

VOCÊ JÁ PASSOU POR MIM, E NEM OLHOU PRA MIM:

o uso de elementos publicitários em fachadas do Centro Histórico de Campina Grande, Paraíba.

Beatriz Souza dos Santos
Orientadora: Kainara Lira dos Anjos

S237v

Santos, Beatriz Souza dos.

Você já passou por mim, e nem olhou pra mim: o uso de elementos publicitários em fachadas do Centro Histórico de Campina Grande, Paraíba / Beatriz Souza dos Santos. – Campina Grande, 2022.

150 f. : il. color.

Monografia (Bacharelado em Arquitetura e Urbanismo) – Universidade Federal de Campina Grande, Centro de Tecnologia e Recursos Naturais, 2022.

"Orientação: Profa. Dra. Kainara Lira dos Anjos".

Referências.

1. Arquitetura. 2. Patrimônio Histórico – Preservação. 3. Paisagem Urbana. 4. Publicidade. 5. Normativa. 6. Preservação. 7. Urbanismo.
I. Anjos, Kainara Lira dos. II. Título.

CDU 72(043)

BEATRIZ SOUZA DOS SANTOS

Você já passou por mim, e nem olhou pra mim:

O uso de elementos publicitários em fachadas do
Centro Histórico de Campina Grande, Paraíba.

Trabalho de conclusão de curso submetido ao curso de Arquitetura e Urbanismo da Universidade Federal de Campina Grande - Campus Campina Grande, como requisito à obtenção de título de bacharel em Arquitetura e Urbanismo.

Orientadora: Kainara Lira dos Anjos

Campina Grande

2022

à Claudinéia
minha luz, minha mainha.

Nem eu acredito que esse momento chegou, mas cá estou eu, com o peito explodindo de felicidade, sentindo coisas das quais nunca imaginei sentir. Finalmente posso dizer que esse ciclo chega ao fim. Há 7 anos atrás deixei minha casa, família e amigos, buscando melhores condições de vida por meio da educação. Entre muitos desafios, obstáculos, saudades e uma trajetória bastante agri-doce, posso dizer que finalmente consegui e que sozinha não teria chegado onde cheguei, por isso só tenho a agradecer a todos que fazem parte de mim.

Primeiramente agradeço a minha mãe, Claudinéia por ser meu maior exemplo de persistência, a personificação de força. Me faltam palavras para descrever o quanto você é essencial na minha vida mãe, você me ensinou valores inestimáveis, sem você eu nunca teria chegado até aqui. Agradeço também a meu pai, Eliandro, pelo cuidado e por sempre ter valorizado o papel da educação na minha vida, movendo montanhas quando preciso. E claro, todo o meu obrigado a minha maior saudade, minha irmã, Ana Clara, por ser minha referência de inteligência e solidez, mesmo tão jovem, obrigada por ser meu suporte. Vocês são TUDO para mim, obrigada por terem me possibilitado conquistar tantos sonhos, e incentivarem sonhar ainda mais. Agradeço também aos meus avós Maria, Luiz, Chico e Dalva por sempre me apoiarem de todas as formas possíveis. Aos meus tios, primos e primas, por sempre se fazerem presentes, mesmo com a distância.

À todos os meus professores, em especial a Kainara, minha professora e orientadora, por ter sido luz, representação de carinho e cuidado durante a graduação. Agradeço também a professora Lívia Miranda, pelos ensinamentos com maestria e por me incentivar a ser uma aluna cada vez melhor, na busca por cidades cada vez mais justas. A vocês duas, obrigada pelas orientações, sobre a vida e sobre o curso.

Agradeço a Chico pelo carinho, paciência e apoio incondicional durante todos esses anos, obrigado por ser todas as constelações no escuro. À Carol, Natália, Camila, Gisele, e a todos os amigos deixados em São Gabriel, obrigada por serem meus gabrielenses preferidos, fazendo com que eu me sinta sempre acolhida depois de tantos anos de amizade. Gratidão imensa a Pedro Henrique, Brenna, Sabrina e Thaísia (in memoriam), por acompanharem meus passos e me darem forças desde o ensino médio. Mesmo com tanta distância, sempre é igual com vocês.

Aos presentes que a UFCG me trouxe, inicio por Carol, Jobson, Bruno e Ana Clara, vocês são um porto seguro em minha vida. A meu grupinho essencial Daiane, Sarah e Sam e a minha duplinha Sabrynna, por todas as noites viradas e conversas jogadas fora. A Allyson pelos anos de amizade, conselhos e por todas as cores nesse trabalho. A Breno, pelos dedos de prosa e por me ajudar a perceber minha paixão pelo patrimônio. Obrigado por segurarem minha mão nesse curso desde o início, vocês são meus padrinhos mágicos.

Agradeço também a meus companheiros do Lab Rua, por todos os bolos e cafés da tarde, em especial a Aida Pontes por todas as oportunidades e ensinamentos. Ao arquiteto Rodenbusch Neto pela maestria dos ensinamentos, confiança e portas abertas durante a graduação.

Por fim agradeço ao CACAU UFCG, aos companheiros de formação do Erea Parahyba e a todo o movimento estudantil, por me fazer entender a importância de lutar pelo coletivo, transformando minha timidez em voz ativa. Vocês são a esperança, e eu espero que a nossa luta inspire outros a lutarem cada vez mais.

Agradecimentos

Não há, não há, não há,
não há porque viver
Se não pra crer e ser
crescendo sendo
Não há, não há, não há,
não há porque amar
Se não pra semear
conhecimento

(Crer-Sendo, Castello
Branco)

“O passado recente é o mais difícil
de preservar; não é suficientemen-
te velho para ser valorizado nem
suficientemente novo para ser
mantido.”

Pietro Maria Bardi

Resumo

Os centros comerciais brasileiros evidenciam cada vez mais o uso de unidades constituintes da paisagem urbana como elementos publicitários. A situação é ainda mais agravante em centralidades histórico-comerciais, tal qual o caso de Campina Grande, na Paraíba. O presente trabalho tem como objeto de estudo fachadas das ruas Marquês do Herval, Venâncio Neiva e Maciel Pinheiro. O objetivo é analisar a situação atual das fachadas históricas, em relação aos parâmetros normativos publicitários vigentes, visando a compreensão da atual relação entre publicidade e preservação do patrimônio edificado. Quanto à metodologia de pesquisa, iniciou-se por revisão bibliográfica, compreendendo conceitos do campo da conservação e restauro, qualidade visual, e entendimento da normatização da publicidade como estratégia de preservação do patrimônio edificado. Em seguida, foram realizados resgates temporais acerca da formação histórica e espacial do núcleo central de Campina Grande, levantando normativas em vigência que assegurem a proteção do patrimônio na área, especialmente no que diz respeito às intervenções publicitárias. Por fim, realizou-se Fichas de Identificação e Caracterização de Bens, resultando em um diagnóstico urbano acerca das fachadas quanto à situação de regularidade de elementos publicitários, estado de conservação e grau de modificação. Os resultados levaram à proposição de recomendações gerais e estratégias que possam minimizar a degradação patrimonial, especialmente no que diz respeito à intervenções publicitárias discriminadas.

Palavras-Chave: patrimônio, publicidade, paisagem urbana, normativa, preservação.

Abstract

Brazilian commercial centers increasingly showcase the use of urban landscape constituent units as advertising elements. The situation is even more aggravating in historical-commercial centers, such as the case of Campina Grande, in Paraíba. The present work has as its object of study the facades of Marquês do Herval, Venâncio Neiva and Maciel Pinheiro streets. The objective is to analyze the current situation of historical facades, in relation to the current advertising normative parameters, aiming to understand the current relationship between advertising and preservation of the built heritage. As for the research methodology, it started with a bibliographic review, including concepts in the field of conservation and restoration, visual quality, and understanding of the regulation of advertising as a strategy for preserving the historical heritage. Then, temporal rescues were carried out about the historical and spatial formation of the central nucleus of Campina Grande, eliciting regulations in force that ensure the protection of heritage in the area, especially with regard to advertising interventions. Finally, Identification and Characterization Sheets of Goods were carried out, resulting in an urban diagnosis about the facades regarding the regularity of advertising elements, state of conservation and degree of modification. The results led to the proposition of general guidelines and strategies that can minimize heritage degradation, especially with regard to discriminated advertising interventions.

Keywords: heritage, advertising, urban landscape, regulations, preservation.

Lista de Figuras

Figura 01 - Publicidade em trecho da Rua Venâncio Neiva.

Figura 02 - Publicidade em trecho da Rua Marquês do Herval.

Figura 03 - Metodologia do trabalho.

Figura 04.1 - Publicidade em áreas de interesse histórico - São José - Recife.

Figura 04.2 - Publicidade em áreas de interesse histórico - Centro Aracajú.

Figura 04.3 - Publicidade em áreas de interesse histórico - Centro João Pessoa.

Figura 04.4 - Publicidade em áreas de interesse histórico - Centro Salvador.

Figura 5 - Fragmentação de Fachadas em Pelotas, Rio Grande do Sul.

Figura 6 - Exemplos de placas e letreiros regulares apresentadas pelo Manual de Placas de Manaus.

Figura 7 - Conceituação proposta pelo Manual de Placas de Manaus acerca de fachadas.

Figura 8 - Fachadas do Centro de Manaus reveladas após despoluição visual promovida pelo Decreto Nº 2436.

Figura 9 - Demonstração e definição de “anúncios”.

Figura 10 - Demonstração de irregularidades.

Figura 11 - Construções desalinhadas nos largos da Matriz e Comércio Velho, 1918.

Figura 12 - Dia de Feira na Maciel Pinheiro e Praça Eptácio Pessoa, 1928.

Figura 13 - Praça Eptácio Pessoa, 1925.

Figura 14 - Prédio dos Correios e Telégrafos de Campina Grande, Paraíba.

Figura 15 - Prédio dos Correios e Telégrafos de Rio Grande, Rio Grande do Sul.

Figura 16 - Da esquerda para a direita: Edifício Palomo, Edifício Rique e Edifício Lucas. No canto inferior direito nota-se o Edifício Motta (1962) e sua obra inacabada.

Figura 17 - Projeto para a Residência Francisco Pedro Nunes, 1951.

Figura 18 - Fachada Inicial da Residência Francisco Pedro Nunes, 1951.

Figura 19 - Segunda Fachada da Residência Francisco Pedro Nunes, 1951.

Figura 20 - Cine Theatro Capitólio.

Figura 21 - Fachada do antigo Grande Hotel, atual sede da Prefeitura Municipal de Campina Grande.

Figura 22 - Biblioteca Municipal de Campina Grande (antiga Prefeitura Municipal) e Rua Maciel Pinheiro.

Figura 23 - Rua Maciel Pinheiro durante o dia.

Figura 24 - Rua Maciel Pinheiro à noite.

Figura 25 - Publicidade em fachadas da Rua Marquês do Herval.

Figura 26 - Rua Marquês do Herval, 1937.

Figura 27 - Rua Marquês do Herval, 1937.

Figura 28 - Rua Marquês do Herval, 1942.

Figura 29 - Rua Marquês do Herval, 1947.

Figura 30 - Cartão Postal Rua Marquês do Herval, 195?.

Figura 31 - Rua Marquês do Herval, 195?.

Figura 32 - Rua Marquês do Herval, 196?.

Figura 33 - Rua Marquês do Herval, 196?.

Figura 34 - Rua Marquês do Herval,

Figura 35 - Edifício Esial visto da Av. Marechal Floriano Peixoto, 1974.

Figura 36 - Lojas Brasileiras, vista da Av. Marechal Floriano Peixoto, 1988.

Figura 37 - Lojas Brasileiras, vista da Av. Marechal Floriano Peixoto, 1988.

Figura 38 - Marquês do Herval, 2022.

Figura 39 - Marquês do Herval, 2022.

Figura 40 - Fachadas na Rua Marquês do Herval, 2022.

Figura 41 - Rua Venâncio Neiva, 193?.

Figura 42 - Rua Venâncio Neiva, 1940.

Figura 43 - Rua Venâncio Neiva, 195?.

Figura 44 - Rua Venâncio Neiva, 196?.

Figura 45 - Rua Venâncio Neiva, 1963.

Figura 46 - Rua Venâncio Neiva, 197?.

Figura 47 - Rua Venâncio Neiva, 197?.

Figura 48 - Calçada da Rua Venâncio Neiva, 198?.

Figura 49 - Calçada da Rua Venâncio Neiva, 198?.

Figura 50 - Farmácia do Calçada em cruzamentos das ruas Venâncio Neiva e Cardoso Vieira, 1981.

Figura 51 - Rua Venâncio Neiva, 2022.

Figura 52 - Rua Venâncio Neiva, 2022.

Figura 53 - Rua Venâncio Neiva, 2022.

Figura 54 - Rua Maciel Pinheiro em dia de feira, 1930.

Figura 55 - Rua Maciel Pinheiro em dia de feira, 1938.

Figura 56 - Bar Macaíba, localizado na Rua Maciel Pinheiro, 1939.

Figura 57 - Rua Maciel Pinheiro em dia de feira, 1940.

Figura 58 - Estabelecimentos comerciais na Rua Maciel Pinheiro, 1942.

Figura 59 - Cartao Postal Rua Maciel Pinheiro, 195?.

Figura 60 - Rua Maciel Pinheiro, 195?.

Figura 61 - Rua Maciel Pinheiro, 197?.

Figura 62 - Rua Maciel Pinheiro, 197?.

