

# ***Rotas culturais: Património e Sistemas Wayfinding***

## *Cultural Routes: Heritage and Wayfinding Systems*



**Maria Luísa Costa**  
Designer / Researcher

Instituto Superior Miguel Torga, Coimbra  
Departamento de Design  
CIAUD - Centro de investigação em Arquitetura, Urbanismo e Design

R. Sá Nogueira, 1349-063  
Lisboa, Portugal

ORCID: 0000-0002-9003-0611  
design.luisacosta@gmail.com

**ABSTRACT:** Finding the way is part of the ancestral needs of the human being, as can be understood from a brief look at the evolution of signage and the resources used by man to facilitate access to different places. Goals and methods differ, according to social and cultural needs and the means available in each era. Nowadays, promoting access to knowledge and enjoyment of the Heritage is a necessity arising from the processes of globalization and the determination to preserve a plural and diverse society. In this sense, promoting the dialogue between Material and Intangible Heritage through cultural routes, communicated through the design of wayfinding systems, is a requirement for the full understanding of both. Thus, this article addresses the issue of the evolution of signage, the concept of Heritage and the need to promote dialogue between the material and immaterial heritage, reflecting on the different forms of access to information in the context of wayfinding systems.

**RESUMO:** Encontrar o caminho faz parte das necessidades ancestrais do ser humano, como se pode entender de um breve olhar sobre a evolução da sinalética e dos recursos utilizados pelo homem para facilitar o acesso a diferentes lugares. Os objetivos e os métodos diferem, de acordo com as necessidades sociais e culturais e os meios disponíveis em cada época. Hoje, promover o acesso ao conhecimento e fruição do Património é uma necessidade resultante dos processos de globalização e da vontade de manter a sociedade plural e diversa. Neste sentido, promover o diálogo entre Património Material e Imaterial por via de rotas culturais, comunicadas através do design de sistemas wayfinding, constitui uma necessidade para o pleno entendimento de ambos. Assim, o presente artigo aborda a questão da evolução da sinalética, do conceito de Património e da necessidade de promoção do diálogo entre o património material e imaterial, refletindo sobre as diferentes formas de acesso à informação em contexto de sistemas wayfinding.

**KEYWORDS:** design; heritage, signage, wayfinding systems

**PALAVRAS-CHAVE:** design; património, sinalética, sistemas wayfinding

### **1. Introdução**

Hoje em dia o espaço público é cada vez mais complexo, a necessidade informativa cresce e, efetivamente, o acumular de informação visual de diferentes tipos e com diferentes objetivos multiplica-se, tornando sistemas de sinalização e sinaléticas quase inoperantes. Neste sentido, urge estabelecer prioridades relativamente ao que são necessidades comunicacionais efetivas e as que são acessórias, definindo o que deve ser colocado no espaço público e o que deve ser remetido para um outro suporte, meio ou forma de comunicação. De acordo com Costa (1987) a sinalização tem como finalidade a regular fluxos humanos e determinar condutas, enquanto a sinalética, sendo um sistema optativo, destina-se a identificar, regular e facilitar o acesso a um determinado espaço. Neste sentido, a sinalização é e deverá ser sempre privilegiada no contexto da comunicação em espaços públicos, seguindo-se a sinalética de utilidade pública que facilita o acesso a hospitais, serviços públicos e outros de predominante relevância. Já a sinalética que promove turismo, nomeadamente percursos e roteiros poderá sair do espaço público e fazer uso de outros meios e recursos. Assim, a informação relativa a rotas culturais deverá fazer uso de sistemas wayfinding, recor-

rendo a vias digitais ou analógicas, às possibilidades da internet e da georreferenciação no primeiro caso e a objetos impressos, tais como mapas e roteiros, no segundo, pois, como refere Brandão (2004 p:20) “Um sistema de comunicação pode até ser a forma de o evitar.”, reflexão que nos parece pertinente no contexto do espaço público.

Indicar caminhos, facilitar experiências e acessos, caminha a par da história da humanidade e serve diferentes propósitos, de acordo com as tendências e necessidades de cada época. Na era da informação, da comunicação digital e das movimentações em massa, mas também da globalização, onde o património se assume como grande diferenciador cultural, urge pensar sistemas alternativos que, permitam o acesso ao seu conhecimento e fruição, potenciando, simultaneamente, experiências significativas que promovam uma sociedade culturalmente diversa e inclusiva.

