

## CARTOGRAFIA EM TURISMO: REFLEXÕES ACERCA DO MAPA TURÍSTICO

Damaris Puga de MORAES  
Faculdades de Geografia e Turismo/PUC-Campinas

### RESUMO

*Este artigo traz algumas reflexões acerca da Cartografia em Turismo, especialmente no que se refere ao mapa turístico, suas especificidades e seu papel na produção da imagem do lugar turístico. Estabelece um paralelo entre os produtos cartográficos elaborados na Geografia e aqueles voltados ao turismo, nos quais a comunicação da informação constitui ferramenta fundamental na concretização da atividade turística.*

**Palavras-chave:** *Cartografia e Turismo. Mapa turístico. Expressão gráfica. Comunicação da informação.*

### ABSTRACT

*This article brings some considerations about Tourism Cartography, specially about what refers to the tourist map, its specific aspects and its significant solve in the production of the tourist site image. It also stablishes a paralel between cartographic products developed by Geography and those dedicated to Tourism, in which information is a fundamental tool in the tourist activity itself.*

**Key-words:** *Cartography and Tourism. Touristic Map. Graphic Expression. Information Communication.*

Damaris Puga de MORAES

*“..... em adição, um mapa deve dar prazer aos olhos: portanto, ele estimula o interesse e seu conteúdo é mais bem assimilado pelos usuários”*

Salichtschev (1980, p. 21)

## INTRODUÇÃO

Nos últimos anos, tenho procurado estruturar uma Cartografia voltada para o curso de Turismo, no qual ministro aulas há cinco anos, por meio de trabalhos que tratem do assunto e tenho constatado a escassez com que esse tema ainda é tratado no Brasil.

A Cartografia atende a duas esferas de interesses: *a da criação e a do emprego de mapas*. Isso estimula a reflexão sobre a teoria e a prática da cartografia voltada para o turismo. As idéias e questionamentos colocados neste artigo refletem unicamente a inquietação que tem acompanhado minha prática junto a futuros profissionais em turismo.

O contato com alguns artigos, entre eles os de KOEMAN (1995) e KOLACNY (1994), possibilitou a reflexão e algumas novas idéias a respeito da cartografia voltada para o turismo, mais especificamente no que tange ao mapa turístico.

A cartografia teórica sempre enfatizou a criação e a produção de mapas, a cujo uso como instrumento de leitura e de retorno à realidade pouca importância foi dada. O entendimento do mapa como veículo de informação, e não apenas como um documento técnico restrito a especialistas e iniciados, reforça minha posição a respeito do mesmo e da sua contribuição na concretização da atividade turística.

## O MAPA TURÍSTICO

Fundamental para a propaganda e o *marketing*, o mapa turístico, quando consultado *antes* da realização da viagem, constitui um instrumento de estímulo ao conhecer. *Durante*, constitui fonte de localização, orientação e informação. *Após* a viagem, o indivíduo é transportado aos lugares visitados trazendo de volta emoções já vividas. É por isso que trazemos o mapa como lembrança de viagens bem sucedidas. A expansão recente do fenômeno turístico demanda cada vez

Cartografia em Turismo: reflexões acerca do mapa turístico

mais por esse tipo de produto; muitos roteiros ainda são comercializados sem que o consumidor disponha de representações que resumam os elementos espaciais passíveis de serem desfrutados durante suas viagens. Sabemos que em termos da psicologia da publicidade, esses mapas podem cumprir muito bem o seu papel na promoção da imagem prazerosa e estimulante do lugar turístico.

Já é bastante conhecido o escrúpulo que certos geógrafos têm em relação à aceitação do mapa turístico como um documento técnico preciso. É desse modo que o mesmo é concebido entre os topógrafos e engenheiros. Não são poucos os geógrafos que têm restrições quanto à precisão destes instrumentos, classificando-os como produtos cartográficos de baixa confiabilidade. O mapa turístico, assim como o temático, já sofreu a rotulação de mapa de soluções subjetivas e intuitivas, de pequeno valor como expressão do conhecimento científico.

