

Culture, Sustainability, and Place: Innovative Approaches for Tourism Development

11 – 13, October, 2017, Ponta Delgada, Azores

The importance of infographics and graphic brand in the mediatisation of Natural and Cultural Heritage

Cristina Isabel Silva Pires dos Santos | cristina.santos@ipbeja.pt
Maria João de Mendonça e Costa Pereira Neto | mjoaopneto@gmail.com

Many municipalities see tourism as an opportunity for **development** in their region and to make a significant investment in media and publicity means **to attract** tourists.

For this reason, there must be a **clear and conscious initial planning**, establishing a relationship between the **objectives, content, graphic design** and **physical location**.

However, there are still many examples of "**poor**" information being available about heritage places, which can be decisive for the success of a tourist place.

The heritage needs to be **communicated, informed** and **accessible** to an audience that sometimes is completely unaware of what they are visiting.

This study highlights **the importance of infographics and graphic identity in the interpretation, presentation and dissemination of Natural and Cultural Heritage**, and in prompting visitors to direct their **attention more closely to the singularities and distinct Heritage aspects of a place.**

We analyse the **role of the Designer as an information and communication catalyst** and in **disseminating and preserving the memory of different heritage specificities** through the graphic objects he/she produces.

We also assess **how graphic brand and infographics contribute to better structuring, clarifying and “visualizing” information**, and **emphasize** how this is critical to the understanding of all aspects of a patrimonial destination.

HYPOTHESIS

The **Information Design** may be indispensable for a greater **apprehension** and **legibility** in the communication of the heritage message by presenting **visually and exclusively**, **information that disseminates unique aspects of the Natural and Cultural Heritage** of a place.

METHODOLOGY

Through a **theoretical reflection and presentation of case studies**, we strengthen guidelines that we think are determinant for the way **Heritage is perceived and informed to the public**, further improving systems and processes used for **integrating graphic identity and infographics into communication materials**.

IDENTIFICATION OF CASE STUDIES OBSERVED

ORIGINAL GRAPHIC LANGUAGE PROJECTS (RELATED TO HERITAGE)

New Maya Language - **Frida Larios**;

Archaeological pictograms, **Fabienne Kilchör**;

Peter Grundy's work; highlight for the Trafalgar Battle Stamps;

INFOGRAPHIC PROJECTS FOR HERITAGE / VARIOUS INFOGRAPHICS EXAMPLES

Anyforms company work; highlight for the Infographic Project for the Parks of Sintra;

Visual research of several infographics performed for Natural and Cultural Heritage.

WAYFINDING PROJECTS

Downtown Brooklyn (New York, USA);

Philadélfia city (USA);

Legible London (London);

Parc Riu Llobregat (Barcelona);

Parks of the Metropolitan Area of Barcelona;

Governors Island (New York, USA);

Talk To (Torino, Italy).

ORIGINAL GRAPHIC LANGUAGE PROJECTS (RELATED TO HERITAGE)

New Maya Language - Frida Larios

Frida Larios studied **how she could adapt Maya writing** through a more **contemporary use** and the result of her six-year research is a **graphic system** that she called “***New Maya Language***”.

Larios redesigned some ideograms of this culture **to communicate concepts and complete sentences**, revealing **how these symbols can be interpreted and combined**.

In this case, we consider that **the Heritage is reinterpreted and reinvented** and **preserved its memory through a modern graphic approach, integrated in a Heritage place** considered World Heritage of Unesco, *Joya de Cerén*, in El Salvador.

The importance of infographics and graphic brand in the mediatisation of Natural and Cultural Heritage



Joya de Cerén, in El Salvador, a World Heritage Site by Unesco, where we can see the integration of the work of Frida Larios. (Fontes: <http://labloga.blogspot.pt/2016/05/interview-of-frida-larios-by-xanath.html>). [Oct. 2016].

http://galerias.bid-dimad.org/bid_14/?p=3626. [Oct. 2016].)

ORIGINAL GRAPHIC LANGUAGE PROJECTS (RELATED TO HERITAGE)

Stamps of the Battle of Trafalgar, Peter Grundy

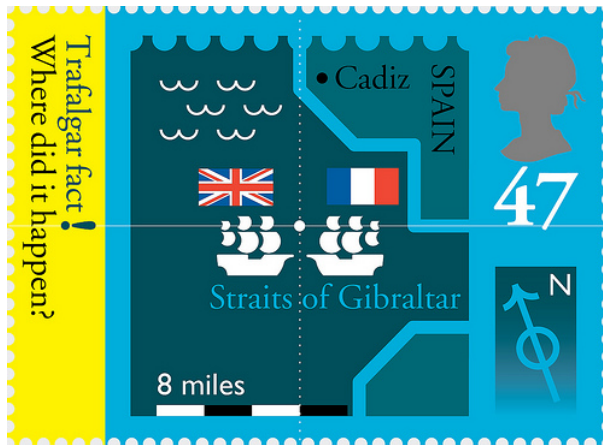
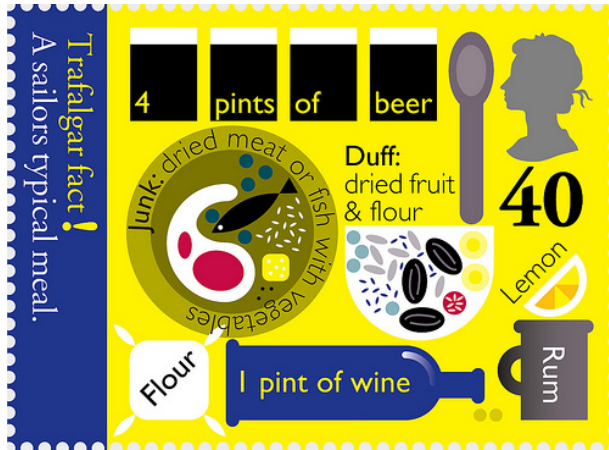
Collection of stamps of a **historical event**, the Battle of Trafalgar, which contains a **lot of data**.