## 2. Sistemas wayfinding, caminhos e mapas

De acordo com Mollerup (2005) encontrar e mostrar o caminho são atividades tão antigas como a própria Humanidade. Constituindo os sistemas wayfinding um meio para solucionar os problemas inerentes ao processo de encontrar o caminho ou, dito de outro modo, uma forma de mostrar o caminho.

Esta necessidade ancestral está inscrita no nosso universo simbólico e onírico, verificando-se exemplos na mitologia grega onde Ariadne, através do fio que entrega Theseus, concede-lhe a possibilidade de encontrar a saída do labirinto; ou em histórias infantis como a dos irmãos Grimm “Hansel e Gretel”, onde Hansel marca o caminho para poder regressar a casa.” (Costa & Amaral 2020)

De acordo com a Society for Experiential Graphic Design (SEGD), encontrar o caminho é particularmente importante em ambientes construídos e complexos. Com o aumento da complexidade urbana e territorial, as pessoas necessitam de indicações visuais tais como mapas, direções e símbolos para ajudar a guiá-las até aos seus destinos. Ainda segundo a SEGD, o wayfinding consiste num sistema de informação que guia as pessoas através de um ambiente físico, melhorando a compreensão e experiência do espaço.

Para que seja definido um sistema wayfinding é necessário, antes de mais, que exista ou que se trace um caminho; um caminho que nos leva do ponto A ao ponto B.

De acordo com Costa (1987), o caminho é uma ideia filosófica e funcional que inclui sempre a noção de boa direção, de rota segura ou de direção conveniente. O que fez com que os homens, desde sempre, tenham sentido a necessidade de marcar e assinalar caminhos, mesmo em tempos em que estes não existiam. Os caminhos traçados na superfície da terra são obra dos homens, da sua necessidade de se adaptar ao meio por vezes hostil e de reduzir a sua complexidade. Os primeiros sinalizadores utilizados pelo homem foram as pedras.

A partir dos caminhos traçam-se mapas, com finalidades e tipologias diferenciadas, podem ter uma representação mais ancorada e representativa do território ou serem mais diagramáticos, conterem mais ou menos informação serem mais complexos ou mais simples. De acordo com a SEGD, no contexto wayfinding, devem conter apenas informação necessária para a orientação, ser claros e simples de entender, devendo ainda fazer uso de uma terminologia consistente, assim como consistente deve ser, também, o uso das cores, da tipografia e dos símbolos. A escala deve ser apropriada e sempre que colocados no ambiente físico devem possuir o indicador “você está aqui”.

Os mapas fazem parte integrante dos sistemas wayfinding, os quais de acordo com Gibson (2009 p. 12) “fornecem orientação e os meios para ajudar as pessoas a sentirem-se à vontade no seu meio”

De acordo com esta citação, poderíamos afirmar que o wayfinding existe desde sempre, como forma de responder a uma necessidade humana a de se deslocar e encontrar caminhos. No entanto, o wayfinding, enquanto sistema, programa e projeto que responde a necessidades e etapas concretas é muito recente.

Ainda segundo Gibson (2009), o wayfinding teve origem no pós-guerra com a deslocação de muitos designers da Europa para os EUA, motivados por um sentido de missão para com as

comunidades e, simultaneamente, de zelo pelas experiências criativas.

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

Para além dos mapas, os sistemas wayfinding integram um conjunto de sinais para informar, identificar, orientar, funções inerentes à sinalética. Estes sinais são atualmente e foram no passado preciosos auxiliares na descoberta de caminhos e facilitadores da circulação de pessoas. Para encontrar o caminho na antiguidade os Gregos e os Romanos, utilizam colunas e terminais de pedra para marcar os seus itinerários. A função destas marcas era auxiliar na orientação espacial e informar sobre as distâncias (Costa 1987 p:40)

Na Idade Média, com a evangelização, surgem inúmeros mosteiros e os vestígios de rotas antigas encorajam a passagem de fiéis nas suas peregrinações, dando origem a que muitas rotas sejam restauradas. Os terminais em pedra, que assinalavam e marcavam os percursos delineados são, por esta altura, substituídos pelo símbolo diferenciador dos cristãos – as cruzes. (Costa 1987 p:40).