Figura 63 - Rua Maciel Pinheiro, 1974.

Figura 64 - Rua Maciel Pinheiro, 1984.

Figura 65 - Rua Maciel Pinheiro, 198?.

Figura 66 - Rua Maciel Pinheiro, 1986.

Figura 67 - Rua Maciel Pinheiro, 2021.

Figura 68 - Rua Maciel Pinheiro, 2022.

Figura 69 - Metodologia utilizada na Restauração de Fachadas.

Figura 70 - Fichas de Identificação dos Imóveis.

Figura 71 - Fotomontagem para estudo de face de quadra.

Figura 72 - Sistema de padronização de letreiros e tipogra-

fias.

Figura 73 - Diretrizes de Intervenção em fachadas, de acordo com o Grau de Conservação.

Figura 74 - Definição e parametrização dos elementos publicitários de acordo com Decreto Estadual N° 33.816.

Figura 75 - Parâmetros referentes a totens, toldos e marquises.

Figura 76 - Percentual dos usos por rua.

Figura 77 - Percentual dos estilos arquitetônicos por rua.

Figura 78 - Percentual de regularidade quanto à publicidade nas ruas Marquês do Herval, Venâncio Neiva e Maciel Pinheiro.

Figura 79 - Rua Maciel Pinheiro em 2011.

Figura 80 - Modelos gráficos da publicidade nº 68, Rua Marquês do Herval.

Figura 81 - Instrumentos Urbanísticos como estratégia de preservação.

Lista de Mapas

Mapa 01 - Inserção Urbana, Campina Grande.

Mapa 02 - Área de ocupação mais antiga da cidade: polígono trapezoidal limitado pelos antigos largos da Matriz, do Comércio Velho, do Rosário, do Comércio Novo e pela praça do Algodão. Simulação das transformações das formas urbanas ocorridas nos anos 1930 e 1940.

Mapa 03 - Delimitação da Zona Especial de Preservação 1, em relação ao Centro de Campina Grande.

Mapa 04 - Centro Histórico Inicial de Campina Grande de acordo com o Decreto 25.239, em relação ao Centro de Campina Grande.

Mapa 05 - Zona Especial de Interesse Cultural, em relação ao Centro de Campina Grande.

Mapa 06 - Poligonais de Preservação Rigorosa e de Entorno, em relação ao Centro de Campina Grande.

Mapa 07 - Área de Pesquisa.

Mapa 08 - Usos do Solo nas ruas Marquês do Herval, Venâncio Neiva e Maciel Pinheiro.

Mapa 09 - Estilos Arquitetônicos nas ruas Marquês do Herval, Venâncio Neiva e Maciel Pinheiro.

Mapa 10 - Grau de Modificação e Estado da Conservação nas ruas Marquês do Herval, Venâncio Neiva e Maciel Pinheiro.

Mapa 11 - Regularização da Publicidade nas ruas Marquês do Herval, Venâncio Neiva e Maciel Pinheiro.

Lista de Abreviaturas

ACM - Alumínio Composto

APR - Área de Proteção Rigorosa

APE - Área de Proteção de Entorno

BESA - Borracha Esponjosa S.A. Indústria e Comércio

CI – Conservação Integrada

CECI – Centro de Estudos Avançados da Conservação Urbana Integrada

CP - Conservação Parcial

CT - Conservação Total

DCT - Departamento de Correios e Telégrafos

DEPAM - Departamento de Patrimônio Material e Fiscalização

ICOMOS - Conselho Internacional de Monumentos e Sítios

IBGE - Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística

IMPLURB - Instituto Municipal de Planejamento Urbano de Manaus

IPHAN – Instituto do Patrimônio Histórico e Artístico Nacional

IPHAEP – Instituto do Patrimônio Histórico e Artístico do Estado da Paraíba

IPTU – Imposto Predial e Territorial Urbano

LOBRÁS - Lojas Brasileiras

PAC – Programa de Aceleração do Crescimento

PMCG - Prefeitura Municipal de Campina Grande

RC - Renovação Controlada

RT - Renovação Total

SEPLAM - Secretaria de Planejamento e Meio Ambiente de Campina Grande

SEPLAN - Secretaria de Planejamento, Gestão e Transparência

SH - Setores Homogêneos

SPHAN - Serviço do Patrimônio Histórico e Artístico Nacional

UFCG - Universidade Federal de Campina Grande

UES - Unidades de Estruturação Urbana

ZEIA - Zona Cultural de Interesse Ambiental

ZEIC - Zona Especial de Interesse Cultural

ZEP - Zonas Especiais de Preservação

Sumário

capítulo **01** **Introdução** 12

capítulo **02** **Referencial Teórico** 16

Conservação Integrada e Identidade de Sítios Urbanos 17

Paisagem Urbana Histórica, Publicidade e Qualidade Visual 21

Normatização da Publicidade como Estratégia de Preservação do Patrimônio Edificado 34

capítulo **03** **O Centro Histórico de Campina Grande: paisagem urbana, arquitetura, publicidade e tipografia** 43

Inserção Urbana 44

Higienizar, circular e embelezar: um apanhado geral sobre a reforma urbana em Campina Grande (1930-1945) 45

O Centro Histórico de Campina Grande ainda tem história? 52

Rua Marquês do Herval 59

Rua Venâncio Neiva 75

Rua Maciel Pinheiro 91

Programa Campina Déco: Uma iniciativa de requalificação nos anos 2000 104

capítulo **04** **Apresentação Normativa** 109

Lei Municipal Nº 3.721/1999 de Criação da Zona Especial de Preservação 1 **110**

Decreto 25.139, 2004 (Delimitação do Centro Histórico de Campina Grande) **112**

Lei Complementar Nº 003/2006 (Revisão Do Plano Diretor do Município De Campina Grande) **114**

Decreto 33.816, 2013 (Normas Técnicas para áreas de Proteção do IPHAEP) **116**

Diretrizes Internas IPHAEP (Totens, Toldos e Marquises) **122**

capítulo **05** **Caracterização Urbana da Área de Estudo** 124

Área de Pesquisa **126**

Caracterização do Patrimônio Edificado **128**

Uso do Solo **128**

Estilo Arquitetônico **130**

Estado de Conservação e Grau de Modificação das Fachadas **132**

Regularização da Publicidade **134**

Você já passou por mim, e nem olhou pra mim: reflexões sobre Identidade, conservação e gestão **136**

Recomendações Gerais **140**

Considerações finais 144

Referências biliográficas 145

Anexos 151

capítulo 01

Introdução

A contemporaneidade e o constante crescimento da sociedade de consumo, trazem consigo manifestações de como se dão os processos de comunicação utilizados pelo sistema capitalista. Com o passar dos anos, as mídias exteriores vêm explorando cada vez mais seu potencial publicitário, numa busca compulsória para persuadir diferentes públicos a adquirirem produtos e serviços. Rotinas tornaram-se cada vez mais cansativas, transformando o tempo em dinheiro, modos de viver em estratégias de mercadoria e conseqüentemente, ruas em vitrines.

Os centros comerciais brasileiros evidenciam cada vez mais o uso de unidades constituintes da paisagem urbana como elementos publicitários e veículos de propaganda. A situação é ainda mais agravante em alguns centros históricos que ainda atuam como centralidades urbanas. Nesse sentido, destaca-se o caso de Campina Grande, município brasileiro do agreste paraibano, cujo Centro Histórico permanece como principal centralidade urbana não só do município, como de toda a sua região de influência.

No centro histórico-comercial da cidade é notável o uso inconveniente de elementos publicitários em fachadas de edificações históricas (Figuras 01 e 02). Por se tratar de uma área na qual prevalecem estabelecimentos comerciais, a publicidade utilizada de forma indevida atua como empecilho de relevância quando se trata da conservação/manutenção do conjunto histórico presente na cidade, além de exercer papel de barreira visual, ocultando elementos formais das fachadas.

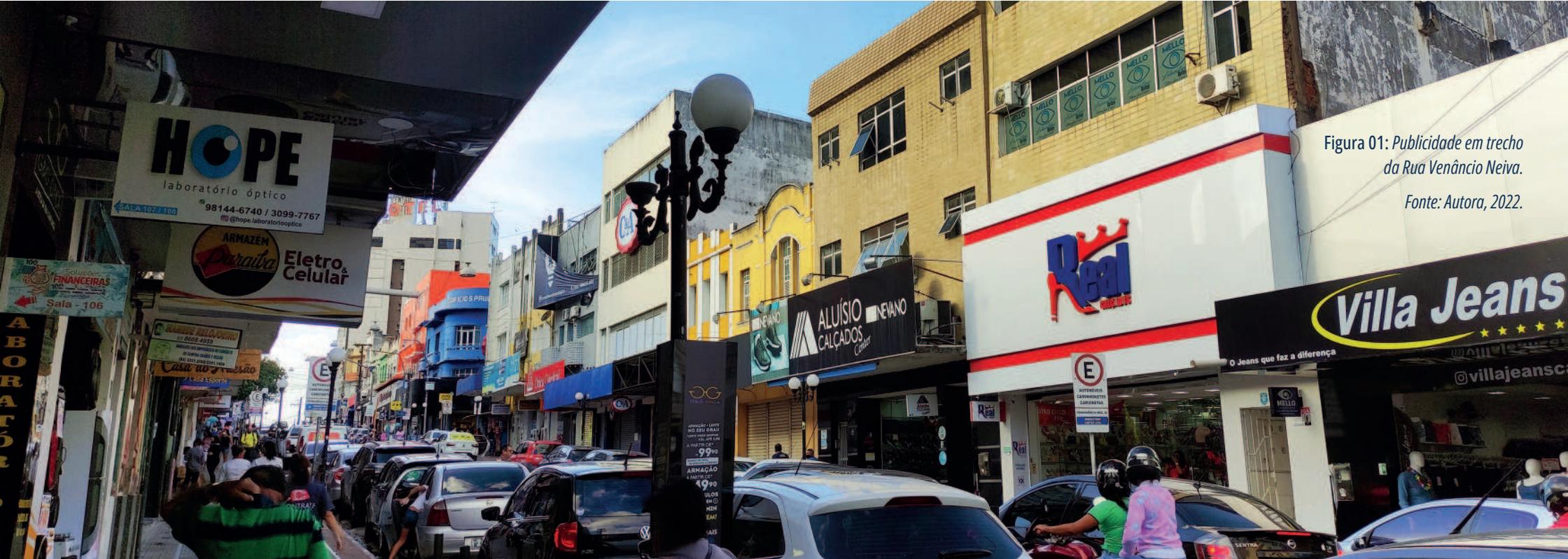


Figura 01: Publicidade em trecho da Rua Venâncio Neiva.

Fonte: Autora, 2022.



Figura 02: Publicidade em trecho da Rua Marquês do Herval.

Fonte: Autora, 2022.

Com base na otimização do estudo, definiu-se como área de pesquisa as ruas Marquês do Herval, Venâncio Neiva e Maciel Pinheiro. A área apresenta edificações de diferentes estilos arquitetônicos, porém é conhecida principalmente pela predominância de seu acervo Art Déco. As vias estão inseridas em meio a Zona de Preservação 1, delimitada pela Prefeitura Municipal de Campina Grande em 1999, intencionalmente a salvaguardar o conjunto arquitetônico ali existente. A normativa precede a criação da Delimitação do Centro Histórico de Campina Grande, área de preservação rigorosa restringida pelo Instituto do Patrimônio Histórico e Artístico do Estado da Paraíba - IPHAEP, por meio do Decreto 25.139 no ano de 2004.

O tombamento do conjunto urbano não foi o suficiente para comedir a degradação do Centro Histórico, uma vez que as atividades comerciais são privilegiadas em detrimento a conservação do patrimônio urbano edificado. As normas técnicas quanto aos parâmetros de intervenção no patrimônio edificado de Campina Grande, inclusive as diretrizes exclusivas à publicidade, se dão por meio do Decreto 33.816 de 2013. A normativa refere-se a todas as áreas de proteção do IPHAEP que não possuam legislação própria, tal qual é o caso de Campina Grande. O IPHAEP também disponibiliza duas Diretrizes Internas, criadas após a publicação do Decreto 33.816. Elas atendem a revisão de particularidades quanto a: totens, toldos e marquises.

Ademais, a normativa existente não é revisada há oito anos, quando a própria propõe uma reavaliação a cada cinco anos de vigência. Apesar da existência de normas técnicas, o acesso a esse material por parte da população raramente ocorre, já que na cidade não existem incentivos para que os proprietários busquem saber como intervir no patrimônio edificado. Caso seja necessário ter acesso a esses parâmetros, é necessário entrar em contato direto com o IPHAEP,

já que algumas das normativas não estão disponíveis online ou em meios de comunicação dos quais a população possui fácil acesso. Estas adversidades contribuem no desinteresse da população em intervir de forma acertada, gerando intervenções autônomas.

A partir da problemática apresentada, foi definido como objeto de estudo fachadas das ruas Marquês do Herval, Venâncio Neiva e Maciel Pinheiro. O **objetivo geral** do trabalho é analisar a situação atual das fachadas históricas, em relação aos parâmetros normativos publicitários vigentes, visando compreender a atual relação entre publicidade e preservação do patrimônio edificado.

O trabalho tem como **objetivos específicos**: (i) diagnosticar a aplicabilidade das normativas referentes ao uso da publicidade em Campina Grande; (ii) realizar caracterização morfológica das fachadas; (iii) propor recomendações e estratégias gerais que possam minimizar a degradação patrimonial, quanto à intervenções publicitárias.