Um grande número de produtores define mapa como “*uma verdade geométrica*”. Esses profissionais defenderam e defendem que a única condição que o mesmo deveria preencher é a precisão e a confiabilidade do ponto de vista geométrico. Para as pessoas que têm esse entendimento, o simples olhar sobre um mapa turístico causa uma reação de descrença quanto à precisão e à eficácia das informações nele contidas. Os geógrafos sempre olharam esse produto cartográfico com certa estranheza. Na verdade, o resultado gráfico desse tipo de material de circulação geral entre os turismólogos e usuários do turismo carece de uma observação mais pormenorizada. De modo geral, no mapa turístico a informação é passada de maneira empírica e analógica, o que produz uma certa desconfiança quanto à sua precisão. Em contrapartida, o mapa que circula no meio técnico/científico não tem penetração junto a grupos que buscam desfrutar o lazer, o entretenimento e a descoberta de novos horizontes culturais e ecológicos. Para esses usuários, merece destaque a colocação de LACOSTE (1988, p. 135): “*o mapa , para quem não aprendeu a lê-lo, não tem sentido como não teria sentido uma página escrita para quem não aprendeu a ler*”.

## O MAPA TURÍSTICO COMO FONTE DE INFORMAÇÃO

Sem dúvida, é o efeito informativo; é o conteúdo, o sentido e o significado da representação cartográfica da realidade. As informações nela contidas devem transformar a opinião sobre a realidade, enriquecer o conhecimento e a experiência do usuário. No caso específico do turismo, o mapa deve, mediante expressão gráfica apropriada, estimular o conhecer e o desfrutar do lugar turístico. Por meio dele, a realidade apreendida até o momento é ampliada. Considerando essas finalidades, o conteúdo da informação cartográfica pode revelar diferentes temas:

topográfico, pedológico, geológico, histórico e muitos outros, cada um constituindo o chamado mapa temático que tem, no turismo, uma eficácia considerável. O mapa dos topógrafos e engenheiros, de alta precisão geométrica e concebido com base em uma simbologia altamente técnica, dificilmente atinge o usuário do turismo. Em contrapartida, aquele que mostra os atrativos de um lugar turístico ou de um parque temático por meio de uma construção simbólica pictórica, estimula o olhar do turista sobre o lugar, o que não significa, necessariamente, imprecisão de informações. Sem dúvida alguma, esse mapa só pode ser concebido por “*cartógrafos liberais*” que consideram, antes de mais nada, as necessidades, os interesses e as tendências do usuário. O que o usuário do turismo busca é a localização, orientação e informações para que possa usufruir plenamente o lugar. Segundo palavras de KOEMAN (1995, p.4-5) esse “*cartógrafo liberal*” só pode ser “*tolerado*” pelos cartógrafos teóricos, porque o mesmo se dispõe a atingir um grupo muito especial de usuários. Dificilmente o mapa teria sua função de veículo de informação se seu elaborador não tivesse deixado de lado os pudores da cartografia de alto rigor técnico.

No trabalho com mapa turístico, nossa preocupação passa pelo incentivo ao gosto por mapas e pelo desenvolvimento do hábito de consulta a esse material como fonte de informação.

Não há dúvida sobre a importância do mapa na concretização do turismo. Basta observarmos com que frequência o turista – principalmente o turista estrangeiro – consulta o mapa do lugar visitado. É notável, também, a dificuldade com que esses mesmos turistas se defrontam diante da inexistência do mesmo em alguns roteiros turísticos ainda não consagrados. A falta de iniciação cartográfica é comum ao turista brasileiro que, normalmente, não é um bom leitor de mapa. Essa característica se agrava pelo baixo poder de comunicação dos mapas turísticos no Brasil; as imprecisões nas informações conduzem à descrença em relação à contribuição que o mesmo pode dar ao usufruir do lugar turístico.

O contato com a cartografia do turismo conduz ao entendimento de como é extensa a gama de usuários de mapa. A função da cartografia não é tão somente a criação e produção de material cartográfico: nossa atenção deve estar voltada, também, à prática do uso desse material.

Na sociedade atual, observamos uma crescente importância e abrangência do uso do mapa. Essa demanda exige que o produto cartográfico apresente informações objetivas a respeito da realidade concebida em relações espaciais de maneira verdadeira e eficaz; o foco, porém, deve ser o usuário. O mapa deve mostrar mais do que podemos perceber pelos sentidos.

Cartografia em Turismo: reflexões acerca do mapa turístico

KOLACNY (1994, p.4) enfoca esta concepção quando afirma que:

exige-se com urgência cada vez maior que o cartógrafo assegure a maior eficiência possível no trabalho do usuário com o mapa. O mapa deve satisfazer às necessidades e interesses do consumidor, tem que ter uma leitura e compreensão fáceis, tem que ser atraente, além disso, seu efeito total deve ser emotivo (por exemplo estético), bem como racional.