Nesta época, a grande movimentação de pessoas em peregrinação, leva à necessidade de reunir e sistematizar informação sobre caminhos, lugares e recursos, sendo de assinalar que “desde 1139 existe um guia para os peregrinos que indica o percurso, a contagem das etapas, os nomes das aldeias e cidades que estão a caminho, a lista dos rios de água potável, a localização dos santuários e as relíquias veneradas” (Darigo 1971 citado por Costa 1987 p:42).

A informação disponibilizada, neste contexto, foi sendo adaptada e aumentada de acordo com os tempos e as necessidades, ocorrendo em França as primeiras tentativas de normalização.

Em 1811 um decreto classifica e numera as rotas imperiais e, em 1813, um decreto tipifica as medidas para os terminais e marcos. Em 1853, é estipulado que os marcos quilométricos são executados em pedra, colocados à direita do caminho, sendo a parte visível pintada de branco e as inscrições a preto é, também, neste momento que são criadas as placas identificadoras para as entradas e saídas de lugares habitados. Ainda em França, em 1889, Pierre-Benjamin Brousset, publica uma monografia com todas as inovações de sinalização que até hoje se aplicam (Costa 1987).

Assim, consideramos que com esta regulamentação surge a sinalização, podemos mesmo considerar que até à existência de normalização, existia uma sinalética que auxiliava os wayfinders a encontrar mais facilmente o seu caminho. Estes, deslocavam-se a pé ou de outros modos, mas uma vez que não utilizavam veículos motorizados, podemos considerar estarem muito próximo do conceito de wayfinder definido por Mollerup (2005): indivíduo que se desloca a pé ou de bicicleta com o objetivo de encontrar um determinado local.

A grande necessidade de normalizar surge a partir da invenção do automóvel e de uma nova realidade, a qual vem obrigar a uma atuação mais robusta, no sentido não só de orientar mas, também, de determinar modos de conduta.

O aumento do número de veículos em circulação obrigou a recorrentes ajustes o que é comprovado por sucessivas convenções promulgadas pela ONU.

Se como refere Costa (1987 p:103), “sinalizar reside na ação de aplicar sinais existentes à priori, a problemas sempre repetidos”. Existe um enorme espaço de intervenção onde isto não pode ser aplicado – esta é a área de intervenção da sinalética – que, de acordo com o mesmo autor, desenvolve programas específicos para problemas particulares.

Com esta pequena abordagem histórica, acerca da evolução dos meios e métodos utilizados pelo homem, para comunicar e encontrar o caminho, pretendemos comprovar a estreita relação entre as necessidades sociais e culturais e a utilização das técnicas e meios disponíveis, podemos mesmo afirmar que as necessidades dependem da sociedade e da cultura de cada época e os meios utilizados são sempre os disponíveis em cada época.

Atualmente, pretendemos promover a diversidade cultural, ameaçada pela globalização cultural e os meios e técnicas disponíveis são quase infindáveis.

Longe das peregrinações, estamos hoje perante a circulação de hordas de turistas, que se movimentam no sentido de conhecer e obter experiências intensas, autênticas e marcantes. Esta

necessidade leva a explorar um conjunto particularidades regionais e locais, maioritariamente alicerçadas em rotas e percursos, com oferta de conteúdos distintos, onde os diferentes tipos de património são colocados em diálogo.

Considerando que todo o património necessita de um processo de mediação para que se torne acessível ao conhecimento e à fruição dos indivíduos, defende-se que as rotas e percursos desenvolvidos e facilitados por sistemas wayfinding permitirão o acesso ao património, possibilitando o entendimento do diálogo existente entre património material e imaterial, resultando deste entendimento e fruição experiências autênticas e significativas.

### 3. Património material e imaterial, cultura e identidade

O reconhecimento e valorização do património permite reforçar laços identitários, sedimentar e partilhar valores e cultura. Através da comunicação podemos tomar contacto com as suas particularidades históricas e vivenciais, o que nos permite construir narrativas cognitivas e emocionais sobre os lugares, os indivíduos, as suas histórias e memórias. O acesso a esta informação pode ser conseguido por via de rotas e percursos, alicerçados em sistemas wayfinding, que promovam o diálogo entre diferentes tipos de património e assegurem diferentes níveis de informação aos usuários.