Quanto à natureza de pesquisa, a metodologia utilizada se apresenta da seguinte forma:

Referencial Teórico: Refere-se a etapa de contextualização e revisão bibliográfica, nas quais serão estudados conceitos relacionados à conservação urbana integrada, paisagem urbana histórica, publicidade e qualidade visual, adentrando por fim na normatização da publicidade como uma estratégia de preservação do patrimônio edificado, apresentando exemplos de normativas publicitárias em diferentes localidades do Brasil.

O Centro Histórico de Campina Grande: paisagem urbana, arquitetura, publicidade e tipografia: Capítulo no qual serão realizados resgates temporais e análises acerca da formação histórica e espacial do núcleo central de Campina Grande,

investigando as relações entre a publicidade e a descaracterização de imóveis por meio da realização de linhas do tempo iconográficas. Discute-se também o Programa Campina Déco, importante política de requalificação urbana ocorrida na área, com ênfase em suas fachadas e manutenção da publicidade.

Apresentação Normativa: Nesta etapa serão levantadas normativas já existentes acerca dos bens resguardados, a nível municipal, estadual e nacional, caso existam. Esse inventário busca compreender quais medidas asseguram a proteção do patrimônio na área, especialmente no que diz respeito às intervenções publicitárias.

Caracterização Urbana da Área de Pesquisa: Por meio da re-

alização de Fichas de Identificação e Caracterização de Bens, será realizado diagnóstico urbano acerca das fachadas das Ruas Marquês do Herval, Maciel Pinheiro e Venâncio Neiva. As análises serão realizadas por meio de visitas de campo e levantamento fotográfico, compreendendo a situação de regularidade quanto a publicidade nas fachadas, estilos arquitetônicos, usos das edificações, estados de conservação e graus de modificação. Ao fim do capítulo serão realizadas reflexões quanto à temática, interpretação dos dados obtidos e realização de recomendações gerais que possam contribuir na resolução da problemática central deste trabalho.

O esquema abaixo relaciona o processo metodológico de pesquisa na sua integralidade:

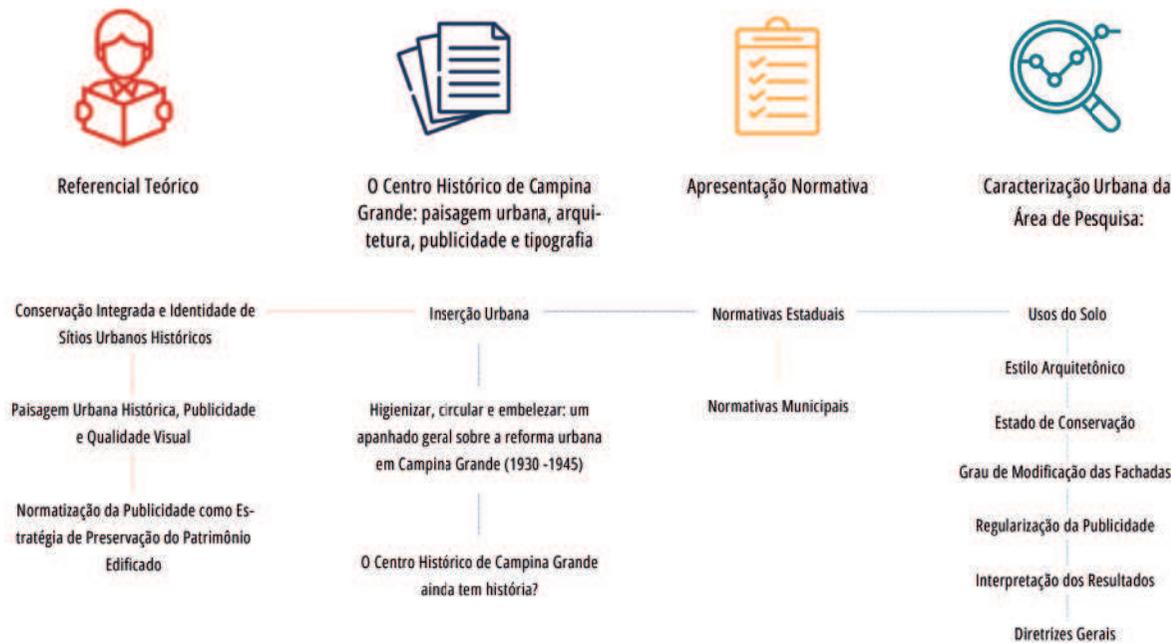


Figura 03: Metodologia do trabalho.

Fonte: Autora, 2021.

capítulo 02

Referencial Teórico

O presente capítulo busca trazer discussões e apontamentos teóricos que contribuam no entendimento da normatização da publicidade como uma estratégia de preservação da paisagem urbana de áreas históricas.

Inicialmente, para que se tenha noção da vasta e constante conceitualização relacionada ao Patrimônio, são abordados conceitos gerais e princípios utilizados na área da Conservação Integrada, apresentando sua direta relação com a Identidade de Sítios Urbanos Históricos. Por meio dessas concepções, busca-se compreender a importância da salvaguarda de regiões históricas, mantendo os processos de transformação naturais da sociedade.

Posteriormente, ao se tratar da Paisagem Urbana Histórica, Publicidade e Qualidade Visual, são apresentadas discussões que dão suporte à importância da qualidade visual em regiões históricas, contextualizando a atual percepção da paisagem urbana e seu patrimônio como uma via de publicidade e propaganda. Por meio desse resgate teórico, são destacadas tipologias publicitárias e seus respectivos objetivos na paisagem, além de problemáticas que relacionam a baixa qualidade visual à ausência de regulamentos específicos à publicidade em áreas tombadas, bem como a ineficácia da didática presente em normativas dessa tipologia, quando existentes.

Por fim, ao tratar da Normatização da Publicidade como uma Estratégia de Preservação do Patrimônio Edificado, aprofunda-se a importância de legislações patrimoniais didáticas, acessíveis e aplicáveis às diversas situações-problema, apresentando consagrados exemplos de normativas publicitárias utilizadas como instrumento de educação patrimonial, em diferentes localidades do Brasil, tal qual suas respectivas implicações.

Conservação Integrada e a Identidade de Sítios Urbanos Históricos

Conceitos e práticas relacionados à teoria da conservação do patrimônio cultural estão em constante aperfeiçoamento. O conceito de patrimônio, por si só, perpassou por discussões levantadas nas mais distintas regiões, diversificando a categorização de objetos de conservação tal qual conhecemos. Os valores e significados associados ao patrimônio atualmente apresentam-se de múltiplas formas, envolvendo variados sujeitos, modos de pensar e significâncias que por terem desempenhado papel singular no passado, devem se manter presentes tanto na atualidade quanto no futuro.

Para abordar questões patrimoniais, é necessário primordialmente tratar do conceito de significância cultural. O termo ganhou repercussão por meio da Carta de Burra, produzida pelo ICOMOS Austrália (1978), na qual houve uma definição do termo e uma tentativa de operacionalização da significância (RIBEIRO; LIRA, 2012). O documento possui extrema relevância por incluir no campo patrimonial noções que relacionam a conservação do patrimônio a dimensões sociais e culturais, trazendo também orientações precisas quanto a intervenções, termos e definições técnicas. Nesse contexto, o ICOMOS define como significância:

Valor estético, histórico, científico, social ou espiritual para as gerações passadas, presentes e futuras (...) está incorporada ao próprio sítio, sua estrutura, ambiente, usos, associações, significados, registros e diz respeito a lugares e objetos. Os sítios podem ter uma variação de valores para diferentes indivíduos ou grupos. (ICOMOS, 1999, n.p).

A definição do conceito de significância cultural passa por

constantes atualizações, visto que os critérios utilizados para que um bem seja considerado patrimônio estão diretamente ligados à mesma, que por sua vez, deve referir-se não somente às singularidades espaciais e físicas, mas também às práticas alusivas à construção de saberes, sentimentos, questões ligadas a multiplicidade de valores e daquilo que é intangível. Seguindo essa abordagem contemporânea Zancheti et al. define a significância cultural como:

O conjunto de valores que é o resultado do julgamento e da validação social de significados passados e presentes de um objeto. Enfatiza-se que esse julgamento é feito no presente e utiliza como referência os significados e valores do passado apoiado em instrumentos de memória reconhecidos pela sociedade. (ZANCHETI, 2008, p.07).

Compreendendo a multiplicidade da significância, partimos para a definição de patrimônio. Lacerda (2012) aponta que de acordo com o Dictionnaire de l'urbanisme et l'aménagement, organizado por Françoise Choay e Pierre Merlin, o termo patrimônio designa bens herdados do passado mais distante e mais próximo. Justamente por serem herdados, tais bens constituem-se como portadores de significância cultural. Sendo assim, os valores atribuídos a esses bens, tanto pelas gerações passadas como pela atual, devem ser conservados para que cheguem a futuras gerações, mesmo que alterados com o passar do tempo. Dessa forma, é notável que os conceitos de patrimônio e significância cultural relacionam-se de forma intrínseca.

No que se diz respeito a patrimônio histórico, Choay (2001) contribuiu de forma essencial para a conceituação da palavra:

A expressão designa um bem destinado ao usufruto de uma comunidade que se ampliou a dimensões planetá-

rias, constituído pela acumulação contínua de uma diversidade de objetos que se congregam por seu passado comum. Em nossa sociedade errante, constantemente transformada pela mobilidade e ubiquidade de seu presente, presente, “patrimônio histórico” tornou-se uma das palavras-chave da tribo midiática. Ela remete a uma instituição e a uma mentalidade. (CHOAY, 2001, p.11).

Quando se iniciaram os debates acerca da preservação patrimonial em meio à sociedade, estes tratavam especialmente da conservação de monumentos em sua singularidade. “Chamar-se-á monumento tudo o que for edificado por uma comunidade de indivíduos para lembrar ou fazer que outras gerações de pessoas lembrem acontecimentos, sacrifícios, ritos ou crenças” (CHOAY, 2001, p. 18). Eram comuns os questionamentos acerca da preservação, visto que para muitos, tais práticas comprometeriam as proposições de modernização das cidades e seus territórios.

Choay (2001) reitera também que o projeto de conservação dos monumentos históricos e sua execução evoluíram com o tempo e não podem ser dissociados da própria história do conceito. Os termos conservação e restauração, coexistiram por muito tempo de forma antagônica. Os esforços para conciliar as duas teorias eram significativos, já que no século XIX, ambas se confrontavam. “Nessa época, a conservação e a restauração começaram a se estruturar como disciplinas científicas, porém existindo ainda um confronto entre duas grandes teorias: uma intervencionista, que predomina no conjunto dos países europeus; a outra, anti-intervencionista, que é mais própria da Inglaterra” (CHOAY, 2001, p. 153).

Atualmente, com a ampliação das discussões acerca do patrimônio e uma quebra de paradigmas do que se entendia por restauração, a conservação e a restauração compõem práticas inerentes. Apesar de ainda existirem ambiguidades

quando se trata dos dois termos, é de comum entendimento que a conservação realiza procedimentos e tratamentos intencionados na ampliação da vida útil de um objeto, enquanto que a restauração relaciona-se em maior grau com a recuperação do bem, após o dano já ter ocorrido. Essas práticas devem se comportar de maneira complementar e integrada, estabelecendo uma relação de dependência complementar.

Por muito tempo, os debates acerca da preservação patrimonial centraram-se nos monumentos e suas singularidades. O espaço urbano por vezes esteve ausente das discussões, sendo desconsiderado como objeto patrimonial autônomo, percebido como algo que não poderia ser conservado. A Carta de Atenas (1931), primeira carta patrimonial publicada mundialmente, explicita a importância de conservar o patrimônio cultural, porém se atendo à importância da ocupação e preservação de monumentos. “O entendimento de patrimônio nela [Carta de Atenas] contido dizia respeito a obras monumentais, de natureza grandiosa, antiga, excepcional (...) os termos usados para descrevê-lo são monumento, estátua monumental e escultura monumental” (LIRA; CABRAL, 2012, p. 62).

Nesse sentido, Choay (2001) aponta que houve uma distância de quatrocentos anos entre a invenção do monumento histórico e da cidade histórica, sendo o espaço urbano pausado em meio ao campo patrimonial somente após a segunda metade do século XIX. Ainda segundo a autora, a partir da revolução industrial a cidade material passou a ser objeto de conhecimento histórico, visto que a renovada forma da cidade se contrastava em discordantes escalas com a chamada “cidade antiga”.

Foi a partir da década de 60 que a noção de patrimônio se ampliou, deixando de representar apenas monumentos

isolados e atribuindo conjuntos urbanos ao debate, bem como as edificações que os constituíam. A Carta de Veneza, apesar de publicada em 1964 durante o segundo Congresso Internacional de Arquitetos e Técnicos de Monumentos Históricos, traz considerações extremamente atuais, uma vez que, além de principiar a inserção dos conjuntos urbanos às práticas de conservação, reafirma a importância da manutenção contínua como forma de evitar intervenções severas, admitindo a utilização de materiais e técnicas modernas e o estímulo de usos compatíveis com a vida contemporânea e com as características estéticas e históricas dos bens. A Carta possibilitou uma ampliação no conceito de patrimônio, tanto no tocante ao espaço quanto à cultura.

