair mais pessoas, que ao ver o local bem sinalizado sentem-se instigadas a conhecer os atrativos, fazendo com que a rotatividade dentro do município seja maior.

## 6. CONSIDERAÇÕES FINAIS

O turismo é uma atividade que tem se desenvolvido consideravelmente no setor de serviços, otimizando a economia, gerando empregos e desenvolvendo destinos com capacidade turística. Ele está cada vez mais forte no mercado e os turistas, mais exigentes. Para saciar seus desejos e necessidades é preciso que os destinos disponham de uma boa infra-estrutura e hospitalidade.

Para instigar as pessoas a realizar a atividade turística e conhecer determinado local é importante propagar a sua imagem, pois desperta o interesse do turista pela potencialidade do destino no processo de escolha e de compra. Neste momento, o lugar que está mais bem equipado, que possui um produto turístico mais completo é capaz de atrair as pessoas, pois estas acabam sempre agregando valores ao conjunto de serviços e infra-estrutura que lhes são oferecidos.

Com esta observação, percebe-se que é necessário dar suporte ao turista numa viagem, e neste contexto entra a sinalização turística, que irá ajudá-lo a deslocar-se dentro da cidade e encontrar as atrações turísticas por si só, sobrando-lhe mais tempo para desfrutar de tudo sem ter que pedir informações.

A satisfação dos turistas é o ponto principal a que se deve chegar para ter um local bem desenvolvido e atraí-los. A propagação do turismo nas cidades acaba gerando benefícios para a comunidade local.

Para que se chegue a um nível alto de satisfação no que diz respeito à sinalização turística é necessário ter em mente que o planejamento bem elaborado desta é fundamental.

A Prefeitura Municipal de Irati, ciente da importância do desenvolvimento da atividade turística local, criou o Departamento de Turismo, para ampliar a apreciação na qualidade de trabalhos de planejamento e gestão turísticos local, que apoiou os estudos sobre sinalização efetuado para que se pudesse concretizar o planejamento.

Ainda não se obteve uma resposta a respeito da implantação do projeto, mas o prefeito municipal mostrou-se interessado em viabilizá-lo. A questão da verba ainda é

um empecilho, mas está sendo estudada uma forma de tornar possível a inserção da sinalização na cidade.

Todos os estudos realizados e toda a concretização do planejamento são de valia para ajudar no desenvolvimento da infra-estrutura de apoio do município e para atrair visitantes e turistas, que ao vê-lo bem sinalizado serão instigados a conhecer seus atrativos. Além disso, a sinalização é uma forma a mais de hospitalidade, promovendo uma boa orientação na cidade, facilitando o trânsito e o acesso, fazendo com que as pessoas sintam-se satisfeitas com o passeio e tenham vontade de retornar, influenciando na geração de benefícios tanto para o município quanto para a comunidade local.

Irati tem potencial para o desenvolvimento do turismo, o que falta é uma conscientização da população por órgãos responsáveis, o desenvolvimento de projetos que melhorem a infra-estrutura e a criação do marketing turístico da cidade. Entender a necessidade do marketing turístico adaptado às transformações da sociedade e do município é fator condicionante para o sucesso do desenvolvimento do turismo.

Através deste trabalho, pode-se perceber a importância de sinalizar um município e o valor que turistas e visitantes dão a esta forma de hospitalidade. O planejamento foi efetuado, novas placas de sinalização foram criadas e seu ordenamento nas vias de acesso foi estudado para atender satisfatoriamente a demanda, atingindo assim os objetivos específicos. Quanto ao objetivo geral, todos os estudos referentes ao planejamento da sinalização foram incentivados, principalmente pela Coordenadora de Turismo Simome W. W. Milleo e, como já foi citado, para que o aval para a implantação seja dado pelo Prefeito Municipal é necessário que haja disponibilidade de verba.

Há possibilidade de concretizar o trabalho, mas o que se pode fazer, por enquanto, é aguardar na expectativa dos órgãos públicos adquirirem a consciência de que o turismo pode vir a ser uma realidade em Irati, porém é necessário dispor de infra-estrutura de qualidade para atender a todos, a começar pela sinalização turística para indicar os atrativos do município.