Património Material é o espaço geográfico, o conjunto edificado, o traçado urbanístico, o monumento, a obra de arte, etc., mas a sua dimensão sensível, o que mantém vivas estas entidades, deriva dos homens, das suas histórias, experiências, vivências e memórias, ou seja, da cultura humana, a qual constitui Património Imaterial.

A noção de Património foi mudando ao longo dos séculos, encontrando-se hoje alargado a diversas áreas. No que se refere ao Património Cultural, este divide-se em duas grandes categorias o Material e o Imaterial, de referir que um não existe sem o outro. Dentro da primeira categoria enquadra-se o Património Móvel (obras de arte, objetos, coleções e etc.) e o Imóvel (os monumentos, os conjuntos edificados e edifícios). O Património Material só se mantém vivo se nos “contar” uma ou várias histórias e se nos remeter para memórias, sejam mais longínquas e integradas numa memória coletiva, sejam mais próximas e relacionadas com vivências e experiências dos indivíduos a cuja comunidade pertence.

Como referido, o património imaterial assume grande relevância por ser o, “principal gerador da diversidade cultural e garante do desenvolvimento sustentável” Unesco (2003). E, o cuidado crescente colocado na proteção deste património deriva dos processos de globalização cultural a que a sociedade contemporânea assiste.

Assim, consideramos que, por via do conhecimento e reconhecimento de um património que lhes pertence, os indivíduos poderão valorizar a sua cultura e a sua identidade cultural.

Cultura e identidade são conceitos com destinos geralmente associados e inter-dependentes, nos quais o processo de globalização tem atuado, transformando-os consideravelmente. As novas realidades e padrões referenciais podem alterar as narrativas identitárias pessoais e com elas a cultura (Costa, 2013 p: 55).

Considerando, de acordo com Giddens (2010), que a identidade cultural é no mundo atual, algo que é criado pelo indivíduo e que “agora que os sinais tradicionais se tornaram menos determinantes, o mundo social confronta-nos com um estonteante leque de escolhas acerca de quem devemos ser, como viver e o que fazer – sem oferecer grandes orientações acerca das seleções a fazer. As decisões que tomamos no quotidiano – acerca do vestir, como agir ou como ocupar o tempo – ajudam-nos a tornar-nos quem somos. O mundo moderno força-nos a descobrir-nos a nós próprios. Como seres humanos cientes e auto-conscientes, criamos e recriamos as nossas identidades a todo momento” (Giddens 2010, p:30).

E, também de acordo com Hall (2004, pp: 12,13) que defende que atualmente o indivíduo já não possui uma “identidade fixa, essencial ou permanente. A identidade torna-se uma «celebração móvel»: formada e transformada continuamente em relação às formas pelas quais somos representados ou interpelados nos sistemas culturais que nos rodeiam”.

Defendemos que a promoção do património por via de rotas e percursos contribui para a valo-

rização e promoção da cultura e identidade local, obviando a eventual possibilidade, referida por Hall (2004), de se optar por uma cultura que não se encontre ancorada num espaço ou num tempo reais e uma identidade desvinculada de tempos, lugares histórias e tradições.

Considera-se, assim, que as rotas culturais, permitem a valorização do património, com esta valorização consolidam-se identidades e constroem-se memórias para o futuro e ancoradas localmente, pois “a aventura da humanidade funda-se na e alimenta-se da memória do passado mental e material, sempre diferente, das diferentes civilizações que tiveram necessariamente de se apropriar dele para poderem superá-lo e transformá-lo conforme as suas identidades respectivas. Substituir, transmitir e dar a viver, pela mediação dos seus traços espaciais, a memória das gerações sucessivas” (Choay 2005, p:21).

#### **4. Design e Experiência em contexto das rotas culturais**

De um modo geral, defende-se que o trabalho de design ao nível da promoção de rotas culturais, comunicadas por via de sistemas wayfinding, deve em primeiro lugar potenciar experiências de índole cognitiva, física e sensorial.

