

## **APARATO PUBLICITÁRIO EM IMÓVEIS INVENTARIADOS E/OU TOMBADOS, LEI 5.639/2009: CONSCIENTIZAR PARA TRANSFORMAR.**

**JEFERSON SALLABERRY<sup>1</sup>; EDIVÂNIA LIMA<sup>2</sup>; VANESSA CORRÊA<sup>3</sup>;  
KETHELYN PEDEBOS OLIVEIRA<sup>4</sup>; FRANCINE TAVARES RIBEIRO<sup>5</sup>; SIDNEY  
GONÇALVES VIEIRA<sup>6</sup>**

<sup>1</sup>UFPel – [jeferson.sallaberry@gmail.com](mailto:jeferson.sallaberry@gmail.com);

<sup>2</sup>UFPel – [edivania.lima@uol.com.br](mailto:edivania.lima@uol.com.br);

<sup>3</sup>UFPel – [va\\_correa2@hotmail.com](mailto:va_correa2@hotmail.com);

<sup>4</sup>UFPel – [kgpedebos@gmail.com](mailto:kgpedebos@gmail.com);

<sup>5</sup>UFPel – [francine\\_mtavares@yahoo.com.br](mailto:francine_mtavares@yahoo.com.br);

<sup>6</sup>UFPel – [sid\\_geo@hotmail.com](mailto:sid_geo@hotmail.com)

### **1. INTRODUÇÃO**

Nos últimos anos registraram-se grandes mudanças na ocupação do território e, portanto, nas paisagens dos centros históricos das cidades.

O centro histórico de uma cidade é, em regra geral, a área mais antiga que se tornou progressivamente o centro da cidade moderna, e que coincide normalmente “com o núcleo de origem do aglomerado, de onde irradiaram outras áreas urbanas sedimentadas pelo tempo, conferindo assim a esta zona uma característica própria cuja delimitação deve implicar todo um conjunto de regras tendentes à sua conservação e valorização” (DGOTDU; 2005, p. 128).

Assumindo uma localização geográfica estratégica, é no centro histórico onde se localizam os estabelecimentos comerciais mais importantes, as sedes de empresas e da administração pública, os quais se concentram frequentemente nestes núcleos por vantagens de prestígio daí decorrentes, bem como convívio, criação de sociabilidades, recreio, lazer, e importantes fluxos de pessoas. (SALGUEIRO, 2005)

Em Pelotas, o desenvolvimento da indústria e do comércio local impulsionou o processo de modernização econômica da cidade e possibilitou inúmeras mudanças na paisagem urbana do município. Tais mudanças são visíveis ao longo das transformações do espaço urbano ocorridas em vários períodos na cidade.

Reconhecendo a importância do comércio para o desenvolvimento local da cidade e na tentativa de manter a harmonia das políticas urbanas com as políticas de patrimônio; em Pelotas, a preocupação com uma conservação integrada do bem edificado, em que se explicita a necessidade de conservação de todo um entorno, alcança um novo olhar a partir da Lei nº 5.639, de 01 de dezembro de 2009 a qual dispõem sobre a ordenação do aparato publicitário no município, sendo tratadas no capítulo III e IV, as regras para a fixação dos aparatos publicitários em imóveis inventariados ou tombados.

Nesse contexto, em parceria com a Secretaria de Cultura de Pelotas, é desenvolvido o projeto de extensão denominado “Aparato Publicitário em Imóveis Inventariados e/ou Tombados, Lei 5.639/2009: Conscientizar Para Transformar”, cujo objetivo é coletar dados dos imóveis inventariados que possuem aparato publicitário, bem como identificar os imóveis que estão em acordo como também em desacordo com o regramento disciplinado em lei; auxiliando a Secretaria de Cultura na execução do “Projeto Comunicação Visual em Prédios Históricos

também é Legal!”, o qual visa primeiramente ações de conscientização aos proprietários de estabelecimentos comerciais, a respeito da descaracterização causada pela comunicação visual instalada de forma inadequada em imóveis inventariados e/ou tombados na cidade de Pelotas, RS.