## REFERÊNCIAS

- BARRETTO, M. **Manual de Iniciação ao Estudo do Turismo**. Campinas: Papirus, 1995.
- BENI, M. C. **Análise Estrutural do Turismo**. 10<sup>a</sup> ed. atual. São Paulo: SENAC, 2004.
- BISSOLI, M. A. M. A. **Planejamento Turístico Municipal com Suporte em Sistemas de Informação**. São Paulo: Futura, 1999.
- CARNEIRO, J. B.; REJOWSKI, M. Sinalização Turística: Sistemas Nacionais e Referência Internacional de Aplicação de Pictogramas. *In*: REJOWSKI, M.; COSTA, B. K. (Org.). **Turismo Contemporâneo: Desenvolvimento, Estratégia, e Gestão**. São Paulo: Atlas, 2003.
- CASTELLI, G. **Hospitalidade na perspectiva da Gastronomia e da Hotelaria**. São Paulo: Saraiva, 2005.
- CASTROGIOVANNI, A. C. Turismo e Ordenação no Espaço Urbano. *In*: CASTROGIOVANNI, A. C. (Org.). **Turismo Urbano**. 2<sup>a</sup> ed. São Paulo: Contexto, 2001.
- CHIAVENATO, I. **Gestão de pessoas: o novo papel dos recursos humanos nas organizações**. Rio de Janeiro: Campus, 1999
- CRUZ, R. C. Hospitalidade Turística e Fenômeno urbano no Brasil: Considerações Gerais. *In*: DIAS, C. (Org.). **Hospitalidade: Reflexões e Perspectivas**. Barueri: Manole, 2002.

EMBRATUR, IPHAN, DENATRAN. **Guia Brasileiro de Sinalização Turística**. 2001.

FERNANDES, D. L. **Irati e Prudentópolis - Paraná: Análise da paisagem urbana enquanto ao potencial turístico**. 2006.

GIL, A. C. **Como elaborar projetos de pesquisa**. 3. ed. São Paulo: Atlas, 1991.

GRINOVER, L. Hospitalidade: Um tema a ser reestruturado e pesquisado. *In*: DIAS, C. (Org.). **Hospitalidade: Reflexões e Perspectivas**. Barueri: Manole, 2002.

GUERRIER, Y. **Comportamento Organizacional em Hotéis e Restaurantes: Uma Perspectiva Internacional**. São Paulo: Futura, 2000.

HALL, C. M. **Planejamento Turístico: Políticas, Processos e Relacionamentos**. São Paulo: Contexto, 2001.

IGNARRA, L. R. **Fundamentos do Turismo**. 2ª ed. ver. e ampl. São Paulo: Pioneira Thomson Learning, 2003.

KNAFOU, R. Turismo e Território: Por uma Abordagem científica do Turismo. *In*: RODRIGUES, A. A. B. (Org.). **Turismo e Geografia: Reflexões Teóricas e enfoques regionais**. São Paulo: Hucitec, 1996, p. 62-74.

LAKATOS, E. M.; MARCONI, M. A. **Fundamentos de Metodologia Científica**. 3. ed. rev. e ampl. São Paulo: Atlas, 1991.

MATHEUS, Z. M. A Idéia de uma Cidade Hospitaleira. *In*: DIAS, C. (Org.). **Hospitalidade: Reflexões e Perspectivas**. Barueri: Manole, 2002.



OLIVEIRA, S. L. **Tratado de Metodologia Científica: Projetos de Pesquisa TGI, TCC, monografias, dissertações e teses.** São Paulo: Pioneira, 1997.

PETROCCHI, M. **Turismo: Planejamento e Gestão.** São Paulo: Futura, 1998.

PREFEITURA MUNICIPAL DE IRATI. **Inventário Turístico Municipal.** 2002.

ROSE, A. T. **Turismo: Planejamento e Marketing.** 1ª ed. brasileira. Barueri: Manole Ltda. 2002.

RUSCHMANN, D. V. M. **Turismo e Planejamento Sustentável: A Proteção do Meio Ambiente.** Campinas: Papirus, 1997.

RUSCHMANN, D. V. M.; WIDMER, G. M. Planejamento Turístico. *In:* ANSARAH, M. G. R. (Org.). **Turismo: Como Aprender, Como Ensinar.** 3ª ed. vol. 2. São Paulo: SENAC, 2001.

SENAC, DN. **Introdução a Turismo e Hotelaria.** Luis Cláudio de A. Menescal Campos; Maria Helena Barreto Gonçalves. Rio de Janeiro: Ed. SENAC Nacional, 2005.