De acordo com Press e Cooper (2009 p:16), “os designers criam cultura, experiências e significados, criando, deste modo, futuro”.

O design de experiência é uma disciplina emergente e interdisciplinar, que requer uma base sólida de investigação baseada no utilizador, no sentido de determinar as suas necessidades, atuar de acordo com as condições existentes no sentido de alcançar os resultados ideais, abrangendo múltiplas manifestações no mundo físico e digital. Tem por objetivo aumentar o envolvimento, a satisfação e a qualidade de vida, por via de soluções culturalmente relevantes que respondam aos desafios e necessidades humanas, devendo ser inclusiva e universal (SEGD).

No contexto de design, entende-se por experiência inclusiva: uma abordagem para criar ambientes e produtos que sejam utilizáveis pelo maior número de pessoas possível (Beneficial Designs 1999) “Projetar a experiência supõe colocar as pessoas em primeiro plano, contemplar o mundo através dos seus olhos e sentir com os seus sentimentos” (Press e Cooper 2009:18)

O design para a experiência enriquece a nossa qualidade de vida ao criar pontos de contacto que comunicam, entretêm, educam, inspiram, movem, ou provocam os utilizadores. Os designers de experiência criam pontos de contacto, ou momentos de envolvimento, entre utilizadores e marcas, empresas ou locais. Estes pontos de contacto são frequentemente concebidos para ligar os utilizadores com as ideias e as emoções defendidas pela marca ou pelo local. (SEGD)

A experiência e o enriquecimento pessoal, em contexto dos percursos culturais, derivam da ligação dos recursos físicos e sensoriais, ao conhecimento e valorização do património. Desta ligação resultará uma relação significativa, um bem-estar pessoal, bem como a proteção da diversidade cultural.

#### **5. Sistemas wayfinding e experiência em contexto das rotas culturais**

Tal como a cultura não pode estar apenas direcionada, para a valorização do passado e dos seus testemunhos. Não se podendo museificar a cultura nem as suas manifestações em prol de uma economia cultural e do desenvolvimento turístico, também não se podem esquecer as marcas e vestígios do passado, ou seja, não se pode parar no tempo, nem viver em estado de amnésia, pois são ambas formas de exclusão (Costa, 2013, p:).

O mesmo acontece no que diz respeito aos recursos utilizados na comunicação de rotas, percursos e sistemas wayfinding. Defendemos que, de acordo com Bachelard (1998), o exterior somente é entendido quando transformado em interior; o espaço exterior e interior não são abandonados à sua oposição geométrica; não podendo existir apenas exterior, uma vez que ele é vivido, imaginado, recordado interiormente.

Acreditamos que os sistemas wayfinding que proporcionem experiências, mais ou menos lúdicas e informações, mais ou menos aprofundadas, de acordo com o interesse dos utilizadores, poderão transformar o exterior em interior, potenciando experiências e vivências gratificantes

e valorativas quer em termos individuais, quer coletivos.

Como referido anteriormente, a profusão de informação existente no espaço público obriga a que se acautelem situações de aumento de informação, devendo a comunicação destas rotas e percursos ser disponibilizada através de meios analógicos ou digitais, de modo a não contribuir para a poluição visual dos espaços.

No contexto dos percursos culturais, “um sistema wayfinding facilita o acesso a lugares com os quais os indivíduos não estão familiarizados, possibilita um conjunto de informações que, dependendo do espaço em questão, poderão integrar landmarks, sinalética e mapas.” (Costa 2020 p:250) As landmarks, ou pistas que o território nos revela e que nos auxiliam na navegação no espaço físico, são utilizadas desde tempos imemoriais e, se de acordo com o previamente descrito, a necessidade de assinalar e marcar caminhos existe desde a antiguidade, tendo sofrido uma evolução de acordo com as necessidades e os meios comunicacionais existentes. Na sociedade contemporânea o digital veio introduzir alterações significativas no modo como circulamos e encontramos os caminhos. Os mapas analógicos são progressivamente substituídos pelos digitais, facilitados pelas capacidades dos smartphones, das plataformas móveis, do acesso generalizado à internet e do sistema de posicionamento global (GPS).