Figura 1- Pelotas meados de 1930, 1960, 1980 e 2014.



Fonte: Acervo do NEAB / FAUrb / UFPel.

## 2. METODOLOGIA

O método quantitativo de coleta de dados foi desenvolvido por alunos e técnicos pertencentes ao Laboratório de Estudos Urbanos e Regionais-UFPel (LEUR) e ao curso de Conservação e Restauro de Bens Culturais Móveis- UFPel e baseou-se em estudos do zoneamento urbano da cidade e pesquisa de campo por meio de levantamento dos prédios inventariados que possuem aparato publicitário e também fotografias desses imóveis.

## 3. RESULTADOS E DISCUSSÃO

A primeira fase da execução do projeto foi efetuada entre os meses de março a junho de 2015. Neste período foi possível levantar o número dos bens edificados inventariados que possuem fixação de aparato publicitário, esses imóveis são pertencentes à lista dos bens inventariados na cidade de Pelotas- lei municipal 4.568/2000, decretos nº 4490/2003, 4703/2004 e 5685/2013, e estão distribuídos nas zonas de preservação do patrimônio cultural bem como fora dessas zonas, porém não menos dignos de valorização.

A próxima fase, já em execução, é identificar quais desses imóveis estão em desacordo com o regramento disciplinado em lei colaborando dessa forma, com a Secretaria de Cultura, na aplicação da campanha de conscientização aos proprietários de estabelecimentos comerciais,

## 4. CONCLUSÕES

Acredita-se que a recuperação da paisagem urbana do centro histórico de Pelotas deverá tentar encontrar respostas num equilíbrio entre os valores históricos, urbanísticos e funcionais do passado com as necessidades do nosso

tempo. É por isso que urge assumir novas posturas em nível de políticas públicas preservacionistas urbanas.

Figura 2 - Imóveis inventariados com fixação de aparato publicitário



Fonte: Fotografias registradas pelo grupo de estudo.

A partir dos dados coletados na pesquisa de campo, foi possível ratificar que os imóveis inventariados pertencentes ao primeiro e segundo loteamento da cidade, possuem, em sua maioria, fixação de aparato publicitário, ou seja, a ocupação desses bens edificados, atualmente, serve para as atividades de comércio e serviços.

É importante considerar que a maneira mais econômica de manter um núcleo histórico é contar com a colaboração do setor comercial, de serviços e de equipamentos aliando interesses da administração pública com os interesses dos particulares.

Assim, diante da complexidade da proteção de um extenso e diverso acervo de bens edificados, ações pontuais são primordiais para a preservação de muitos exemplares do patrimônio pelotense, neste sentido o projeto de extensão em execução busca, através da pesquisa, conciliar a ligação entre o marketing e as transformações urbanas da cidade, auxiliando a Secretaria de Cultura de Pelotas, por meio dos dados coletados, na aplicação da política pública de regramento do aparato publicitário, buscando a conscientização para uma futura reordenação da aparência visual desses bens reconhecidos e valorizados, possibilitando uma transformação da paisagem urbana do município.

## 5. REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

DGOTDU, Direcção-Geral do Ordenamento do Território e Desenvolvimento Urbano. **Vocabulário de termos e conceitos do ordenamento do território**. Lisboa: Direcção-Geral do Ordenamento do Território e Desenvolvimento Urbano, 2005.

**PELOTAS, Lei nº 4.568/2000.** Declara área da cidade como zonas de preservação do patrimônio cultural de Pelotas – ZPPC's - lista seus bens integrantes e dá outras providências.

**PELOTAS, Lei nº 5.639/2009.** Dispõe sobre a ordenação do aparato publicitário no Município de Pelotas e dá outras providências.

SALGUEIRO, Tereza Barata. Paisagens Urbanas; In: Medeiros, C. A. (coord.), **Geografia de Portugal - Sociedade, Paisagens e Cidades**, v.2; Lisboa, Círculo de Leitores, 2005.