WAINBERG, J. Cidades como *Sites* de Excitação Turística. *In:* CASTROGIOVANNI, A. C. **Turismo Urbano.** 2ª ed. São Paulo: Contexto, 2001.

**SITE:**

PREFEITURA MUNICIPAL DE IRATI. Disponível em <http://www.irati.pr.gov.br>, acesso em 02 de setembro de 2007.

## ANEXOS

### ANEXO 1 - LISTA DE PICTOGRAMAS

ATRATIVOS TURÍSTICOS NATURAIS			
Identificação	Código	Utilização	Pictogramas
Montanha	TNA-01	Montanhas, picos e áreas montanhosas	
Praia	TNA-02	Praias marítimas, lacustres e fluviais	
Ilha	TNA-03	Ilhas marítimas, lacustres e fluviais	
Rio, lago, lagoa	TNA-04	Rios, lagos ou lagoas	
Cachoeira	TNA-05	Cachoeiras e quedas d'água	

Patrimônio natural TNA-06 Áreas naturais conservadas, públicas ou privadas, com visitação permitida e reconhecidas como de interesse de preservação



Gruta

TNA-07 Grutas e cavernas, com visitação permitida e reconhecidas como de interesse de preservação



Turismo rural

TNA-08 Serviç os de hospedagem, alimentação, lazer, compras e outros relacionados ao meio rural



Estância hidromineral

TNA-09 Localidades ou empreendimentos situados junto a fontes de água mineral, com propriedades terapêuticas ou de revigoramento



## ATRATIVOS HISTÓRICOS E CULTURAIS

**Identificação Código Utilização Pictogramas**

Arquitetura religiosa








THC-01 Igrejas, capelas, templos, catedrais, bas licas, sinagogas, mesquitas, santuários, conventos, seminários, mosteiros, reconhecidos como de interesse de preservação





Arquitetura militar

THC-02 Quartéis, fortes e fortalezas, reconhecidos como de interesse de preservação










Arquitetura histórica	THC-03	Edificações de valor histórico e artístico reconhecidas como de interesse de preservação	
Monumento	THC-04	Obeliscos, esculturas, estátuas, bustos, pórticos, chafarizes reconhecidos como de interesse de preservação	
Museu	THC-05	Locais que abrigam e conservam acervos históricos ou artísticos, abertos à visitação pública, voltados à pesquisa com o objetivo de promover estudos, educação e lazer	
Ruína	THC-06	Ruínas de valor histórico reconhecidas como de interesse de preservação	
Patrimônio cultural	THC-07	Conjunto de atrativos de interesse cultural abrangendo núcleos e centros históricos, rotas e circuitos culturais, reconhecidos como de interesse de preservação	
Sítio Arqueológico	THC-08	Lugar onde se localizam vestígios de atividade humana de culturas pretéritas que possa conter artefatos, estruturas e ecofatos em seu contexto original	
Farol	THC-09	Faróis de auxílio à navegação em atividade, ou não, reconhecidos como de interesse de preservação	


Centro de Cultura	THC-10	Casas de cultura, centros culturais, pinacotecas, cinematecas, arquivos e demais locais onde ocorram manifestações culturais	
-------------------	--------	--	---


Biblioteca	THC-11	Bibliotecas abertas ao público	
------------	--------	--------------------------------	---


## ÁREAS PARA PRÁTICA DE ESPORTE


Identificação	Código	Utilização	Pictogramas
Esportes	TAD-01	Local para prática de esportes (uso genérico)	
Esportes equestres	TAD-02	Hípicas, hipódromos, jóqueis-clubes, haras	
Esportes automobilísticos	TAD-03	Autódromos, kartódromos e demais pistas de competição de veículos motorizados	
Esportes náuticos	TAD-04	Locais para prática de esqui aquático, jet-sky vela e windsurf	


Mergulho	TAD-05	Local para prática de mergulho	
Vôo livre	TAD-06	Plataforma para decolagem de vôo livre	
Surfe	TAD-07	Local para prática de surfe	
Canoagem	TAD-08	Local para prática de canoagem, remo e rafting	
Pesca submarina	TAD-09	Local para prática de pesca submarina	
Pesca esportiva	TAD-10	Local para prática de pesca esportiva	
Montanhismo	TAD-11	Local para prática de montanhismo	