Through a **highly simplified visual language**, we have access to information on how the seamen were fed, the location of the Battle of Trafalgar, how many men the crew had and from which countries they originated, among many other data.

We find an interesting example of **the simplified and graphic form with which Peter Grundy tells us this historical episode**.

Peter Grundy defines his work as **“making visually complex things simple”**, and his work is an example of **how functionality and beauty work well together**.

The importance of infographics and graphic brand in the mediatisation of Natural and Cultural Heritage



Stamps of the Battle of Trafalgar by Peter Grundy. (Font: <http://www.grundini.com>>. [Aug. 2016].)

INFOGRAPHIC PROJECTS FOR HERITAGE / VARIOUS INFOGRAPHICS EXAMPLES

Infographic project for the Sintra Parks, Anyforms

This project of infographics of the Parks of Sintra, began in 2007, through the order of the Company of Parks of Sintra - *Monte da Lua* (PSML) to the company specialized in Infography, Anyforms;

The flyers began to be 5 but **currently are 8**.

This is an example of **high quality using infographics**, contributing greatly to the **increased awareness of the existing and protected Natural and Cultural Heritage** (according to Luis Taklim, company owner, these flyers have **increased the flow of visitors and contributed to a greater guidance and exploration of the places**).

Taklim says that infographics have to be appealing and have to use many illustrations and photographs - in addition to the information function, they have a disclosure function too.

The importance of infographics and graphic brand in the mediatisation of Natural and Cultural Heritage

Sintra

Parques e Palácios de Sintra

Parque Nacional de Queluz

Parque e Palácio de Pena

Chalet da Condessa

Quinta da Pena

Palácio Nacional de Sintra

Castelo dos Mouros

Parque de Monserrate

Convento dos Capuchos

Parques de Sintra Monte da Lua

Parques e Palácios de Sintra

A menos de meia hora de Lisboa, Sintra beneficia de um microclima único, razão por que, desde a ocupação muçulmana, foi procurada para veraneio por reis e aristocratas que construíram e plantaram em Sintra palácios, jardins e florestas de valor incalculável e de visita incontornável.

Palácio de Queluz

Palácio de Queluz ↔ Lisboa (Rossio)

Tempo de percurso: 20 minutos (carro), 75 min. (caminho)

Exceção como parque de visita por iniciativa de D. Pedro II entre 1763 e 1788. A antiga quinta foi transformada num luxuoso Paço Real marcado por influências francesas e italianas nos interiores e nos jardins, que eram palco de sofisticados festejos reais no verão. O acento retilo e gótico do corte no século XVIII e início do XIX.

Horários de visita

Época Alta: 09:00 às 19:00 (última visita às 18:00)
Época Baixa: 10:00 às 17:00 (última visita às 17:00)

Tel.: +351 21 823 73 90
e-mail: info@parquesdesintra.pt
GPS: 38° 47' 52" N 9° 21' 16" W

Parque de Pena

Parque de Pena ↔ Centro Histórico

Tempo de percurso: 30 minutos (carro), 35 min. (caminho), 10 min. (caminho)

Impugnado no topo da Serra de Sintra e fute de granito cor-de-rosa de Fernando II, o Parque e o Palácio de Pena são o expoente máximo, em Portugal, do Romantismo do séc. XIX, constituindo a mais importante obra do Património Cultural de Sintra - Património Mundial.

Horários de visita

Época Alta: 09:30 às 20:00 (última visita às 19:00)
Parque: 09:30 às 19:00 (última visita às 18:30)
Época Baixa: 10:00 às 18:00 (última visita às 17:00)

Tel.: +351 21 823 73 90/95
e-mail: info@parquesdesintra.pt
GPS: 38° 47' 58" N 9° 22' 15" W

Chalet da Condessa

Chalet da Condessa ↔ Centro Histórico

Tempo de percurso: 30 minutos (carro), 40 min. (caminho), 15 min. (caminho)

O Parque da Pena inclui também o Chalet e o jardim da Condessa II Eça, recentemente alterado ao nível do solo em tempo para esse de restaurar. Foi concebido por D. Fernando II e a sua segunda mulher, Eça de Moura, Condessa II Eça, entre 1884-1888 na zona ocidental do parque.