Após as discussões trazidas pela Carta de Veneza, a Carta de Washington (1972) e a Declaração de Amsterdã (1975) rompem de vez o entendimento de patrimônio como bem monumental. A Carta de Washington traz instruções de cunho técnico e prático, definindo o que pode ou não ser permitido nas operações de salvaguarda e restauração, incentivando ainda a introdução de novos usos, desde que compatíveis com as características tipológicas do edifício. Além disso, salienta a importância da reversibilidade nas edificações, em razão do surgimento de novas técnicas e novos entendimentos sobre o assunto. Apesar da publicação da Carta ter ocorrido nos anos 70, o documento traz esclarecimentos ainda pertinentes na atualidade, especialmente porque nela o restauro é tratado a partir de uma abordagem metodológica, proposta por Cesare Brandi (1963).

A Declaração de Amsterdã, por sua vez, deixa os novos ideais ainda mais claros, reafirmando que o patrimônio arquitetônico é composto por todos os edifícios e conjuntos urbanos que apresentam interesse histórico ou cultural, extrapolando a monumentalidade e abrangendo inclusive a parte moderna da cidade. A declaração destaca a função so-

cial desempenhada pelo patrimônio, e pela primeira vez, a conceituação de conservação integrada é abordada em um documento patrimonial.

É nesse documento que é construído o conceito de conservação integrada, a qual diz respeito à “aplicação de técnicas de restauro sensíveis e pela escolha correta de funções apropriadas ao contexto de áreas históricas, levando em conta a pluralidade de valores, tanto econômicos como culturais, e visando julgamentos equilibrados”. (JOKILEHTO, 2002, p. 11).

Os princípios que embasaram a conservação integrada já estavam presentes em meio aos debates patrimoniais, porém somente na Declaração de Amsterdã são formalmente apresentados. “A conservação urbana integrada (CI) teve sua origem no urbanismo progressista italiano dos anos 70, representado pela experiência de reabilitação do centro histórico de Bolonha” (ZANCHETTI; LAPA, 2012, p. 19). Suas primeiras aplicações possuíam principalmente cunho social, buscando recuperar áreas residenciais antigas mantendo seus habitantes.

Os **princípios da Conservação Integrada**, explicitados na Declaração de Amsterdã, estão sintetizados a seguir:

O patrimônio arquitetônico contribui para a tomada de consciência da comunhão entre história e destino, sendo composto de todos os edifícios e conjuntos urbanos de interesse histórico e cultural, extrapolando as edificações e os conjuntos exemplares e monumentais para abarcar qualquer parte da cidade, inclusive a moderna;

O patrimônio é uma riqueza social; sua manutenção, portanto, deve ser uma responsabilidade coletiva;

A conservação do patrimônio deve ser considerada como o objetivo principal da planificação urbana e territorial;

As municipalidades, principais responsáveis pela conservação, devem trabalhar de forma cooperada, fundamentada em sistemas de fundos públicos que apoiem as iniciativas das administrações locais;

A recuperação de áreas urbanas degradadas deve ser realizada sem modificações substanciais da composição social dos residentes nas áreas reabilitadas, e para isso a adoção de incentivos fiscais deve ser prevista;

A conservação do patrimônio construído deve ser assunto dos programas de educação, especialmente dos jovens;

Deve ser encorajada a participação de organizações privadas nas tarefas da conservação integrada;

Deve ser encorajada a construção de novas obras arquitetônicas de alta qualidade, pois serão o patrimônio de hoje para o futuro.

A conservação urbana integrada passou a transformar áreas protegidas econômica e socialmente, agregando valor à economia urbana atraindo investimentos privados para as localidades. A partir disso, os princípios da CI passaram a ser utilizados para a leitura dos territórios urbanos como suporte prévio à realização de ações.

A revitalização de áreas históricas por meio da conservação urbana integrada tem como objetivo integrar o antigo ao novo, mantendo os processos de transformação ininterruptos na sociedade. No Brasil, as iniciativas referentes à revitalização de áreas urbanas consolidadas são recentes, podendo destacar algumas experiências como a do Pelourinho em Salvador (BA) e a do Bairro do Recife Antigo em Recife (PE).

Zancheti e Lapa afirmam que na conservação urbana integrada, a gestão é o modo de realização da estratégia geral de inovação/conservação e o plano estratégico é o instrumento de racionalização das ações/pactos, especialmente da ação

pública, deixando claro que na CI, apesar de existirem diretrizes claras, é necessário agenciar planos estratégicos que envolvam diversas esferas da sociedade e do poder público.

Atualmente, a conservação do patrimônio cultural faz parte dos princípios objetivados em planos estratégicos urbanos, porém os desafios são muitos, visto que as áreas protegidas devem se adaptar às necessidades contemporâneas. Os projetos e intervenções destinados a bens patrimoniais devem garantir o prolongamento da sua vida útil sem comprometer a sua existência, garantindo a transmissão de significâncias.

Em 1936 foi criado o SPHAN (Serviço do Patrimônio Histórico e Artístico Nacional), instituindo posteriormente o Decreto-Lei nº. 25 (1937) que regulamenta a preservação do patrimônio histórico no Brasil e o instrumento do tombamento.

No Brasil, o tombamento é o principal instrumento jurídico de preservação do patrimônio, sendo responsabilidade do IPHAN (Instituto do Patrimônio Histórico e Artístico Nacional) antigo SPHAN, transformando o status de um bem em bem patrimonial. Inicialmente, os critérios utilizados para selecionar os bens a serem protegidos diziam respeito ao seu caráter estético-estilístico, sua excepcionalidade e a autenticidade (momento da construção da obra), valorizando-se a arquitetura tradicional luso-brasileira produzida no período colonial (Bonduki, 2010).

O tombamento (..) é uma forma de intervenção do Estado na propriedade privada e pode ser definido como sendo a submissão de certo bem público ou particular a um regime especial de uso, gozo, disposição ou destruição, em razão de seu valor histórico, cultural, artístico, paisagístico, entre outros. A sua finalidade é a proteção de uma identidade coletiva. Por tal razão é justificada a intervenção do poder público na propriedade privada. (LIRA; CABRAL, 2012, p. 73).

Qualquer pessoa física ou jurídica pode solicitar o tombamento de um bem cultural ou natural, porém esse instrumento ainda possui limitações. Para muitos, o tombamento ainda é visto como uma prática meramente formalista que não beneficia os proprietários e impede a conciliação do imóvel com as dinâmicas atuais presentes na cidade. Habitualmente, o tombamento tornou-se mais uma adversidade do que um benefício, especialmente em relação às pretensões do mercado imobiliário.

A participação da sociedade civil em meio aos processos de tombamento se institui como um desafio gradativo. Sem a democratização ao realizar o tombamento do patrimônio, os bens culturais não cumprem sua função social de representar culturalmente os mais diversos segmentos da sociedade. Conforme apontam Lira e Cabral (2012) a inscrição dos bens em um dos Livros do Tombo é um procedimento eminentemente formal, que impõe limitações à propriedade privada quanto ao uso e não exatamente garante formas específicas de promover a salvaguarda do bem.

O monitoramento dos bens tombados não é previsto como responsabilidade do IPHAN, sendo o órgão responsável apenas pela fiscalização dos bens. Para que essa fiscalização aconteça, geralmente é necessária uma razão de ordem maior como uma obra ou denúncia deixando os bens patrimoniais sem acompanhamento, estando estes à mercê de transformações e descaracterizações indevidas sem acompanhamento básico.

Em razão disso, muitos bens acabam por perder características e elementos singulares que primordialmente os elevaram a classificação como bem patrimonial. A perda de atributos físicos interfere de forma direta no sentido da significância, tangível e intangível, se esvaindo assim a razão pela qual motivou-se o tombamento.

Paisagem Urbana Histórica, Publicidade e Qualidade Visual

A intervenção patrimonial está relacionada de forma direta às dinâmicas socioculturais, políticas e econômicas presentes na sociedade. Isto porque, para que ela ocorra, é necessário que haja o desejo de mudança ou adaptação. A intervenção física no patrimônio urbano edificado, pode ocorrer quando: há a necessidade de ajustar antigas edificações a novos usos e funcionalidades; buscar a recuperação física de um bem, evitando ou respondendo a degradações sofridas pelo mesmo; entre outras que relacionam-se sempre a inserção de algo que ali previamente não existia. Com isso, intervenções contemporâneas devem ser metodologicamente estruturadas para que, quando realizadas, sucedam sem que ocorram danos e possível degradação do bem, tendo como prioridade sua salvaguarda.

As atuais práticas de consumo e a mercantilização da paisagem urbana intensificaram a realização de intervenções, especialmente em centralidades urbanas de uso predominantemente comercial, mesmo quando estas ocorrem em meio a políticas mais amplas de requalificação. No Brasil, o estado das atuais políticas patrimoniais desdobra-se em meio a inúmeras dificuldades. A tentativa de salvaguarda de centros históricos resiste em meio à má conservação e o abandono das edificações, a ascensão da especulação imobiliária, a ocupação por população de baixa renda e falta de políticas de apoio financeiro para a manutenção dos edifícios, entre outros entraves. Consequentemente, tantas adversidades geram a descaracterização ou demolição de edificações remanescentes.

Com a publicação do Decreto-Lei nº25/37 (IPHAN, 1937), embora o anteprojeto de Mário de Andrade propusesse uma

ampla noção do que deveria ser entendido como patrimônio cultural, prevalecia a visão restritiva estabelecida pelos modernistas, que inicialmente consideraram poucas obras dignas de preservação. As edificações do século XIX eram deliberadamente destruídas, já que a proteção dos bens refletia de forma clara os interesses políticos do Estado, na busca de uma leitura específica de memória nacional baseada na arquitetura tradicional portuguesa. “A preservação arranca da paisagem tudo aquilo que contradizia o modelo escolhido como formalmente adequado para o contexto político de afirmação da brasilidade.” (SEVERO, 2004, p. 6).

Com a seleção dos bens protegidos seguindo os parâmetros modernistas de preservação e os interesses “ocultos” da União, a preocupação com o contexto urbano em meio à política patrimonial inexistia. Bonduki (2010), constata esse problema ao afirmar que durante a fase inicial da preservação no país ocorreu uma crescente degradação de edifícios e do patrimônio urbano como um todo, sendo estes afetados especialmente pela forte urbanização e valorização imobiliária.

No início dos anos 70 iniciou-se uma renovação da política de preservação federal. A necessidade de valorizar o contexto urbano ganhou destaque no cenário nacional, pois se tornou possível entender que no meio urbano estavam expressas a atuação social e os hábitos cotidianos. Os perímetros de intervenção se ampliaram abarcando espaços públicos e imóveis privados anteriormente alheios ao contexto da formação de identidade patrimonial brasileira.

Embora essa concepção tenha repercutido no país, o envolvimento da sociedade em diversas questões, incluindo os referentes ao patrimônio brasileiro, era quase inexistente durante o Regime Militar (1964 a 1985), tomando grandes proporções somente após a redemocratização e, sobretudo,

a partir da Constituição de 1988. Com a Constituição, emerge um movimento de descentralização da atuação federal em relação à salvaguarda patrimonial, buscando a inclusão dos Estados e Municípios como atuantes na proteção dos bens, sob a orientação do IPHAN. Ademais, é importante salientar também que os bens de natureza imaterial passaram a ser reconhecidos como patrimônio cultural brasileiro.

É de grande importância para o entendimento dessa fase mais abrangente da preservação os projetos e intervenções naquela época postos em prática. A comunidade finalmente conseguiu aderir a uma lógica de pensamento mais ampla e desprendida de paradigmas referentes aos bens passíveis de salvaguarda, entretanto, as decisões sobre as formas de intervenção no patrimônio continuaram sendo geridas pela dialética entre o poder público e seus aliados econômicos.

A criação de políticas de incentivo fiscal voltadas para a cultura, ampliou as possibilidades abertas por linhas de financiamento, tornando mais fácil a obtenção de isenções fiscais. Assim, inicia-se um processo de concepção de novas noções de marketing na cidade. No campo do patrimônio, começa a ser introduzida a perspectiva de reabilitação de áreas urbanas que, de forma diferenciada, utiliza de parcerias entre poder público e a iniciativa privada.

Nesse contexto, o patrimônio percebido como “produto cultural” suscetível aos interesses empresariais, tornou-se uma via de propaganda, cada vez mais evidente com a ascensão do capitalismo e da cultura consumista. Acerca da associação da preservação do patrimônio à noção de “atrativo cultural” e seu valor de mercado, iminente na década de 90, Severo (2004) reitera que:

O conceito de “cidade-documento” foi substituído pelo da “cidade-atração”. As marcas da paisagem construídas histórica e simbolicamente passaram a ser tratadas ex-

plicitamente pelo seu valor de mercado sistematizados na escala global. O consumo cultural desse marketing da cidade esvaziou ainda mais o potencial de rememoração dos monumentos históricos e potencializou a criação de simulacros, sejam eles pastiches de um tempo morto ou a inserção de elementos materiais absolutamente contrastantes. (SEVERO; 2004, p. 9).

Aos poucos, projetos e intervenções transformaram a cidade histórica em objeto de consumo. Muitas requalificações passaram a ter o intuito de mascarar a sensação de insegurança produzida pelas desigualdades econômicas e sociais dos usuários. Com a introdução de novos usos e funcionalidades, frequentemente ocorrem processos de gentrificação, que por sua vez, excluem comunidades que até então ocupavam determinados espaços de forma cotidiana, as substituindo aos poucos por novos públicos visados em estratégias de mercado.