Golfe	TAD-12	Campo de golfe	
-------	--------	----------------	--


Aeroclube	TAD-13	Local para uso de aeronaves particulares	
-----------	--------	--	--


Marina	TAD-14	Marinas e ancoradouros	
--------	--------	------------------------	--


Futebol	TAD-15	Estádios e outros locais para prática de futebol	
---------	--------	--	---


Ciclismo	TAD-16	Ciclovias de lazer e velódromos	
----------	--------	---------------------------------	--


## ÁREAS DE RECREAÇÃO


Identificação	Código	Utilização	Pictogramas
Praça	TAR-01	Praças ou largos	


Barco de passeio	TAR-02	Local de partida de barcos de passeio	
------------------	--------	---------------------------------------	---

Parque urbano	TAR-03	Parques urbanos com predominância de áreas verdes	
---------------	--------	---	---


Represa	TAR-04	Represas e barragens	
---------	--------	----------------------	---

Teleférico	TAR-05	Teleférico e bondes aéreos	
------------	--------	----------------------------	--








Mirante	TAR-06	Mirantes naturais ou construídos, locais com vista panorâmica de interesse turístico	
---------	--------	--	---


Parque de diversões	TAR-07	Parques de diversões e parques temáticos	
---------------------	--------	--	---


## LOCAIS PARA ATIVIDADES DE INTERESSE TURÍSTICO

Identificação	Código	Utilização	Pictogramas
Festas populares	TIT-01	Locais para realização de grandes festas típicas populares	








Teatro	TIT-02	Local para exibições teatrais, anfiteatros	
Convenções	TIT-03	Auditórios e Centros de Convenções	
Artesanato	TIT-04	Locais de produção e comercialização de artesanato	
Zoológico	TIT-05	Jardins zoológicos	
Planetário	TIT-06	Planetários e observatórios astronômicos	
Feira Típica	TIT-07	Feiras de produtos típicos	
Exposição agropecuária	TIT-08	Locais para realização de exposição agropecuária	


Rodeio	TIT-09	Locais para realização de rodeios	
--------	--------	-----------------------------------	---


Pavilhão de feiras e exposições	TIT-10	Locais para realização de feiras e exposições.	
---------------------------------	--------	--	---


## SERVIÇOS DE TRANSPORTE

Identificação	Código	Utilização	Pictogramas
Terminal rodoviário	STR-01	Terminais de passageiros de ônibus urbano, interurbano ou rodoviário	
Terminal ferroviário e metroviário	STR-02	Terminais e estações de trem e de metrô	
Aeroporto	STR-03	Aeroportos domésticos e internacionais	
Heliporto	STR-04	Locais de pouso ou manutenção de helicópteros	



Porto	STR-05	Portos marítimos e fluviais	
-------	--------	-----------------------------	---

Transporte sobre água	STR-06	Balsa ou <i>ferry-boat</i>	
-----------------------	--------	----------------------------	---


Terminal aquaviário	STR-07	Terminal de transporte aquático de passageiros	
---------------------	--------	--	---

Ponto de parada	STR-08	Ponto de parada de ônibus	
-----------------	--------	---------------------------	---

## SERVIÇOS VARIADOS

Identificação	Código	Utilização	Pictogramas
Área de estacionamento	SVA-01	Pátios públicos de estacionamento de veículos	
Informações turísticas	SVA-02	Local de informações a turistas	

Câmbio	SVA-03 Casas de câmbio	
Correio	SVA-04 Locais de prestação de serviços postais	
Rua 24 horas	SVA-05 Locais de concentração de comércio, serviço e lazer, com funcionamento 24 horas	
Serviço telefônico	SVA-06 Locais com telefone para uso público	
Serviço mecânico	SVA-07 Locais que apresentam atendimento mecânico	
Borracharia	SVA-08 Locais que apresentam serviço de borracheiro	
Abastecimento	SVA-09 Existência de posto de abastecimento	

Pronto Socorro	SVA-10	Existência de pronto-socorro, hospital, ou casa de saúde	
Serviço sanitário	SVA-11	Locais equipados com sanitários públicos	
Restaurante	SVA-12	Existência de restaurante ou lanchonete	
Hotel	SVA-13	Locais com serviços hoteleiros	
Área de campismo	SVA-14	Existência de área destinada a camping	
Estacionamento de <i>trailer</i>	SVA-15	Existência de área para o estacionamento de trailer	