Horários de visita

Época Alta: 09:30 às 19:00 (última visita às 18:00)
Época Baixa: 10:00 às 18:00 (última visita às 17:00)

Tel.: +351 21 823 73 90/95
e-mail: info@parquesdesintra.pt
GPS: 38° 47' 54" N 9° 22' 54" W

Quinta da Pena

Quinta da Pena ↔ Centro Histórico

Tempo de percurso: 30 minutos (carro), 40 min. (caminho), 15 min. (caminho)

No Parque de Pena II, Fernando II dedicou-se à criação de uma quinta monumental onde materializou o conceito de João de Deus numa composição de jardins articulada por edifícios ornamentados encastrados nos jardins, combinando utilidade e prazer e permitindo de uma fuga virtual para o tempo.

Horários de visita

Época Alta: 09:30 às 19:00 (última visita às 18:00)
Época Baixa: 10:00 às 18:00 (última visita às 17:00)

Tel.: +351 21 823 73 90/95
e-mail: info@parquesdesintra.pt
GPS: 38° 47' 54" N 9° 22' 54" W

Centro Histórico

Centro Histórico ↔ Lisboa (Rossio)

Tempo de percurso: 40 minutos (carro), 30 min. (caminho)

Palácio de fundação árabe, na residência de família real portuguesa desde o séc. XII. Era usado na idade média como refúgio de corte, no verão, para a corte. Realiza visitas interpretativas da dimensão cívica e gótica, o muçulmano e o manuelino e também coleções únicas de azulejaria luso-arabizante e de arte decorativa.

Horários de visita

Época Alta: 09:30 às 19:00 (última visita às 18:00)
Época Baixa: 10:00 às 18:00 (última visita às 17:00)

Tel.: +351 21 823 73 90
e-mail: info@parquesdesintra.pt
GPS: 38° 47' 51" N 9° 22' 21" W

Castelo dos Mouros

Castelo dos Mouros ↔ Centro Histórico

Tempo de percurso: 45 minutos (carro), 50 min. (caminho), 10 min. (caminho)

O Castelo dos Mouros é testemunho da presença islâmica na região, de arquitetura muçulmana entre os séculos VII e IX. Reservas compostas de encaixação arqueológica, que podem ser acompanhadas pelas visitações, que visam a esclarecer muitas questões sobre a história da presença humana neste local.

Horários de visita

Época Alta: 09:00 às 20:00 (última visita às 19:00)
Época Baixa: 10:00 às 18:00 (última visita às 17:00)

Tel.: +351 21 823 73 90/95
e-mail: info@parquesdesintra.pt
GPS: 38° 47' 24" N 9° 22' 21" W

Monserrate

Monserrate ↔ Centro Histórico

Tempo de percurso: 45 minutos (carro), 25 min. (caminho), 5 min. (caminho)

Monserrate é uma das mais belas criações paisagísticas do Romantismo, realizada por D. Francisco Cook. O Parque, situado no lugar de encontro acidentado de colinas, encontra-se rodeado por uma vertical coleção botânica com espécies de todo o mundo.

Horários de visita

Época Alta: 09:30 às 20:00 (última visita às 19:00)
Época Baixa: 10:00 às 18:00 (última visita às 17:00)

Tel.: +351 21 823 73 90/95
e-mail: info@parquesdesintra.pt
GPS: 38° 47' 31" N 9° 25' 9" W

Capuchos

Capuchos ↔ Centro Histórico

Tempo de percurso: 50 minutos (carro), 40 min. (caminho), 15 min. (caminho)

Fundado em 1589 por D. Álvaro de Castro, conde-duque de Vila Rica, Sebastião, e alarido em 1594 aquando da ordenação dos irmãos religiosos em Portugal. É um exemplar organizado entre rochedos, materializando o ideal de fraternidade universal dos frades franciscanos que o habitaram.

Horários de visita

Época Alta: 09:30 às 20:00 (última visita às 19:00)
Época Baixa: 10:00 às 18:00 (última visita às 17:00)

Tel.: +351 21 823 73 90/95
e-mail: info@parquesdesintra.pt
GPS: 38° 48' 59" N 9° 26' 58" W

General flyer of the Sintra Parks with the eight monuments (Font: <http://www.parquesdesintra.pt/impressao/mapas-em-pdf-para-download/>). [Aug. 2016]

The importance of infographics and graphic brand in the mediatisation of Natural and Cultural Heritage

Parques de Sintra

Parque de Monserrate

É uma das mais belas criações paisagísticas do Romantismo, realizada por Sir Francis Cook. Esta antiga propriedade rural de 33 ha alberga uma notável coleção botânica com espécies de todo o mundo, aclimatadas com sucesso, compondo cenários contrastantes ao longo de caminhos sinuosos, por entre ruínas, recantos, lagos e cascatas.

TALKING HERITAGE PERCursos MULTIMÉDIA EM SINTRA Faça o download aqui

App Store

Monserrate

Parque e Palácio de Monserrate
38° 47' 24" N
9° 23' 21" W

Sintra, Colares

Pá da Serra, Cabo da Roca, Chão da Serra, Convento dos Capuchos, De Linhas, De Estrela, Castelo de São Jorge, Castelo de São Martinho

Legenda

- Não fumar
- Não apagar plantas
- Não deixar lixo no chão
- Água não potável nas fontes
- Não fumar exceto nos locais definidos
- Hot-spot wi-fi
- Proibido o trânsito proibido
- Proibida a entrada a animais domésticos
- Local onde é permitido fumar

Emergências:
112
+351 219 237 363 / 69
+351 917 684 831
Em caso de incêndio:
112

1 Capela
Falsa ruína da autoria de Francis Cook criada a partir da capela edificada por Gerard De Visme em substituição da capela de N.ª S.ª de Monserrate

2 Arco Indiano
Arco ornamental adquirido na Índia por Sir Francis Cook

3 Casa de Pedra
Edifício onde funcionava uma carpintaria no andar de cima e uma vacaria no andar de baixo, hoje sede da Parques de Sintra - Monte da Lua, S.A.