É comum quando se fala em desenvolvimento econômico patrimonial apontar como solução imediata a incorporação de atividades turísticas. Essa visão é explicitada na Carta de Quito (1967) ao trabalhar a noção de que o patrimônio constitui um valor econômico e deve ser aproveitado para o desenvolvimento especialmente por meio da atividade turística:

Os valores propriamente culturais não se desnaturalizam nem se comprometem ao vincular-se com os interesses turísticos e, longe disso, a maior atração exercida pelos monumentos e a fluência crescente de visitantes contribuem para afirmar a consciência de sua importância e significação nacionais. (CARTA DE QUITO, 1967, p. 6).

É válido ressaltar aqui, que a intenção não é generalizar toda requalificação no espaço arquitetônico histórico como um

ato de prejuízo, muito pelo contrário. Para manter a cidade viva e para que os usos atuais se insiram de forma pertinente em áreas protegidas, requalificações e reavaliações são necessárias, promovendo a apropriação do espaço público e mantendo o curso atual dos processos sociais e de formação das cidades. Em alguns casos o turismo ainda é uma alternativa viável, porém, cabe chamar atenção à forma na qual se dão esses processos de renovação. A auto sustentabilidade dos espaços históricos não pode ser reduzida apenas a uma questão econômica.

Garantir a sustentabilidade da conservação do patrimônio é um objetivo relevante e do interesse de todos, principalmente frente à insuficiência de políticas públicas efetivas no país, porém assegurar uma aplicação equilibrada dessa diretriz, por meio das mais diversas opções, escolhendo aquela que se encaixe mais na realidade em que se insere, tanto social quanto economicamente, assegurará os valores culturais da paisagem urbana histórica.

Bonduki (2010), contribui com as discussões pontuando que a noção de sustentabilidade corroborada pelas políticas de requalificação em áreas históricas brasileiras, apesar de terem passado por inúmeros avanços, muitas vezes englobam uma visão neoliberal, voltada para atividades econômicas fomentadas pelo mercado, com ênfase no turismo e na espetacularidade do patrimônio. Apesar de terem ocorrido grandes programas de relevância para a preservação patrimonial no Brasil ao longo dos anos, podendo citar: Programa das Cidades Históricas (1973 a 1980); Monumenta (2000 a 2012) e PAC das Cidades Históricas (2013 a 2018); comumente utiliza-se de um padrão de modismos europeus e norte-americanos, ignorando fatores de existência únicos de cada área que se deseja requalificar. Por vezes, por não haver o investimento público necessário, estas requalificações tornam-se suscetíveis a condições propostas por investido-

res de cunho privado, que apenas objetivam maior alcance comercial de suas empresas.

Para compreender de melhor forma o processo de mercantilização dos espaços históricos e as consequentes intervenções pelas quais estas áreas são submetidas, é necessário primeiramente, interpretar a atual “simbiose” entre publicidade e a paisagem urbana. Um dos meios de comunicação mais antigos da sociedade é a paisagem urbana. Em 1983, Cullen definiu a paisagem urbana como a composição coerente entre edifícios, ruas e espaços que constituem o meio urbano. Para ele, um edifício único pode ser considerado arquitetura, porém “a relação entre dois edifícios próximos é suficiente para libertar a arte da paisagem urbana” (CULLEN, 1983, p. 135).

O constante crescimento da sociedade de consumo, trouxe consigo a evidenciação progressiva dos componentes constituintes da paisagem urbana como veículos de propaganda. Conforme reitera Corrêa (2007), a paisagem urbana é um meio de comunicação da identidade social e étnica de relevância para a reprodução social, já que por meio dela é possível estabelecer um repositório de símbolos, heranças e sentimentos. Por isso, é de extrema importância compreender as relações existentes entre publicidade, paisagem urbana e sua significância na construção da sociedade atual. Com a relevância dos meios de comunicação audiovisuais, a publicidade influencia de forma direta nas relações de consumo, direcionando e fundamentando estilos de vida e concebendo percepções que irão resultar em futuras heranças sociais.

Kevin Lynch (1997, p. 58), aponta como elementos físicos perceptíveis do espaço urbano:

Vias: canais nos quais o observador se move (ruas, passeios, linhas de trânsito, canais, ferrovias). As pessoas observam a cidade à medida que nela se deslocam e outros elementos organizam-se e relacionam-se ao longo das vias.

Limites: elementos lineares que exerçam papel de barreira ou promovam interrupções da continuidade (costas marítimas ou fluviais, ferrovias, muros, encostas). Mantêm uma região isolada das outras, conferindo à área características de organização e identidade.

Bairros: regiões urbanas de tamanho médio ou grande nas quais o observador reconhece elementos em comum, tanto estando dentro quanto fora de seus limites.

Cruzamentos: pontos locais estratégicos de uma cidade, focos para os quais as pessoas se deslocam (cruzamento de vias, esquinas, praças e largos). Muitas vezes se tornam os polos de concentração de um bairro.

Pontos marcantes: pontos de referência imagéticos nos quais o observador está externo. São normalmente representados por um objeto físico (sinais, placas, lojas, montanhas).

Apesar de assim segmentados, os elementos constituintes da estrutura urbana só existem verdadeiramente de forma integrada, sendo percebidos ao longo do percurso. A percepção destes elementos varia de acordo com o observador, o local de observação e época. Por isso, Cullen (1983) acredita que a percepção da paisagem urbana é fruto da visão serial. Lynch (1997) afirma que estes elementos de forma associada podem tanto valorizar a paisagem, quanto torná-la imperceptível. Um monumento, por exemplo, pode reforçar a identidade e contribuir na percepção do observador acerca do local em que se encontra, como também pode se

tornar um elemento contrastante, que impede a percepção tanto física quanto memorial daquele local.

Dessa forma, compreende-se que a mídia exterior pode ser considerada um elemento físico da paisagem urbana que a depender de sua inserção pode funcionar ou colaborar com a definição dos elementos citados por Lynch (vias, limites, bairros, cruzamentos e pontos marcantes). Mendes (2006), exemplifica essa compreensão, destacando uma região na cidade de São Paulo:

É possível identificar os elementos de publicidade exterior instalados na zona de servidão dos trens metropolitanos, às margens do rio Pinheiros, como elementos que definem limites de uso, assim como o próprio rio e os trilhos da ferrovia. Ao mesmo tempo são pontos nodais importantes por caracterizarem a transição entre espaços inseridos ou excluídos da avenida marginal. (...) Os anúncios de fachada da Rua Oscar Freire, ao refletirem o requinte e sofisticação dos moradores de um bairro de classe alta, refletem o próprio bairro - ou seja, a parte da cidade com características específicas que as diferenciam das demais. (MENDES, 2006, n.p.).

Mendes (2006), aponta que a mídia exterior ou publicidade ao ar livre pode ser compreendida como um dos meios de comunicação existentes na paisagem urbana, tendo como suporte a cidade, possibilitando o veículo de ideias, produtos e informações. A utilização da paisagem urbana como meio de comunicação vem se modificando ao longo dos anos, visto que rotinas tornaram-se cada vez mais cansativas, transformando o tempo em dinheiro, modos de viver em estratégias de mercadoria e conseqüentemente, ruas em vitrines.

Ainda de acordo com Mendes (2006), o que diferencia a paisagem urbana dos demais meios de comunicação em

massa é o fato de ser um veículo no qual o público alvo se expõe compulsoriamente. "A paisagem urbana é, ao mesmo tempo, o meio de comunicação e a própria mensagem" (MENDES, 2006, n.p.). Em outros veículos midiáticos, pressupõe-se qual será a percepção e recepção do público alvo; já no caso da paisagem urbana, é possível obter de forma imediata e instantânea o resultado dos esforços midiáticos, concretizando de forma efetiva o processo comunicativo.

A paisagem urbana é a manifestação física da existência da sociedade, assim como é palco para o desenvolvimento de suas complexas relações. Entende-se que a publicidade e a propaganda, desenvolvem-se tanto de forma imaterial por meio da comunicação verbal, como materialmente através de elementos de grande impacto visual, atualmente em proporções muito mais amplas.

Quando se trata de áreas mais densas, a paisagem urbana desempenha papel único na publicidade, tanto pela alta massa construtiva como em relação à quantidade populacional que atinge. Dessa forma, as edificações das centralidades urbanas históricas comerciais tornam-se alvos certos da publicidade, não somente pelas questões já tratadas relacionadas ao turismo, mas também por serem locais densos nos quais grande contingente de pessoas circula a pé ou em veículos de baixa mobilidade. Somando-se a isso, muitos proprietários vendem seus imóveis abaixo dos preços do mercado formal, abatidos por conta da burocracia e processos formais que envolvem a intervenção de imóveis protegidos.

Mesmo em áreas mais densas como os centros comerciais, a mídia exterior pode ser facilmente identificada em meio às edificações, muitas vezes se sobrepondo às fachadas através de exageradas intervenções publicitárias. Quando a visibilidade do edifício não é suficiente para transmitir sua

mensagem, criam-se os anúncios de identificação, buscando uma comunicação mais precisa e direta. Por meio dos mais diversos símbolos e sinais a publicidade formaliza o processo de comunicação através de placas, letreiros, outdoors, toldos, vitrines, totens entre outros elementos que facilitem a comunicação visual. Venturi, Scott-Brown & Izenour (2003) destacam o papel dos sinais na publicidade ao trazer como exemplo a Main Street das cidades americanas, dotadas de vitrines para o pedestre e letreiros externos perpendiculares à rua, voltados à atenção dos motoristas.

Os sinais gráficos presentes em vitrines e fachadas surgiram à medida que crescia o comércio das cidades. Elementos publicitários externos tornaram-se cada vez mais comuns como um novo atrativo aos consumidores tomando as mais diferentes formas com o aprimoramento das técnicas de produção dos letreiros, desenvolvimento de vidros e o aprimoramento das artes gráficas.

Segundo Mendes (2006, p. 51), na mídia exterior existem vários tipos de anúncios que podem ser classificados segundo suas funções e características:

Identificação: Serve para identificar as atividades exercidas em determinado local, com as fachadas comerciais da loja;

Cooperação: Divulga produtos ou serviços no espaço interno ou externo de estabelecimentos que o comercializam, estabelecendo uma parceria entre o ponto de venda que cede o espaço e os fabricantes;

Divulgação: recorre a suportes exclusivamente destinados à publicidade, em espaços públicos ou privados. Está fora do ponto de venda;

Móvel: veiculada em suportes móveis (ônibus, carros, táxis, caminhões...);

Mobiliário Urbano: instalado em equipamentos como abrigos de ônibus, sanitários públicos, coletores de lixo e telefones públicos.

Dentre estes tipos, o de **identificação**, o de **cooperação** e **divulgação** são os que têm maior relação com a paisagem urbana. Os anúncios do tipo de identificação e cooperação, possuem uma relação direta com o edifício, já que para instalá-los é necessário analisar o posicionamento mais vantajoso quanto às características físicas da fachada, para que a visualização seja de maior alcance, e ainda a relação estilística entre o prédio e o tipo de produto que se quer comercializar.

Fachadas comerciais demandam alterações constantes para que chamem sempre a atenção dos usuários. Em conjuntos históricos, as alterações constantes nas fachadas contribuem com o desgaste e a degradação da edificação. Venturi, Scott-Brown & Izenour (2003), constatam que em Las Vegas - cidade marcada pelo excesso de anúncios publicitários - a estrutura de suporte dos anúncios não integra as fachadas dos estabelecimentos comerciais, possibilitando a alteração constante, sem que a fachada seja comprometida.

Anúncios de **divulgação**, diante da grande concorrência entre marcas, tendem a se alastrar pelo espaço público de forma saturada. Esse tipo de anúncio busca orientar o trajeto do consumidor até a loja e geralmente tem função exclusivamente propagandística, reforçando objetivos de consumo na intenção de persuadir cada vez mais o receptor a buscar determinado produto ou marca. No geral, buscam atingir volume expressivo de pessoas quando inseridos em centros comerciais, provocando interferências fora de controle na paisagem urbana.

A localização das lojas, a marca e a forma de suas fachadas são aspectos da arquitetura comercial presentes no ambiente

te varejista. Este fator influencia a criação de “situações de compra” (BLACKWELL; MINIARD; ENGEL, 1999, p. 509) do marketing varejista, induzindo a aquisição de produtos por parte do consumidor. Ao tratar dos letreiros luminosos que compõem o Motel Monticello em Las Vegas, Venturi, Scott-Brown & Izenour (2003), pontuam que esse tipo de arquitetura de estilos e signos é “anti espacial”, portando-se mais como uma arquitetura de comunicação do que de espaço, na qual a comunicação domina o espaço tanto na arquitetura como na paisagem.

A postura de Venturi, Scott-Brown & Izenour (2003) que investigaram a arquitetura de Las Vegas, foi analisada por Kolhaas (2000), ao entrevistar os autores aproximadamente 25 anos após o estudo. Venturi e os demais, mantêm suas posições acerca desse tipo de arquitetura, ao afirmar que a produção atual está longe de reter de uma forma escultórica obtida na renascença ou no movimento moderno, passando a desfrutar de uma forma iconográfica. A iconografia nas fachadas permite uma interlocução contínua entre a sociedade de consumo presente nos contextos urbanos do mundo globalizado. O desafio, no caso das centralidades urbanas históricas, é justamente a preservação de suas edificações, bem como de suas fachadas, que muitas vezes se encontram completamente cobertas por essa iconografia.