Deste sistema, que se baseia num modelo de coordenadas de latitude e longitude, deriva a marcação geográfica (Geotagging) a qual consiste na adição de metadados, com identificação geográfica ao conteúdo, possibilitando uma melhoria significativa no desenvolvimento de bases de dados geográficas, de recursos Web e de conteúdos multimédia georreferenciados, modificando completamente a forma como o utilizador interage (Amaral, 2014).

“A indexação do conteúdo através de componentes geográficos enfatiza o argumento da localização. A variedade de características georreferenciadas permite serviços de informação personalizados e baseados na localização, dirigidos a públicos regionais.” (Amaral, 2014).

Vemos assim as tecnologias a alterar profundamente os modos de comunicação, constituindo as possibilidades que advêm da georreferenciação um marco para na utilização de sistemas wayfinding.

Recentemente, o sucesso dos smartphones e dos sistemas de navegação faz com que muitas pessoas utilizem os smartphones para navegação no exterior e, também, no interior, por exemplo em museus e hospitais (Rodríguez-Sánchez et al 2017).

Face a esta evolução, importa perceber se a utilização destes meios (de smartphones e plataformas móveis, internet, georreferenciação, etc), constituem uma possibilidade para os sistemas wayfinding, no contexto das rotas culturais e se estes meios podem ser utilizados por pessoas de diversas faixas etárias, uma vez que se pretende que estes sejam verdadeiramente inclusivos.

Um estudo para aferir as preferências e dificuldades dos indivíduos cujas idades se encontram acima dos 50 anos, relativamente ao uso de mapas digitais ou analógicos (Costa 2020). Levou a algumas conclusões tais como: “Os dados obtidos permitem-nos aferir que, nas faixas etárias acima dos 50 anos, tanto os mapas analógicos como os digitais são utilizados simultaneamente e em complementaridade, 66% dos indivíduos afirma utilizar mapas em papel e 93% utiliza mapas digitais, percentagem que nos permite concluir que o uso de mapas digitais não é um obstáculo para estas faixas etárias, tendo sido referido por 26, dos 32 indivíduos que deixaram de utilizar mapas em papel, substituindo-os por digitais por serem mais fiáveis e estarem mais atualizados. São ainda referidas vantagens na utilização de mapas digitais na preparação da viagem e exploração dos trajetos. Relativamente às dificuldades no uso de mapas digitais são referidas as questões relacionadas com as capacidades dos equipamentos (telemóveis e baterias) e acesso à internet, considerando os inquiridos que as plataformas são muito intuitivas e fáceis de utilizar.” Costa (2020 p: 252).

Estas conclusões levam-nos, por um lado a considerar que o uso destes meios no contexto das rotas culturais é viável e, por outro, a extrapolar os resultados obtidos, para concluir que muito em breve todo este tipo de informações e sistemas wayfinding serão digitais.

As dificuldades, ainda, identificadas neste estudo (Costa 2020) tais como, questões relacionadas com a capacidade dos smartphones ou da não utilização de dados móveis por alguns dos utilizadores, estão muito próximas de ser ultrapassadas a internet é cada vez mais ubíqua e os smartphones, que ainda dificultam alguns processos, serão em breve substituídos por outros com maior capacidade e novas potencialidades que respondem a estas dificuldades.

## 6. Conclusões

Como se pode verificar, encontrar e mostrar o caminho são atividades inscritas na nossa memória coletiva, uma necessidade humana com representações no nosso universo simbólico, onírico e histórico. Desde tempos imemoriais o homem teve necessidade de desenhar e assinalar os caminhos, como meio de orientação espacial para facilitar a movimentação em territórios que lhe eram adversos.

Esta necessidade mantém-se até aos dias de hoje, onde a complexidade do espaço e a facilidade de movimentação de pessoas, faz com que a necessidade de informar sobre onde se está e como alcançar um determinado lugar, se torne determinante para a segurança e bem-estar dos indivíduos.

Esta informação é feita por via de sistemas wayfinding. Mas mais do que mostrar o caminho os sistemas wayfinding, podem proporcionar o acesso ao conhecimento e promover experiências, fazendo uso dos conhecimentos e recursos tecnológicos existentes.