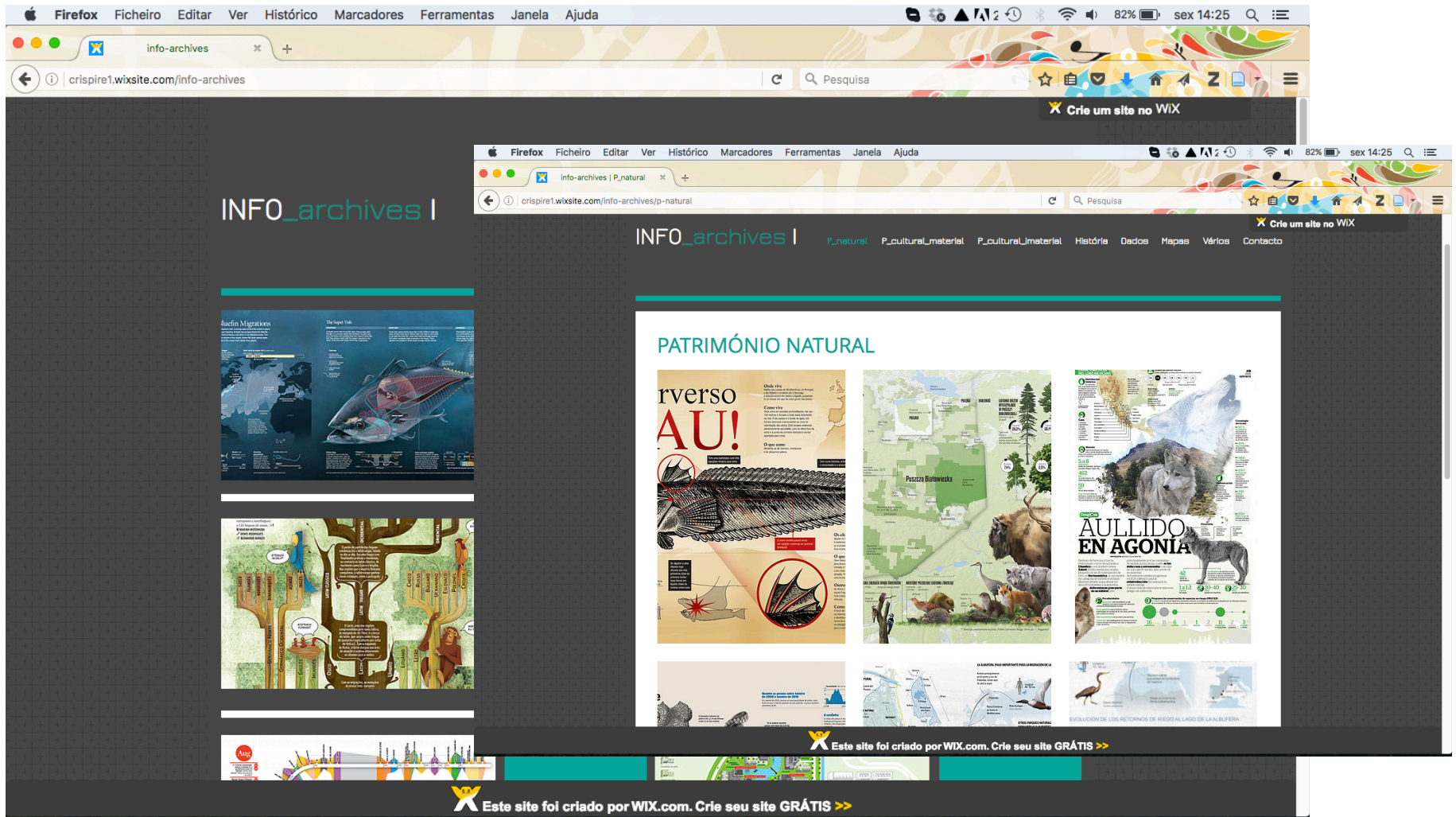
4 Roseiral
Coleção de 200 variedades históricas de roseiras dispostas naturalmente no vale. Inaugurada após restauro integral, por Susa Altabas Reis e o Príncipe de Gales e a Duquesa da Cornualha em Março de 2011

5 Jardim do México
Zona mais quente e seca de Monserrate graças ao desvio da linha de água para fora do centro do Vale. Reine coleções de plantas de climas quentes. Recuperação integral em 2010

6 Lagos ornamentais
O lago maior apresenta vários níveis de profundidade e zonas com água a diferentes temperaturas, condições ideais para uma coleção de plantas aquáticas exóticas como Pagrus e Ninféreas

Flyer of the Palace of Monserrate, Sintra. (Fonte: <http://4.bp.blogspot.com/-U6j4goBnGPU/UHSMIVJ4vil/AAAAAAAAAEVo/qguE3qrii6g/s1600/AnyformsMonserrate.jpg>). [Set. 2017]

The importance of infographics and graphic brand in the mediatisation of Natural and Cultural Heritage



A website is being created with the compilation of all visual research. Work in progress.