Com isso, o espaço do sítio histórico, quando exerce papel de território de funcionamento das estratégias de marketing, torna-se um espaço mercadológico de compra e venda. A leitura do espaço obtida pela população ao frequentar essas áreas, certamente não será memorando seus processos históricos, mas sim absorvendo as sensações criadas pelos varejistas, condicionadas pela dinâmica comercial que se apresenta.

Nóbrega, Câmara e Queiroz (2010), definem as edificações

comerciais como: edifícios suportes (de equipamentos) e edifícios publicitários. Os edifícios suportes são aqueles em que apesar do equipamento fixado ou pintado na sua fachada, a leitura arquitetônica dos elementos arquitetônicos que compõem a fachada pode ainda ser realizada. Os edifícios publicitários são aqueles cujo equipamento publicitário é fixado ou pintado na fachada de tal forma que impede a leitura adequada dos elementos arquitetônicos que compõem a edificação. Quando um sítio urbano apresenta grande maioria do seu espaço urbano delimitado por edifícios publicitários, conclui-se que este espaço passa a ser, também, um espaço publicitário.

Nasar (1988), aponta que os anúncios comerciais quando planejados de maneira isolada, desconsiderando o efeito que causam ao ser inseridos no espaço urbano, geram impactos negativos sob a percepção dos indivíduos. Verifica-se um grande número de anúncios, placas, toldos, marquises e letreiros que encobrem e descaracterizam construções em diversos centros comerciais históricos brasileiros, sendo essa uma das formas de intervir mais ocorrentes no presente. O predomínio da simbologia comercial em detrimento do patrimônio edificado pode ser perfeitamente exemplificado por meio dos seguintes bairros de cidades nordestinas (Figura 04): São José, no Recife (Pernambuco); Centro de Aracaju (Sergipe); Centro, em João Pessoa (Paraíba) e Centro, em Salvador (Bahia).

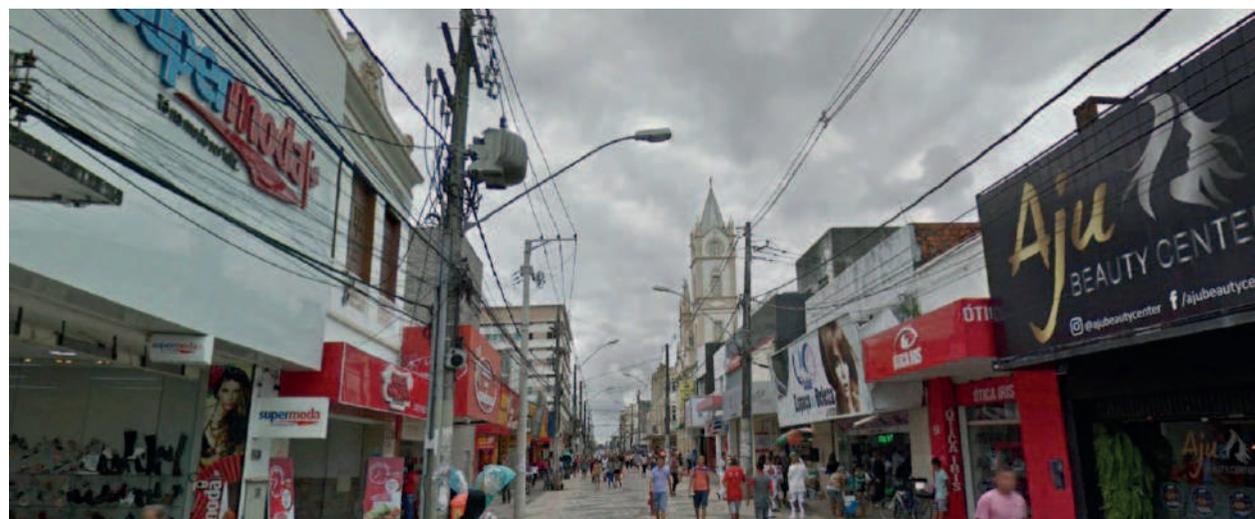
Figura 04.1: Publicidade em áreas de interesse histórico - São José - Recife.

Fonte: Google Street View, 2021, adaptado pela autora.



Figura 04.2: Publicidade em áreas de interesse histórico - Centro - Aracajú.

Fonte: Google Street View, 2021, adaptado pela autora.



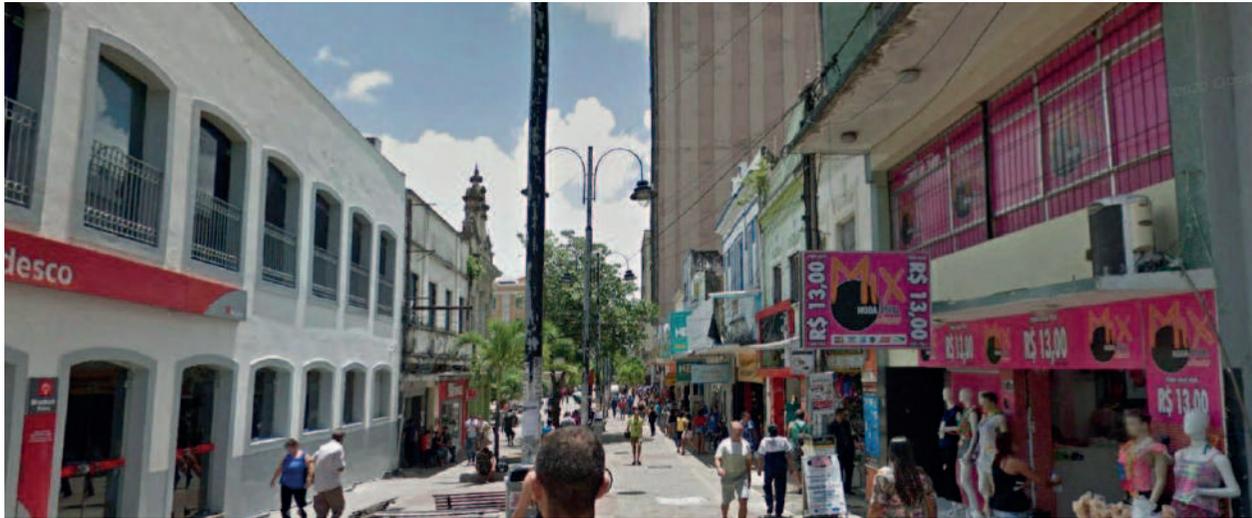


Figura 04.3: Publicidade em áreas de interesse histórico - Centro - João Pessoa.

Fonte: Google Street View, 2021, adaptado pela autora.



Figura 04.4: Publicidade em áreas de interesse histórico - Centro - Salvador.

Fonte: Google Street View, 2021, adaptado pela autora.

Os centros históricos comerciais brasileiros, por se tratarem de áreas vantajosas para a implantação de elementos midiáticos e publicitários, tanto pela sua morfologia urbana como pela constante associação ao comércio e turismo, abrigam características muitas vezes semelhantes se analisadas com base nas vantagens buscadas pelas empresas criadoras de marketing. A inserção da mídia exterior na paisagem urbana de forma indevida, pode acarretar efeitos negativos, conferindo aos ambientes baixa qualidade visual, descaracterização de unidades constituintes da paisagem histórica, além de interferir na noção de legibilidade do espaço percebida pelos usuários. Passini (1922), em um estudo em Montreal, verificou que quando um observador é exposto a quantias excessivas de estímulo visual, em zonas de grande concentração de comércio e com intensa publicidade, tem reduzida a sua capacidade de localizar-se em função da baixa qualidade visual do espaço.

Os princípios de organização visual apontados pela da Teoria da Gestalt (FILHO, 2008), podem servir de parâmetro ao tratar da relação entre os elementos constituintes da paisagem. A **complexidade** e o **contraste** - princípios da organização formal - influenciaram a análise e avaliação da qualidade visual do ambiente por autores como Stamps (2000), Nasar (1988) e Arnheim (1977). Além disso, o princípio da **proximidade**, ao analisar a quantidade excessiva de anúncios presentes em um determinado espaço, faz com que estes elementos sejam percebidos como unidades (LANG, 1987). Dessa forma, corrobora-se a ideia de que os anúncios não somente fazem parte da paisagem urbana como elementos agregados a unidades da paisagem, mas sim como uma nova forma de unidade.

Para Weber (1995, p. 113), "[...] quanto mais ordenada for uma configuração, maior será sua qualidade visual". Portanto, o conceito de qualidade visual deve corresponder

ao fato de uma determinada composição fazer sentido ao indivíduo, sendo facilmente compreendida (NASAR, 1988). Quando não há qualidade visual, não há agrupamentos, não existe fator de coerência, nenhuma estrutura, nenhum tema semântico formal, prevalecendo o conflito e a ausência de regras (ARNHEIM, 1977, p. 171).

Para identificar o grau de ordenação de determinados ambientes, devem ser consideradas as relações estabelecidas entre os elementos formais da paisagem, já que estas relacionam-se à qualidade visual do espaço construído (WEBER, 1995; NASAR, 1988; ARNHEIM, 1977). No caso das centralidades urbanas históricas, os elementos constituintes da ordem seriam, portanto, tanto as construções quanto a publicidade que abrigam. Uma centralidade desordenada é caracterizada pela falta de arranjos formais, sendo estes planejados individualmente, desconsiderando seu entorno ou caracterizada pela ausência total de qualquer iniciativa de ordem (ARNHEIM, 1977).

Utilizando então dos princípios trazidos pela Teoria da Gestalt (1987), uma composição **complexa** corresponde àquela que possui grande número de elementos arquitetônicos distintos, estando relacionada à diversidade existente entre as partes constituintes do ambiente (WEBER, 1995; NASAR, 1988). Portella (2003) sugere que o termo **complexidade** deva ser utilizado como sinônimo de variação entre as características físicas dos anúncios e das construções, sendo que quanto maior a **complexidade** (variação) menor será o grau de ordenamento. Portella (2003), aponta ainda que, estudos de Weber (1995), Nasar (1988), e outros comprovam que o controle da **complexidade** é essencial para que um ambiente seja visto como positivo. Por isso, grande parte das normas ao tratar da redução da poluição visual, referem-se ao controle das variações das características dos anúncios.

Nasar (1988), aponta que em áreas comerciais é preferível a moderada **complexidade**, geralmente alcançada pela padronização da proporção e formas dos anúncios, devendo estes tender a formatos retangulares dispostos na horizontal, já que muitas vezes a colocação de letras diretamente nas construções é proibida.

Ao tratar do princípio da **proximidade**, a associação comum relaciona-se à densidade de anúncios agrupados em uma mesma região. Alguns anúncios quando apresentados de forma isolada, podem chamar a atenção do passante, porém quando em grupos muito densos podem ter efeito oposto ao desejado. Moles (1987), afirma que há um limite máximo à percepção de agrupamentos, fazendo com que o olhar do observador se desvie espontaneamente.

Portella (2003), destaca alguns estudos realizados por Nasar (1988) e Wohlwill (1982, 1980) demonstrando que o alto grau de **contraste** existente entre as características dos anúncios comerciais interfere negativamente na qualidade visual dos centros comerciais. Normas de regulamentação aplicadas nos Estados Unidos e alguns países da Europa possuem um rígido controle quanto ao grau de **contraste** permitido.

Nasar (1988) pontua que o grau de ordenamento da aparência dos centros de comércio pode aumentar a partir da redução do contraste entre anúncios, trazendo como centros agradáveis aqueles com baixo contraste e negativos, os que utilizam de alto contraste. Vale ressaltar que a constância pode gerar confusão, já que a repetição dos mesmos elementos elimina qualquer possibilidade de contraste.

Como exemplo desses contrastes é possível citar prédios nos quais funcionam diversos estabelecimentos comerciais, nos quais proprietários subdividem uma mesma fachada em distintas cores e anúncios, buscando o destaque de seu es-

tabelecimento ou produto (Figura 05). Essa situação além de reduzir a qualidade visual do ambiente, desconfigura muitos prédios de interesse histórico e cultural (NAOUMOVA, 1999).

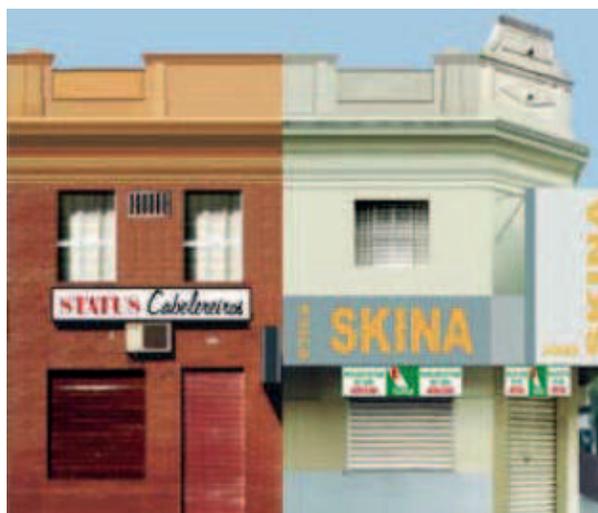
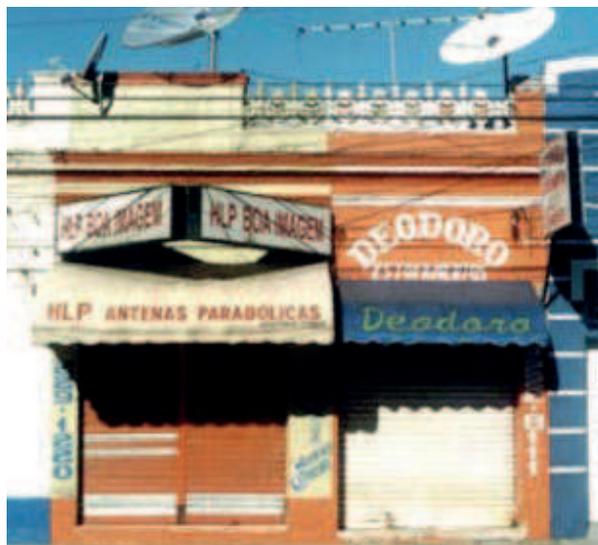


Figura 05: Fragmentação de Fachadas em Pelotas, Rio Grande do Sul.