No contexto das rotas culturais, os sistemas wayfinding podem promover a valorização do património cultural, ao colocar em diálogo a sua dimensão material e imaterial, ou seja, podem guiar-nos e informar-nos sobre determinado espaço geográfico, conjunto edificado, monumento ou obra de arte (património material), permitindo, simultaneamente, o acesso ao conhecimento ou à experiência das suas tradições, histórias e memórias (património imaterial). Deste entendimento resulta uma experiência significativa, que deve ser ampliada pelas opções comunicacionais tomadas, as quais deverão valorizar o património, levando os indivíduos por via da identificação a preservarem o património e a sua identidade cultural.

A finalizar, consideramos que em breve os suportes analógicos serão substituídos pelos digitais, devido à facilidade de manuseamento e transporte, à generalização do uso de smartphones e plataformas móveis, ao aumento das suas capacidades tecnológicas e de armazenamento, bem como tendência da internet se tornar ubíqua e às possibilidades facultadas pelos sistemas georreferenciação.

Daqui resultará um espaço público mais liberto de informação e poluição visual, menos complexo, e mais acessível ao entendimento e fruição de quem nele se desloca.

## Referências Bibliográficas

- Amaral, I (2014) Geotaging. In K. Harvey (Org.) *Encyclopedia of Social Media and Politics* Vol. 2, pp. 574-575. Sage Publications, Thousands Oaks .
- Bachelard, G (1998) *A Poética do Espaço*. São Paulo: Martins Fontes.
- Beneficial Designs (1999) *Designing sidewalks and trails for access, Part II - Best Practices Design Guide*. USA: Department of Transportation. Federal Highway Administration
- Choay, F (2005). “Património e Mundialização”. Évora: Casa do Sul Edições, 2005.
- Costa J (1987) *Señalética: De la señalización al diseño de programas*. CEAC, Barcelona
- Costa ML (1) (2020) Wayfinding Systems: Digital Versus Analogical Media. In: E. Markopoulos et al. (Eds.): *Springer series in Advances in Creativity, Innovation, Entrepreneurship and Communication of Design AHFE 2020, AISC 1218*, pp. 247–254, [https://doi.org/10.1007/978-3-030-51626-0\\_31](https://doi.org/10.1007/978-3-030-51626-0_31)
- Costa ML, Amaral I (2020) Communication design and space narratives. In: Raposo D, Neves J, Silva J (eds) *Perspective on design (Springer series in design and innovation)*, vol 1. Springer, Cham, pp 103–113. [https://doi.org/10.1007/978-3-030-32415-5\\_8](https://doi.org/10.1007/978-3-030-32415-5_8)
- Costa ML (2013) *Design para a Inteligibilidade e Fruição do Património Intangível – Itinerários Poéticos na Cidade de Lisboa*. Tese de Doutoramento. Faculdade de Arquitetura da Universidade de Lisboa
- Gibson D (2009) *The wayfinding handbook: Information design for public places*. Princeton Architectural Press, New York
- Giddens A (2010) *Sociologia*. Fundação Calouste Gulbenkian, Lisboa
- Hall, S. (2004)– *A identidade cultural na pós-modernidade*. Rio de Janeiro: DP&A Editora

Mollerup, P.: Wayshowing: a guide to environmental signage. Lars Muller Publishers (2005)  
Press M, Cooper R. (2009) “El diseño como experiencia – El papel del diseño y los diseñadores en el siglo XXI”. Barcelona: Editorial Gustavo Gili,  
Rodriguez-Sanchez, MC, Martinez-Romo,J.: GAWA-Manager for acessibility Wayfinding apps. International Journal of Information Management. 37, pp. 505–519 (2017)  
SEGD <https://segd.org/experience-design-0>  
Unesco (2003) Convention for the Safeguarding for the Intangible Cultural Heritage [http://portal.unesco.org/en/ev.php-URL\\_ID=17716&URL\\_DO=DO\\_TOPIC&URL\\_SECTION=201.html](http://portal.unesco.org/en/ev.php-URL_ID=17716&URL_DO=DO_TOPIC&URL_SECTION=201.html)

**Reference According to APA Style, 6th edition:**

Costa, M. (2020). Rotas culturais: Património e Sistemas Wayfinding. *Convergências - Revista de Investigação e Ensino das Artes*, 13 (26), 141-148. <https://doi.org/10.53681/c1514225187514391s.26.47>