The importance of infographics and graphic brand in the mediatisation of Natural and Cultural Heritage

28 | La Nación | Lunes 10 de 2016

Ciencia

En peligro de extinción 10 especies en México

Con más de 70 mil especies, México es uno de los países con mayor biodiversidad del mundo, sin embargo el cambio climático y principalmente la acción del hombre con el uso de plaguicidas e insecticidas, la caza y la tala de árboles, que han disminuido su hábitat, el Fondo Mundial para la Naturaleza (WWF) por su trabajo

Gran Biodiversidad
México es uno de los países con la mayor gran cantidad de especies, así como de especies que habitan solo en México.

JAGUAR
Es uno de los animales más importantes de la cultura prehispánica, es el felino más grande de América y suele vivir en lugares con mucha agua como pantanos y selvas.

LOBO-GRIS MEXICANO
Es el más pequeño de su especie en América, habita en las montañas y vive en familia. Solo 40 ejemplares se han registrado en México y se ha observado en los estados de Chiapas y Tabasco.

AJOLOTE
Esta especie de anfibio llegó a vivir solo 19 años.

PERRITO DE LLANO
Es un mamífero similar al zorro, pero que vive en las llanuras y se puede encontrar en el estado de Veracruz.

TAPIR
Es un mamífero que vive en las montañas y se puede encontrar en los estados de Veracruz y Chiapas.

GUACAMAYA ROJA
Es un ave que vive en las montañas y se puede encontrar en los estados de Veracruz y Chiapas.

DIABLO
Es un pez que vive en las montañas y se puede encontrar en los estados de Veracruz y Chiapas.

VAJILLA MARINA
Es un pez que vive en las montañas y se puede encontrar en los estados de Veracruz y Chiapas.

FAVITA CHICANA
Es un pez que vive en las montañas y se puede encontrar en los estados de Veracruz y Chiapas.

MANATI DEL CARIBE
Es un mamífero que vive en las montañas y se puede encontrar en los estados de Veracruz y Chiapas.

Como a água mudou o paisagem

Mapa de Portugal com infográficos sobre a evolução da paisagem e a influência da água.

O vasto património das terras do grande lago

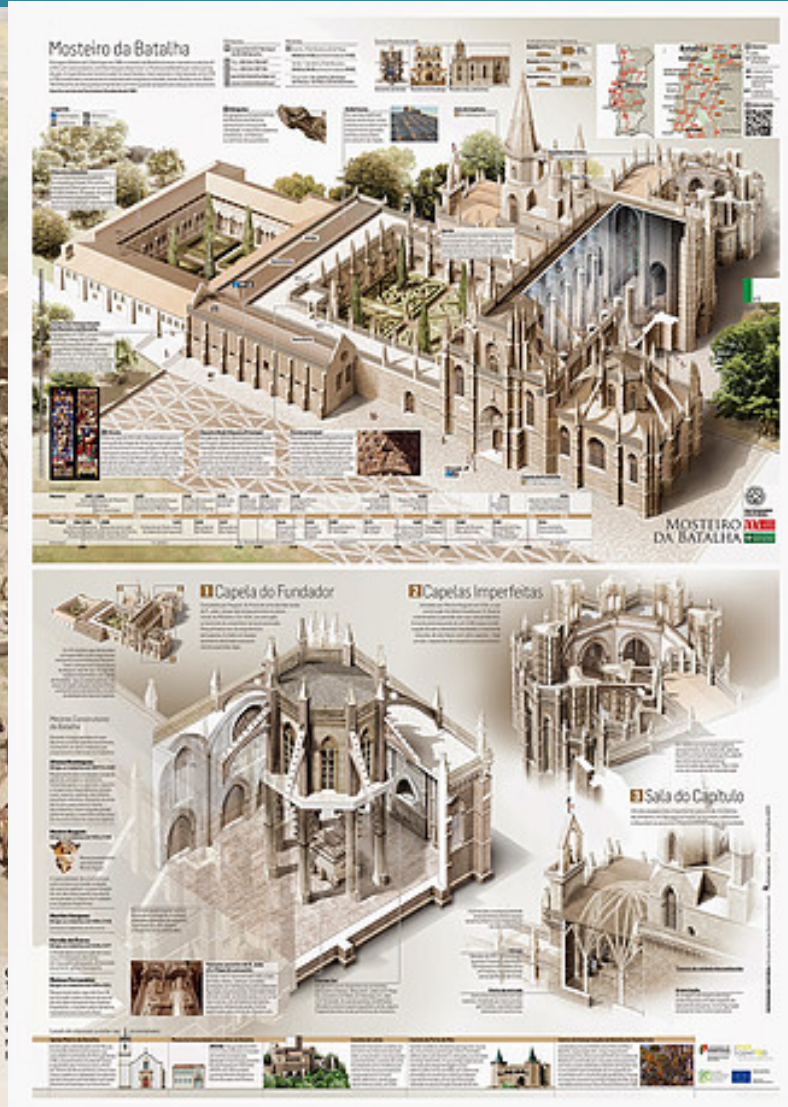
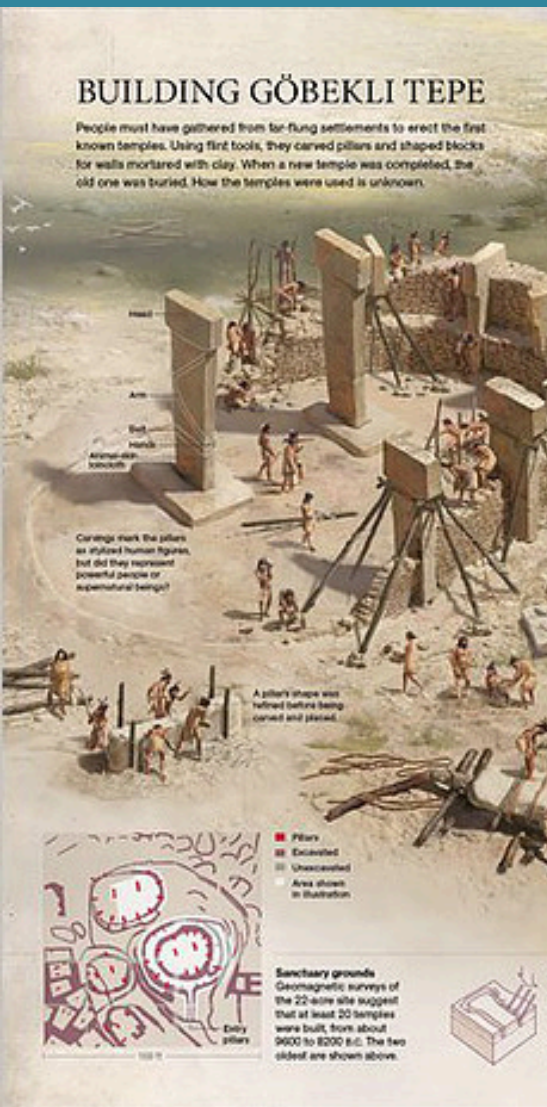
Infográfico sobre o património natural e cultural das terras do grande lago, com ilustrações de paisagens e animais.