Fonte: Portella, 2003, adaptado pela autora, 2022.

Acerca do contraste e a grande densidade de informações em um mesmo ambiente Mendes (2006), pontua:

O excesso de elementos diferenciados ou de relações de contraste num mesmo espaço (...) pode criar a sensação de caos visual. É o que a mídia exterior provoca, em muitos casos, ao tentar se destacar em paisagens de formas e significados complexos e heterogêneos. (MENDES, 2006, p. 41).

Para que seja possível compreender a fundo todos os efeitos proporcionados pela inserção da mídia exterior na paisagem urbana, é necessário analisar suas características físicas e formais e somente assim compreender a complexidade do seu impacto no meio urbano, como: proporção, formato, tamanho, cor, fixação (justaposto ou pintado na fachada), disposição (paralelo ou perpendicular à fachada), localização (na base, no corpo ou no coroamento da fachada), número de imagens, tipos de letras em relação a área livre dos anúncios, contraste cromático entre as letras e o fundo destes (NASAR, 1988; NASAR E HONG, 1999; MOLES, 1987; SCENIC AMERICA, 2000, 1999, 1993).

Fatores não tangíveis também podem contribuir na qualidade visual dos espaços, como já apontado ao tratar da significância patrimonial, trazendo o simbolismo como um elemento intrínseco à percepção visual de um ambiente. Lynch (1972), constatou que em prédios nos quais são atribuídos significados históricos, existe uma relação direta com a qualidade visual, já que estes são responsáveis pela caracterização do local. Além disso, construções e espaços históricos exercem importante papel de ponto ou marco focal em mapas cognitivos. Em seu estudo sobre legibilidade, Lynch (1997) constata uma ligação sentimental com o que é antigo, acreditando que essa percepção se relaciona ao fato de que a maior parte dos ambientes atuais seriam justamente cons-

tituídos por prédios novos.

Portella (2003), destaca dois importantes estudos acerca da relação entre a qualidade visual e áreas históricas. O primeiro deles desenvolvido por Milgram e Jodelet (1976, apud Nasar 1998) demonstra que a avaliação de um prédio novo quando percebido como antigo é primeiramente positiva, porém quando esse engano é desfeito, a avaliação decresce, em função do significado atribuído ao valor estético de algo antigo. A segunda investigação é feita por Azevedo (2000), na qual ela comprova haver indícios de que a presença de prédios históricos torna o cenário urbano mais agradável, especialmente quando correspondem a construções ecléticas e coloniais. Sendo assim, pode-se concluir que os prédios históricos, por sua significância, são essenciais à promoção da qualidade visual.

Nos Estados Unidos e em alguns países da Europa, desde o século XX existem discussões e proposições relacionadas ao controle estético da paisagem quanto à publicidade (Scenic America, 2000, 1999, 1993; Nasar, 1988). O Design Review - conjunto de medidas de maior relevância relacionado à manutenção da qualidade visual na Europa e Estados Unidos - abrange uma série de diretrizes que controlam a variação dos aspectos formais relativos à publicidade em edificações (STAMPS, 2000).

Uma pesquisa realizada nos Estados Unidos confirma que 74% das normas do Design Review estão relacionadas à padronização das características físicas dos anúncios comerciais (STAMPS, 2000). De acordo com a organização Scenic America (1999), esse controle foi possibilitado por ter como fator fundamental o apoio, cooperação e aceitação da população, que reivindicava ações que inibissem a deterioração da aparência das centralidades comerciais.

No Brasil, medidas que visam a redução dos problemas

causados pelos anúncios comerciais são recentes e pontuais. Quando aplicados a áreas urbanas históricas, o levantamento de meios e soluções de combate à poluição visual no patrimônio são ainda mais recentes, mesmo que seja visto por muitos como uma adversidade à salvaguarda e que por tabela seja ponderada em meio a formulações de normas de preservação.

Historicamente, a legislação e a instituição de parâmetros ao regulamentar morfologicamente o meio urbano, presta um papel de relevância como referencial para a tomada de decisões em relação a intervenções nas propriedades. Para minimizar os impactos grandiosos que a mídia externa acarreta em áreas de proteção histórica, normativas e parâmetros devem ser propostos e amplamente difundidos.

No Brasil, vale destacar a Lei nº 14.223, a **Lei Cidade Limpa**, criada na cidade de São Paulo com o intuito de reduzir a poluição visual, equilibrando os elementos que compõem a paisagem urbana de São Paulo. A lei foi instituída por meio do decreto regulamentador nº 47.950 e busca reprimir a degradação ambiental, preservando a integridade do espaço urbano e do patrimônio histórico, a memória cultural e histórica e facilitando a visualização das características das ruas, avenidas, fachadas e elementos naturais e construídos da cidade.

O Programa Corredor Cultural, em vigor desde 1989, na cidade do Rio de Janeiro, criou um conjunto de diretrizes que regem a ordenação dos anúncios comerciais. Aprovado pela Lei Municipal nº 506/94, o Programa instituiu uma comissão permanente encarregada da fiscalização e cumprimento da normativa estabelecida. A proposta do Programa é controlar principalmente as seguintes variáveis nos anúncios: posição e localização em relação à fachada, dimensões, materiais, cores, distanciamento da base inferior do anúncio ao meio

fio e tipos de letras. Foram oferecidos incentivos fiscais aos proprietários de edificações de valor histórico e cultural mantidas sem descaracterização, em especial por parte dos anúncios.

A Prefeitura da cidade de Goiânia, que possui centro predominantemente Art Déco, sancionou a Lei Complementar nº 326/20 que trata do Programa de Ordenação dos Engenheiros Publicitários nos Núcleos Urbanos Pioneiros de Goiânia. O objetivo da lei é padronizar as placas de propaganda comerciais e letreiros de identificação dos imóveis, comerciais e/ou residenciais, localizados ao longo do traçado histórico de criação e crescimento da cidade, além de estabelecer prazo para que as fachadas dos imóveis sejam reformadas e restauradas pelos proprietários (ROTA JURÍDICA, 2000). A prefeitura lançou ainda um programa de incentivo, cedendo a isenção de até dois IPTUs para os estabelecimentos que normatizaram suas fachadas (O POPULAR, 2020).

Os principais exemplos de programas de requalificação urbana e/ou promoção da qualidade visual no Brasil, levam a conclusão de que são necessárias políticas públicas e normatizações que sigam os princípios pregados pela Conservação Urbana Integrada, implementando projetos de requalificação que avaliem as situações específicas de cada ambiente, evitando a transformação do sítio urbano histórico em um produto de mercado vazio de valores culturais, alheio a seus processos históricos e sua população, os resguardando de ações excludentes que possam gerar processos de gentrificação, para que assim seja possível o pleno desenvolvimento das políticas públicas elaboradas a efetiva apropriação das normativas e projetos.

Normatização da Publicidade como Estratégia de Preservação do Patrimônio Edificado

Tendo em vista os prejuízos causados pela utilização inadequada da publicidade em sítios históricos, entendendo que os mesmos podem acarretar em perda de legibilidade, descaracterizações e bloqueio de fachadas, inibindo aspectos de reconhecimento da autenticidade ou de preservação das características estéticas e formais legítimas das construções; algumas cidades optam não somente pela criação de normativas, como também de instrumentos de apoio que auxiliem na educação patrimonial e apropriação normativa efetiva.

A preservação dos bens culturais e materiais, quando realizada pelo IPHAN, organiza-se por meio de atividades de identificação, proteção e gestão. Por meio de leis, decretos, diretrizes e normativas, diversas centralidades históricas brasileiras têm sua salvaguarda comprovada. Acerca disso o IPHAN pontua:

No que diz respeito às Cidades Históricas, ao longo de sua história o IPHAN priorizou ações voltadas à sua proteção, através do instituto do tombamento. Deste modo, apesar do passivo em bens ainda a serem protegidos, um passivo maior ainda é verificado em ações de gestão dos sítios, conjuntos urbanos ou conjuntos arquitetônicos, em especial em termos de elaboração de suas Normas de Preservação. (IPHAN, 2010, p.3).

As normas de preservação devem “garantir a preservação dos aspectos necessários para a leitura dos valores atribuídos ao sítio e que motivaram seu tombamento” (IPHAN, 2010, p.10). Para o caso de sítios urbanos ou conjuntos históricos arquitetônicos o IPHAN, geralmente tem trabalhado

com a delimitação de poligonais de tombamento e entorno. Esses conjuntos tombados não necessariamente são contíguos no tecido urbano, “não sendo determinante a necessidade de que as partes estejam conformadas num mesmo limite físico” (IPHAN, 2010, p. 12).

Embora existam e sejam de extrema importância para o mantimento dos conjuntos históricos, somente instrumentos legais são incapazes de impedir que as áreas livres e imóveis tombados sejam objetos de intervenções irregulares. “[...] Menos de 10% das áreas tombadas em nível nacional dispõe de normas eficientes capazes de nortear as intervenções nos conjuntos históricos, o que dificulta a ação eficaz e transparente, tanto na análise dos projetos de intervenção, quanto na fiscalização dos locais não normatizados.” (IPHAN, 2010, p.5). Mesmo com a instituição de parâmetros destrinchados por escrito, inúmeros imóveis históricos vêm perdendo sua autenticidade e integridade e características que inicialmente os tornaram parte de um acervo singular.

A legislação patrimonial é vista por grande parte da sociedade como empecilho para o pleno desenvolvimento das cidades, visto que os processos burocráticos que envolvem os instrumentos de salvaguarda e a possibilidade de realização de intervenções ocorrem de forma lenta, gradual e algumas vezes dispendiosa. As medidas legislativas por si só não são o suficiente para impedir a degradação a qual imóveis estão suscetíveis, principalmente quando estes sofrem grande pressão por parte do mercado imobiliário. Quando o conjunto normativo é proposto sem que sejam estabelecidas contrapartidas aos proprietários, como por exemplo isenções fiscais, as dificuldades para instituir a normatização de forma efetiva são ainda maiores.

Grande parte da fragilidade relativa à apropriação das normativas patrimoniais se dá pela fragilidade nas políticas

de educação patrimonial, visto que a população brasileira muitas vezes encontra-se alheia a questões patrimoniais, desconhecendo tanto procedimentos e normas de proteção, quanto a relevância do mantimento patrimonial para a sociedade. Horta, Grunberg e Monteiro (1999) definem educação patrimonial como:

[...] Um processo permanente e sistemático de trabalho educacional centrado no Patrimônio Cultural como fonte primária de conhecimento e enriquecimento individual e coletivo. A partir da experiência e do contato direto com as evidências e manifestações da cultura, em todos os seus múltiplos aspectos, sentidos e significados, o trabalho da Educação Patrimonial busca levar as crianças e adultos a um processo ativo de conhecimento, apropriação e valorização de sua herança cultural, capacitando-os para um melhor usufruto destes bens, e propiciando a geração e a produção de novos conhecimentos, num processo contínuo de criação cultural. (HORTA; GRUNBERG; MONTEIRO, 1999, p. 4).

Horta et al (1999), afirma que muitas experiências de educação patrimonial foram realizadas em diferentes contextos e locais do país, obtendo resultados positivos na aplicação de metodologias de educação patrimonial. Sobre a importância do desenvolvimento de formas distintas de educação patrimonial atreladas às normativas, discutidas no 1º Encontro Nacional de Preservação Patrimonial, em São Cristóvão, Sergipe, Casco (2005), afirma:

[...] não é possível organizar o campo das ações de educação patrimonial desenvolvidas pela sociedade com metodologias e normas. Por sua vez, a elaboração de diretrizes para a definição de uma política voltada para a preservação do patrimônio e da memória, cuja responsabilidade é efetivamente do Estado através de seus distintos ministé-

rios e instituições, deve considerar os diferentes universos como o da educação formal, o dos espaços culturais como museus, assim como o vasto território de iniciativas empreendidas pela sociedade, com as liberdades e restrições que cada tempo impõe e aceita. Além do mais, é importante que fique claro que tais diretrizes devem orientar a ação institucional, e não regular o campo social que precisa ter independência e criatividade próprias para inventar e sugerir trabalhos de educação patrimonial. (CASCO, 2005. p. 2).

Em alguns casos, políticas de preservação e suas consequências normativas são elaboradas sem a participação popular, desenvolvendo ações que sistematicamente falham em solucionar problemáticas percebidas apenas pela comunidade local, descredibilizando assim, processos de vivência. Acerca dessa dificuldade, o Departamento de Patrimônio Material e Fiscalização - DEPAM, do IPHAN, em seu documento "Normatização de Cidades Históricas" (2010), pontua que melhorias metodológicas vêm sendo desenvolvidas ao longo do tempo, corroborando com a criação de normativas mais coerentes com a realidade em que se aplicam:

[As normativas] precisam discernir entre o interesse público e o privado, e precisam contar com elevado grau de razoabilidade em sua elaboração, de forma a garantir a preservação das características que motivaram seu tombamento, sem representar um entrave para a qualidade de vida da população que ali vive ou que utiliza a área [...] precisam, além de ser ferramentas de controle, ter a capacidade de implantar diálogos locais, relacionados com parâmetros realistas da qualidade de vida da população, e que idealmente sejam incorporados aos planos diretores das cidades, e assim fiscalizados em conjunto com as prefeituras e associações locais. (IPHAN, 2010, p.17).