É exatamente desse modo que entendemos os produtos cartográficos em turismo, pois os mesmos têm um papel fundamental na produção da imagem visual do lugar turístico e constituem uma “*ferramenta*” na concretização do Turismo.

## A COMUNICAÇÃO CARTOGRÁFICA E O MAPA TURÍSTICO

De acordo com os propósitos, todo tipo de produto cartográfico pode ser utilizado em Turismo - cartas, plantas ou mapas temáticos - dependendo do roteiro turístico a ser destacado ou usufruído. Com o entendimento do mapa como veículo no processo de comunicação mediante símbolos cartográficos e a prática da cartografia voltada para a concepção do turismo, somos levados a considerar os símbolos pictóricos como os mais eficientes na transmissão das informações sobre o lugar turístico. Essa simbologia estimula o visitar e passa os aspectos prazerosos do lugar. Com o mapa, elaborado segundo uma simbologia analógica, pode-se perfeitamente trabalhar com a precisão da informação ao mesmo tempo que se atinge mais diretamente o consumidor que, na maioria dos casos, é leigo quanto à sua leitura, mas o encara como uma fonte preciosa de informações. O mapa, assim concebido, atinge um maior número de usuários e cumpre sua função primordial de veículo de comunicação, mesmo que a escala geométrica fique prejudicada. Aliás, é sob esse aspecto que as críticas são mais contundentes. A simbologia analógica não permite a representação simbólica em escala, os ícones sempre são representados de maneira exagerada.

É importante ressaltar que a função do mapa turístico não é denunciar problemas, mas, sim, destacar os elementos agradáveis do lugar. Essa questão incomoda, sobremaneira, os geógrafos, porém, caminhamos para que o turismo seja uma atividade educativa com forte conotação pedagógica, que poderá apontar os impactos que o mau uso dos recursos turísticos pode produzir no espaço geográfico.

Não há dúvida de que um mapa turístico de qualidade resulta da expressão criativa e artística do seu criador. A Cartografia tem seu lugar na teoria geral da

transmissão de informações, mas o partilhar de uma paisagem requer alguns modelos técnicos e artísticos de expressão que podem estar revelados nos mapas turísticos. A relutância de cartógrafos e geógrafos em aceitá-los como uma forma importante de expressão gráfica tem levado a sua elaboração para as mãos de profissionais que nem sempre possuem a especialidade da leitura e representação do espaço. Essa situação tem resultado, em alguns casos, em omissões grosseiras e sacrifício de informações importantes na representação cartográfica do lugar turístico. O geógrafo não pode afastar-se dessa atribuição. A expressão gráfica do fenômeno turístico deve, ao contrário, estar presente na construção da base de dados geográficos que constitui o mapa-base de expressão dos componentes do espaço sobre o qual a atividade turística será mapeada. Essa atitude garante precisão, eficácia e qualidade das informações sobre o espaço turístico. O geógrafo que trabalha com cartografia em turismo deve procurar desenvolver junto aos alunos a habilidade de construir símbolos gráficos específicos para mapeamentos turísticos.

A cartografia em turismo ainda não está suficientemente sistematizada. São escassas as publicações específicas sobre o assunto, porém, alguns artigos como os de MARTINELLI (1995 e 2.000) apresentam algumas discussões que têm sido levadas a efeito nessa área. A contribuição de BERTIN (1973) trouxe luz à questão da linguagem dos símbolos gráficos, deixando uma abertura para diferentes formas de expressão simbólica na medida em que as mesmas cumpram o seu papel de linguagem. BALCHIN (1978) atribui ao mapa a função de forma básica de linguagem e expressão desde os primórdios da vida do homem sobre o planeta.