Examples infographics for natural heritage.

Font: <http://visualoop.com/infographics/mexican-animals-in-extinction/>. [Out. 2017].)

<http://anyformsdesignmapas.blogspot.pt/2014/05/alqueva-portugal.html?view=sidebar>

The importance of infographics and graphic brand in the mediatisation of Natural and Cultural Heritage



Examples infographics for tangible Cultural Heritage.

Font: <http://visualoop.com/blog/84488/portfolio-of-the-week-fernando-batista> [Out. 2017].

http://1.bp.blogspot.com/-SiOFiHdPlfE/U90yiRmNxel/AAAAAAAAImA/V42KbqxvrB8/s1600/Anyforms_Batalha2014.jpg [Out. 2017].

The importance of infographics and graphic brand in the mediatisation of Natural and Cultural Heritage

10 PAÍS
DOMINGO 22 DE DICIEMBRE DE 2013 - NUESTRO DIARIO
DOMINGO 22 DE DICIEMBRE DE 2013 - NUESTRO DIARIO
PAÍS 11

VENERACIÓN ANCESTRAL AL MAÍZ

El ceremonial del Pregón y Danza de la P'ach (mazorca de dos o más cabezas), es Patrimonio de la Humanidad

Intografía: Antonio Fuentes, Angel Garcia. **Ilustración:** Nelson Xoyá. **© Nuestro Diario.**

San Pedro Sacatepéquez, San Marcos. Como uno del siglo a la creencia del Popol Vuh, que el dios de la cosecha es el maíz, la población mas de este municipio hace una reverencia anual agradeciendo a la P'ach o Santa Madre por la abundante cosecha que les da.

La ceremonia empieza con el paso de varios guineas espirituales portando varas de madera, por todos el poblado y recitando una oración. Esta veneración al maíz se inicia antes de la cosecha y termina, que dura más de dos meses, culmina con una danza.

Señores del pregón
Cuatro parlamentares y cuatro padrinos hacen un recorrido por varias cruces repartidas por el pueblo, en donde recitan el parlamento (oración).

4 varas mayores
Son portadas por los parlamentarios.

4 varas menores
Usadas por los padrinos, quienes en la ceremonia sostienen a los parlamentarios.

Distintivos
Los ponchos sobre sus hombros representan el atributo de hombre bueno, así como el respeto y la autoridad.

La serpiente situada en el extremo superior de las varas mayores, representa la sabiduría.

Las flores de cuatro colores representan los cuatro cardinales.

Detalles de la danza en honor a la P'ach

La madrina empieza a bailar. La serpiente empieza a bailar. Las cuatro madrinas se baten, se paraban y hacen la P'ach, se besa y se para a la danza. Es el inicio de la celebración.

Una madrina empieza "El son de la P'ach". Una de las cuatro madrinas se baten, se paraban y hacen la P'ach, se besa y se para a la danza. Es el inicio de la celebración.

Las flores se disponen al altar, se hacen y hacen una reverencia. Los cofrades rodean la P'ach y después de besarla baila sola.

Uno de los cuatro padrinos se para y habla con la cofradía. Se repite el recorrido por la zona anterior, rodea la P'ach y continúa besando sola.

Este padrino llega a una nueva pareja de serpiente, cofrades e invitados, siempre parpa por parpa.

Le dan a besar el símbolo de la buena cosecha a los invitados, lo colocan en el altar, se besan y besan la tierra en reverencia.

La madrina deja de tocar y se quedan cofrades. Con esto, se besa ceremonial en honor al maíz que concluye.

Los cofrades sirven aguardiente y cigarritos, repartiendo la fruta. Manteniendo la serpiente sentada y sirven otra tanda.

Se disuena el acto con una carne de cerdo o chuchitos y tamales a 12 con un poco de aguardiente.

EL PREGÓN

Dura 70 días a partir del 23 de Julio. Consiste en una romería previo a la danza final en honor a la buena cosecha.

23 de Julio
Inicio de cuatro semanas en la ceremonia de la "amarrada del maíz" y comienza la actividad social para los parlamentarios.

24 al 26 de Julio
Reunión en casa del Primer Auxiliar. Se acordó a quién encargar el parlamento a los diputados. Primera visita a la Cruz más cercana y luego fiesta.

8 de septiembre
Primer recorrido de pregón en las calles del pueblo, y visita a casa de autoridades a las personas que lo solicitan.

9 de septiembre
Inicio a casa de un religioso, del primero al segundo.

10 de septiembre
Visita a casa de los religiosos, del primero al cuarto.

11 al 17 de septiembre
Visita a casa de los religiosos, del primero al séptimo.

18 al 21 de septiembre
Visita a casa de los religiosos, del primero al cuarto.

22 al 3 de octubre
Visita a casa de cofrades y amigos del pueblo.

3 de octubre
Se visita 12 cruces.

4 de octubre
Visita a las últimas tres cruces.

El laboreo
Se anuncian el arado, y después alba sonidos, una cuando detiene la serpiente, y otro, que acompaña el parlamento.

EL CICLO DE LA SIEMBRA

El inicio del Dho'oj (calendario maya de 293 días) ha sido utilizado por siglos como referente anual para la siembra del maíz.

En nuestro calendario para 2014, el ciclo agrícola del maíz en San Pedro Sacatepéquez comprende las estas fechas:

Desde el 8 de febrero hasta finales de mayo
Se marca la preparación de la tierra que será utilizada en la siembra.

A finales de abril
Durante las primeras lluvias se comienza a sembrar el maíz a las temporadas de siembra.

Desde mayo
Se da la preparación de la siembra, que consiste en cortar la maleza, arado de la tierra, arado de la tierra por primera vez.

En junio
Se hace la primera siembra, que consiste en cortar la maleza, arado de la tierra, arado de la tierra por primera vez.

A finales de junio e inicio de julio
Se realiza la segunda siembra, que consiste en cortar la maleza, arado de la tierra, arado de la tierra por primera vez.

En la segunda quincena de julio
Se realiza el corte de las primeras hojas.

En agosto
Comienza la jach'a, empieza a salir en volar.

A partir del 8 de septiembre
Se realiza el corte de otros. Dura hasta a la primera quincena de octubre.

A partir del 8 de septiembre
Se realiza el corte de otros. Dura hasta a la primera quincena de octubre.

Agosto y hasta el fin de las cosechas
Se realiza el corte de otros. Dura hasta a la primera quincena de octubre.

Recorrido a las cruces

Estos son los 12 puntos por donde pasa el pregón. En cada parada se recita el parlamento.

Mapa de San Pedro Sacatepéquez con los 12 puntos del recorrido.

Componentes del altar

Se realizan dos altares, uno en el patio de la casa y otro en la sala.

Altares que representan la cosecha del maíz.

Altares que representan la cosecha del maíz.

Altares que representan la cosecha del maíz.

La P'ach

Altares que representan la cosecha del maíz.

Altares que representan la cosecha del maíz.

Altares que representan la cosecha del maíz.

Madrinas

Altares que representan la cosecha del maíz.

Altares que representan la cosecha del maíz.

Altares que representan la cosecha del maíz.

Examples of infographics for Intangible Cultural Heritage.

Font: <http://visualoop.com/infographics/mexico-rich-ancient-culture> [Out. 2017].

http://1.bp.blogspot.com/-SiOFiHdPlfE/U90yiRmNxel/AAAAAAAAImA/V42KbqxvrB8/s1600/Anyforms_Batalha2014.jpg [Out. 2017].

WAYFINDING PROJECTS

Downtown Brooklyn wayfinding system

This project is very significant because it was created **the brand *Brooklyn Downtown*** (developed by the American company of Information Design, *Two Twelve*).

The final result was a **lengthy research involving residents, tourists and business people** to make the territory and opportunities better understood.

The **logo and slogan "*You Can See the World From Here*"** were the starting motto to **define the positioning of the project, the wayfinding strategy and the signage design.**

The importance of infographics and graphic brand in the mediatisation of Natural and Cultural Heritage



Images of the Wayfinding system implemented in Downtown Brooklyn.

(Font: <http://www.twotwelve.com/wayfinding-systems/downtown-brooklyn.html>. [Dec. 2016].)