É surpreendente a penetração que os símbolos gráficos têm nos meios de comunicação na sociedade atual. A comunicação por meio de símbolos gráficos está presente na TV, nos *outdoors*, nos quiosques digitais, entre tantos outros meios de comunicação. O papel do mapa como meio de comunicação da informação tende a ser cada vez mais destacado na nossa sociedade, para qual a comunicação visual é muito importante. Hoje, o produtor de mapa dirige-se a um grupo específico de usuários e deve adaptar-se à forma de leitura que o mesmo faz desse recurso. Sem um questionamento a esse respeito, cartógrafos e geógrafos apresentam uma produção cartográfica de alto rigor científico só acessível a um grupo de iniciados. A informação científica constitui o suporte, mas não deve ser o único elemento da função do mapa, para que não tenha o seu poder de comunicação limitado. A carta topográfica, por exemplo, prima pela precisão e eficácia das informações necessárias a certos ramos do turismo - trilhas ou ecociclismo. Sua eficácia como base cartográfica é incontestável, os dados nela contidos servem de suporte à elaboração de mapas derivados concebidos por

Cartografia em Turismo: reflexões acerca do mapa turístico

meio de uma expressão gráfica mais adaptada ao entendimento do turista. No turismo, os produtos cartográficos devem ser entendidos como veículos de informação. Isso não significa abrir mão da precisão e adequação. A procura é por uma expressão gráfica que atinja mais diretamente o consumidor do turismo. Podemos “*criar*” canais de comunicação específicos por meio do mapa; uma expressão gráfica agradável aos olhos estimula o interesse pelo lugar turístico.

Atualmente, o turismo procura ajustar a oferta ao perfil do grupo consumidor, o que resultou em inúmeros segmentos do turismo. Essa tendência reflete-se, também, no tipo de expressão gráfica a ser adotada, devendo os métodos de transmissão de informações por meio de símbolos gráficos ser adaptados a categorias específicas de usuário. Quando o grupo específico de usuários não é considerado, podem ocorrer falhas importantes na comunicação entre o editor e o usuário de mapas. O produtor deve compreender que os receptores da informação devem estar em sintonia com a faixa em que a informação é transmitida. A busca hoje é pela máxima eficiência na expressão de todos os tipos de mapas. No turismo, os mesmos estão fortemente ligados aos princípios da doutrina da comunicação. A comunicação cartográfica não constitui uma simples transmissão de informação, unilateral, do cartógrafo para o leitor do mapa, mas, sim, uma comunicação entre esferas cognitivas individuais dependente do uso bem sucedido da linguagem pelo cartógrafo. Este deve também levar em consideração as habilidades do leitor do mapa para promover a leitura do mesmo. Essa posição descarta a possibilidade da Cartografia ser concebida somente como uma disciplina técnico-informacional e dá destaque à sua função comunicativa. Sem dúvida, o progresso da tecnologia da computação trouxe avanços fantásticos à cartografia, principalmente na questão da montagem de bancos de dados cartográficos, compilação de mapas, representação da informação cartográfica e desenvolvimento de sistemas de mapeamento. Há necessidade de reexaminar o conceito de Cartografia. Resta-nos agora realizar estudos para a avaliação da função comunicativa, valor e eficácia do mapa turístico convencional em relação ao mapa fruto da automatização.

## CONSIDERAÇÕES FINAIS

Durante muito tempo entendi o mapa como um objeto preciso e confiável do ponto de vista geométrico, de valor inquestionável, disponível para a análise de pesquisadores iniciados para isso. Atualmente, entendo que o mapa é um veículo de comunicação e, como tal, deve estar o mais próximo possível do entendimento do público em geral. Quanto mais fácil for seu entendimento, mais nobre será a sua função e maior será a sua penetração junto a camadas numerosas de indivíduos

que o admiram e buscam entendê-lo. Não podemos, em nome da manutenção do seu caráter acadêmico e científico, furtar o acesso de camadas leigas que buscam informações por meio desse poderoso veículo de comunicação.

Ao adentrar na área do turismo, conheci mais detalhadamente um grupo de mapas diferente daqueles de base topográfica. De orgulhosa entendedora desse tema de inquestionável rigor técnico e geométrico- que, sem dúvida, proporciona um suporte científico indispensável - passei a ser mais “*tolerante*” e simpatizante do mapa turístico. Passei a prestar mais atenção na extensa e diversificada gama de usuários desse produto e compreendi que tem ele funções específicas de acordo com o grupo a que se destina. Sua função é comunicar no sentido amplo; é ele um veículo que, mediante símbolos gráficos, deve estar adequado ao entendimento do usuário. Nesse sentido, deve-se dar uma maior atenção à teoria geral da comunicação e às regras de aplicação de símbolos gráficos em mapas, que deixaram de ser fruto de regras próprias dos cartógrafos para estar ligado à universalidade da teoria da comunicação. O visual atrativo pode ser motivo de revisão de posições radicais de alguns que não abrem mão da precisão geométrica. A obra de BERTIN (op.cit., 1973) foi um marco importante que fez surgir uma nova visão da linguagem dos símbolos gráficos. Hoje entendemos que a informação contida no mapa deve atingir o usuário. Deve ele ser produzido por meio de um processo que possa refletir o máximo esta sua função comunicativa. Sabemos que muitos dos mapas utilizados em Geografia carecem dessa eficácia, ou seja, são produtos cartográficos de distribuição nos quais a preocupação fundamental foi a representação de dados quantitativos e qualitativos, de forma honesta e correta, evitando falsificações e manipulação de conteúdos, porém, pouco atrativas e de difícil penetração junto a grupos numerosos de usuários. Essa nova forma de ver o mapa deverá incorporar um grande contingente de simpatizantes e promover seu entendimento na acepção ampla da palavra. Deve-se procurar obter a máxima eficiência de expressão de todos os tipos de mapas.

Pretendo, aqui, conclamar os profissionais envolvidos com a Cartografia para que olhem mais atentamente para o mapa turístico e que esse olhar vislumbre o importante papel que o produto cartográfico tem a desempenhar na concretização do turismo. A linguagem visual se beneficia de certa simplicidade ficando ao alcance de todos, pois é de percepção imediata e direta. Tradicionalmente, e não só no Brasil, cientistas mantiveram uma distância da linguagem popular sem, todavia, enxergarem a assimetria das linguagens e de falas entre segmentos socioculturais diferentes. Sem dúvida alguma, não é possível produzir mapas eficazes sem o suporte da ciência, principalmente da Geografia; porém, na Cartografia do turismo é permitido estabelecer uma ponte mediadora entre o conhecimento complexo e o senso comum por meio de um sistema simbólico especial, que ofereça mais

Cartografia em Turismo: reflexões acerca do mapa turístico

didatismo e precisão na construção de mapas voltados para o turismo. Ajustar a técnica da linguagem gráfica ao usuário do turismo exige preparo, planejamento e profissionais talentosos.

## REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- BALCHIN, W.G.V. *Graficacia*. Rio Claro, Geografia, 3 (5): 1-13, abril, 1978.
- BERTIN, J. *Sémiologie Graphique*, Paris: Mouton-Villards, 1973.
- BOARD, Christopher. *A Contribuição do Geógrafo para avaliação de mapas como meio de comunicação de informações*. Trad. Joto Marconi Jr /Luciana Antonini. Geocartografia, 3. São Paulo: Departamento de Geografia, USP, 1994.
- KANAKUBO, Tositomo. *O Desenvolvimento da Cartografia Teórica Contemporânea*. Trad. Gisele Girardi /Fabiano A. de Oliveira. Geocartografia, 4. São Paulo: Departamento de Geografia, USP, 1995.
- KOEMAN, Cornelis, *O princípio da comunicação na Cartografia*. Trad. Joto Marconi Jr / Andréa Cristine Cabral. Geocartografia, 5. São Paulo: Departamento de Geografia, USP, 1995.
- KOLACNY A. *Informação cartográfica: conceitos e termos fundamentais na cartografia moderna*. Trad. Selene C. Perez / Gisele Girardi. Geocartografia, 2. São Paulo: Departamento de Geografia, USP, 1994.
- LACOSTE, Yves. *A Geografia, isto serve em primeiro lugar para fazer a Guerra*. Campinas, Papirus, 1988.
- MARTINELLI, Marcello. *Cartografia do Turismo: Que Cartografia é essa?* In: Resumos do Congresso Internacional de Geografia e Planejamento. Turismo, I, 1995. São Paulo: Departamento de Geografia.
- MARTINELLI, Marcello e Ribeiro, M. P. *Cartografia para o Turismo: Símbolo ou linguagem gráfica? Que Cartografia é essa?* In: RODRIGUES, A.B.(org). *Turismo e Desenvolvimento Local*. São Paulo: Hucitec, 2.000.
- MARTINELLI, Marcello e Ribeiro, M. P. *Orientação Semiológica para as representações da Geografia*. Orientação. São Paulo: USP, 1990.
- SALICHTCHEV, K. A. "Maps are the means of Communication". In: Abstracts of Papers, the 10<sup>th</sup> International Conference of the International Cartographic Association, Tokyo, 1980.
- URRY, John. *O olhar do turista*. São Paulo: Studio Nobel/SESC, 1996.