WAYFINDING PROJECTS

Talk To wayfinding system (Torino, Italy)

The project ***TalkTO: Torino parla chiaro (Turin speaks clearly)***, aims to establish **communication between the city and its residents through a system of signs, created to facilitate orientation** (the Municipality of Turin decided to apply the project experimentally in one of the historic neighborhoods of Turin - *Barriera di Milano*).

Project developed in a joint research by *Gabriele Marchi, Diego Federico, Marco Condello, Simone Tiengo* and *Antonio Di Summa* for the European Design Institute.

The importance of infographics and graphic brand in the mediatisation of Natural and Cultural Heritage



Project TalkTo (application in signage and mobile device and pictograms; relationship between the pictograms created and the monuments of Turin). Font: <https://www.behance.net/gallery/5801615/Talk-To-Torino-parla-chiaro>. [Dec. 2016].)

RESULTS

An **attractive Heritage presentation** is known to be crucial for the successful mediatiation of Natural and Cultural Heritage.

New infographic technologies and audiovisual languages can accomplish this by communicating **complex processes into simple, understandable information, thus providing a high-quality cultural experience to visitors.**

Among the new technologies, we also **highlight the use of 3D technology** (example of Anyforms's work) **that allows communication more effectively on the scenes or objects that have intrinsic three-dimensional characteristics.**

The Information Designer stands out here as a **"transformer"** by giving meaning to the raw data, giving it organization and consequently informational value, contributing to the memorization and knowledge, being responsible to present a complex informational message in an accessible and simple way to understand without losing its content.

Heritage signage such as wayfinding systems should additionally convey a strong message that reinforces a local's cultural brand.

Some wayfinding projects linked to Heritage sites or cities have contributed to the presentation of information in public spaces, helping to facilitate the visitor's experience and access to information about the places.

The way the Heritage is communicated can be preponderant **to give reasons and motivations to the tourists, to choose a place to visit, communicating its symbols and signs**, causing the tourist to form **a mental image** in relation to the destination to be visited.

The definition or **association of a brand to a heritage area** contributes to the definition of its **identity, transmitting content, images, ephemeral sensations** that help to form **psychological concepts** about the place, reinforcing the **"soul of the place"**.

Through the examples studied, we tried to justify all these premises.

FINAL REMARKS

The Cultural and Natural Heritage are basic resources for setting up a tourist destination to **an audience that is increasingly demanding and that seeks to know the distinctive and specific aspects of a place** that characterize the Heritage.

For this reason, Information Design as a discipline, is essential in the development of **promotional and informational materials that seek to attract more public**, that are interested in more **particular issues of a region**, contributing to its development, valuing important regional and local specificities to make known, memorization and conservation **of particular natural and cultural heritage aspects**.

Thank you!

Cristina Santos | cris_pires@hotmail.com
Maria João Neto | mjoaopneto@gmail.com

BIBLIOGRAPHY

Alves, K. (2014). O turismo pedagógico como indutor de lugares identitários para reconhecer, interpretar e preservar. *Revista Turismo & Desenvolvimento*. 21/22, 483-491.

Apelt, R.; Crawford, J.; Hogan, D. (eds) (2007). *Wayfinding design guidelines*. Australia: Cooperative Research Centre for Construction Innovation.

Berger, Craig M. (2009). *Wayfinding - Designing and implementing graphic navigational systems*. Reino Unido: RotoVision.

Cairo, A. (2008). *Infografía 2.0*. (pp. 15-33). Madrid: Alamut.

Cunha, Y.; Auriani, M. (2015). O poder do consumidor e o impacto na gestão de marcas na rede social. *Revista Turismo & Desenvolvimento*. 24, 147-156.

Emmendoerfer, M. L. , Ashton, M. S. G. (2014). Territórios criativos e suas relações com o turismo. *Revista Turismo & Desenvolvimento*. 21/22, 459-468.

Gibson, D. (2009). *The Wayfinding Handbook- Information Design for Public Places*. Nova Iorque: Princeton Architectural Press.

Hernández, F. H. (2002). *El Patrimonio Cultural: La Memoria recuperada*. Gijón (Asturias): Ediciones Trea.

Hernández, J. B., Tresseras, J. J. (2007). *Gestión del Patrimonio Cultural*. (9ª ed). Barcelona: Ariel Patrimonio.

BIBLIOGRAPHY

Ioannides, M., Fellner, D., Georgopoulos, A.; Hadjimitsis, D. G. (Eds.) (2010). *Preface: Actas do Third International Conference on Digital Heritage, Euromed*, Chipre, 8-13 Novembro. Berlim: Springer.

Knight, C., Glaser, J. (2011). *Diagramas – Grandes Ejemplos de Infografía Contemporánea*. Barcelona: Editorial Gustavo Gill.

La Bloga. (2016, Maio 2). Entrevista a Frida Larios por Xánath Caraza [mensagem de blog]. Acedido em junho, 2017, em: <http://labloga.blogspot.pt/2016/05/interview-of-frida-larios-by-xanath.html>>.

Manferdini, A. M., Remondino, F. (2010). Reality-Based 3D Modeling, Segmentation and Web-Based Visualization. In *Digital Heritage, Third International Conference, Euromed*, Lemessos, Cyprus, November 8-13 2010 (pp. 110-124). Berlim: Springer.

Mijksenaar, P. (1997). *Visual Function: an introduction to information design*. Nova Iorque: Princeton Architectural Press.