Ademais, as legislações que regem áreas tombadas precisam estar difundidas nos mais diversos meios de divulgação e comunicação disponíveis. Com a facilidade em propagar conteúdo, promovida pela internet, o acesso às normativas deve ser incluído em veículos de comunicação online e digitais, como blogs, sites, portais; simplificando o processo de obtenção da documentação e legislação necessária para iniciar processos relativos à salvaguarda patrimonial.

Quanto às normas relacionadas à engenhos publicitários, poucas cidades brasileiras avançaram na criação de legislações mais abrangentes e específicas que tratem do assunto. No geral, alguns artigos e capítulos de leis e decretos técnicos gerais de proteção tratam da temática, sem que sejam fornecidos detalhes ou materiais imagéticos e didáticos que facilitem no entendimento e visualização dos parâmetros propostos.

Como exemplos, foram sistematizadas algumas localidades históricas regulamentadas por conjuntos de diretrizes que dedicam apenas alguns parágrafos de suas normativas ao tratamento da publicidade. Vale salientar que foram buscadas leis e anexos complementarem a esses decretos, que pudessem prestar a apoio à temática, porém esses materiais não foram encontrados. Também, não são mencionados outros instrumentos de apoio normativo no corpo das legislações que levem a crer a existência de parâmetros externos a essas documentações. Sendo assim destacam-se as normativas das seguintes cidades:

Ouro Preto, Minas Gerais: Anexo III - Dos Engenhos e/ou Veículos de Publicidade e Propaganda e da Sinalização Pública e Propaganda Institucional, Portaria nº 312, de 20 de outubro de 2010. Dispõe sobre os critérios para a preservação do Conjunto Arquitetônico e Urbanístico de

Ouro Preto em Minas Gerais e regulamenta as intervenções nessa área protegida federal.

Areia, Paraíba: Art. 22. a 28. da Portaria nº297 de 04 de outubro de 2010. Dispõe sobre a regulamentação e os critérios de avaliação de intervenções no Conjunto Histórico, Urbanístico e Paisagístico da Cidade de Areia e entorno, no estado da Paraíba, tombado em nível federal pelo Instituto do Patrimônio Histórico e Artístico Nacional – IPHAN através do Processo de Tombamento nº1.489-T-02 e inscrito nos Livros do Tombo Histórico e Arqueológico, Etnográfico e Paisagístico, conforme Decreto Lei 25 de 30 de novembro de 1937.

Icó, Ceará: Títulos IV e V da Portaria nº 211 de 8 de agosto de 2019. Dispõe sobre diretrizes e critérios para a preservação das áreas contidas na poligonal de tombamento e de entorno do Conjunto Arquitetônico e Urbanístico de Icó, situado no Município de Icó, no Estado do Ceará, bem objeto de tombamento federal pelo Instituto do Patrimônio Histórico e Artístico Nacional- IPHAN.

Laranjeiras, Sergipe: Seção III - Dos parâmetros para equipamentos publicitários e demais elementos móveis fixados às edificações e aos espaços públicos, Portaria nº15 de 21 de janeiro de 2019. Dispõe sobre diretrizes e critérios para a preservação das áreas contidas na poligonal de tombamento e de entorno do Conjunto Arquitetônico, Urbanístico e Paisagístico de Laranjeiras - SE, situado no Município de Laranjeiras, no Estado de Sergipe, bem objeto de tombamento federal pelo Instituto do Patrimônio Histórico e Artístico Nacional- IPHAN.

Lapa, Paraná: Sobre a Publicidade ao Ar Livre - Normativa do Centro Histórico da Lapa, Complementar a Lei Estadual nº 1.211, de 16 de setembro de 1953.

É importante frisar que as normativas listadas acima foram escolhidas por terem sido instituídas posteriormente ao ano de 2010, já que os questionamentos e preocupações acerca da poluição visual em conjuntos históricos brasileiros têm sido recentes. Nestes documentos são encontrados parâmetros esmiuçados em escrito, porém como fator comum, nenhuma normativa traz anexos apêndices ou ilustrações no corpo do seu texto que auxiliem no entendimento e visualização da regulamentação, mesmo com a publicidade tendo sua aplicação intimamente ligada a questões visuais.

Nota-se também que o conteúdo é apresentado de forma bastante técnica utilizando de linguagem rebuscada acompanhada de termos geralmente utilizados na área da construção civil designando elementos construtivos como: balanço, vão, beiral, calha. Dada a extrema desigualdade social brasileira e a carência em programas de educação patrimonial em meio a sociedade, seria interessante identificar previamente cada elemento técnico presente no corpo normativo, por meio de glossários ou apêndices explicativos.

Demonstrando ter em vista a preocupação do entendimento técnico normativo pela população em geral, a cidade de Manaus no Amazonas, por meio do Decreto Nº 2436 de 2013, aprovou o “Manual de Placas – Parâmetros para publicidade nas fachadas das edificações localizadas na UES Centro e UES Centro Antigo da Cidade de Manaus”, responsável por padronizar o mobiliário urbano e instituir parâmetros para publicidade nas fachadas das edificações do antigo centro de Manaus. Esse Manual é utilizado como material de apoio, disponibilizado aos proprietários, locatários e usuários junto à normativa.

De acordo com a Prefeitura de Manaus (2013), os prédios comerciais no Centro da cidade têm passado por intervenções físicas nas fachadas históricas, que quase sempre envolvem

alterações inadequadas, incorporando novos materiais em substituição aos elementos originais, como: alteração de vãos, demolição de paredes, troca de esquadrias e outros itens que mutilam suas características estilísticas históricas. Além disso, a preocupação é especialmente direcionada a publicidade excessiva, irregular e fora do padrão de comércios no Centro Histórico, que em geral encobrem os elementos estilísticos com elementos poluidores.

O Manual busca auxiliar como material didático no processo de Revitalização do Centro Histórico de Manaus, apresentando linguagem simples e objetiva, orientando quanto aos procedimentos para a aprovação dos projetos de instalação publicitária, estabelecendo limites e diretrizes, trazendo parâmetros e padronização de diferentes tipos de publicidade como: placas, painéis comerciais, pinturas de letreiros, letreiros em relevo, colocação de toldos, cartazes e outros (MANAUS, 2013, p. 4). O Manual atualmente está em processo de atualização, indo para a sua terceira edição, visto o sucesso da implantação do formato.

Ao analisar o Manual, a preocupação em promover uma linguagem acessível, trazendo informações com facilidade é notável, já que ao exemplificar e propor a normativa são apresentadas imagens, esquemas e definições básicas e imprescindíveis ao entendimento dos parâmetros propostos (Figuras 06 e 07). O Manual é imprescindível para que a população possa compreender o intuito em minimizar as interferências visuais, favorecendo a visibilidade e o resgate da ambiência histórica e a sua integração ao espaço urbano, visando maximizar a comunicação do comércio com o público Manaus (MANAUS, 2013, p. 4).



Exemplo de placa paralela



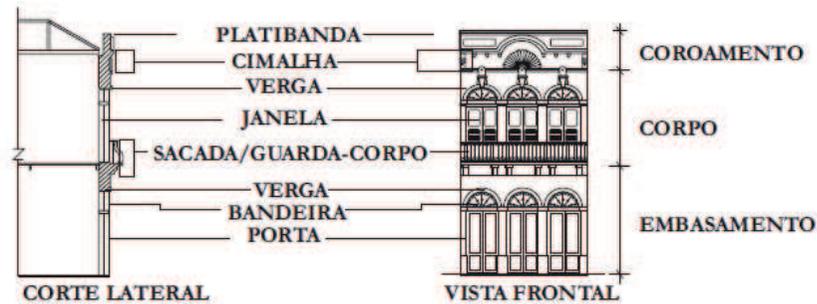
Exemplo de letreiro



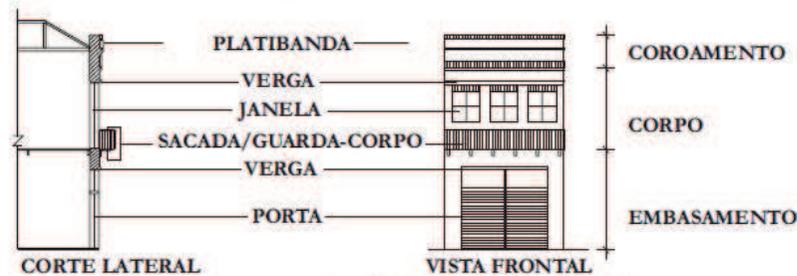
Exemplo de Placa Perpendicular

Figura 06: Exemplos de placas e letreiros regulares apresentadas pelo Manual de Placas de Manaus.

Fonte: Manual de Placas, Manaus, 2013.



Elementos componentes de fachadas Históricas



Elementos componentes de fachadas Não Históricas

Figura 07: Conceituação proposta pelo Manual de Placas de Manaus acerca de fachadas.

Fonte: Manual de Placas, Manaus, 2013.

Dessa forma, a retirada de painéis e propagandas das edificações possibilitou aos moradores “redescobrir” um centro histórico formado por construções datadas dos anos 20 a 50 (Figura 08). A publicidade na cidade passou a ser padronizada e controlada pela Gerência do Patrimônio Histórico do Instituto de Planejamento Urbano (IMPLURB), com o apoio do IPHAN Amazonas. As multas para publicidade irregular podem variar de R\$ 600,00 a R\$ 10.000,00. Além disso, na cidade, o excesso de placas é infração prevista no Plano Diretor (MANAUS, 2014).



Um dos principais exemplos de manual relacionados a publicidade no Brasil é o “Manual Ilustrado de Aplicação da Lei Cidade Limpa”, apresentado na cidade de São Paulo. Embora nesse caso o Manual não seja especificamente direcionado a intervenção publicitária em edificações de cunho patrimonial, a representatividade do material é de extrema importância, visto que a Lei Cidade Limpa, marca a primeira grande campanha brasileira relacionada a qualidade visual do espaço urbano.

Com a aprovação da Lei Cidade Limpa, a publicidade foi retirada dos espaços públicos de São Paulo, proibindo outdoors e pinturas em fachadas que faziam propaganda de empresas e produtos. Além disso, a Lei regrou de forma rígida a permanência na paisagem dos chamados anúncios indicativos, que visam identificar as atividades exercidas nas edificações (SÃO PAULO, 2006, p.3). “Naquele momento, quando todos os anúncios foram retirados, a cidade se descobriu, com suas fachadas maltratadas, as mais modernas, muitas vezes sem nenhum cuidado de acabamento e, as mais antigas, com seus adornos sujos e abandonados.” (SÃO PAULO, 2006, p.3). Com a aplicação da Lei, fachadas foram sendo recuperadas e anúncios foram regularizados.

A Prefeitura de São Paulo (2006) afirma que a intenção em produzir o Manual é reunir as regras até então definidas, facilitando o acesso às informações, sua compreensão, aplicação e monitoramento por toda a sociedade. Destaca ainda, a importância dos itens ilustrados ao longo do texto, demonstrando os principais casos de inserção de elementos na paisagem urbana pela lei regrados (Figura 09).

Em 2021 a Lei Cidade Limpa completa 15 anos em vigência. De acordo com o site Caos Planejado (2017), a medida foi aprovada por cerca de 63% da população, satisfeita com um ambiente mais agradável e com espaço para a arquitetura

Figura 08: Fachadas do Centro de Manaus reveladas após despoluição visual promovida pelo Decreto N° 2436.

Fonte: Portal A Crítica, 2021, adaptado pela autora, 2022.

O QUE É CONSIDERADO ANÚNCIO

NORMATIVAS RELACIONADAS

1. Lei nº 14.223/2006, art. 6º, I;
Res. SMDU.CPPU/14/2012, item 1.

A Lei Cidade Limpa propõe reduzir e padronizar a exposição de anúncios na paisagem urbana, tendo como objetivo combater a poluição visual e a degradação ambiental.

Conceitos e definições:

Anúncio¹: qualquer veículo de comunicação visual presente na paisagem visível do logradouro público (ruas, avenidas, praças, etc.), composto de área de exposição e estrutura, podendo ser classificado em:

2.1. Anúncio Indicativo: aquele que identifica, no próprio local da atividade, o estabelecimento e/ou profissionais que dele fazem uso, podendo conter o nome do estabelecimento ou do profissional e seus respectivos logos, indicação dos serviços e atividades realizados, telefones, endereços e sites.
Exemplos: placas de loja, de clínicas médicas ou letreiros de bar.

2.2. Anúncio Publicitário: aquele destinado à veiculação de publicidade, instalado fora do local onde se exerce a atividade.
Exemplos: propaganda em outdoors ou em mobiliário urbano, como abrigos de parada de ônibus e relógios eletrônicos.

2.3. Anúncio Especial: aquele com finalidade cultural, educativa, informativa, eleitoral ou imobiliária.
Exemplos: placa com campanha educativa, cartaz de venda ou aluguel de imóveis, indicação e informações de evento cultural, etc.

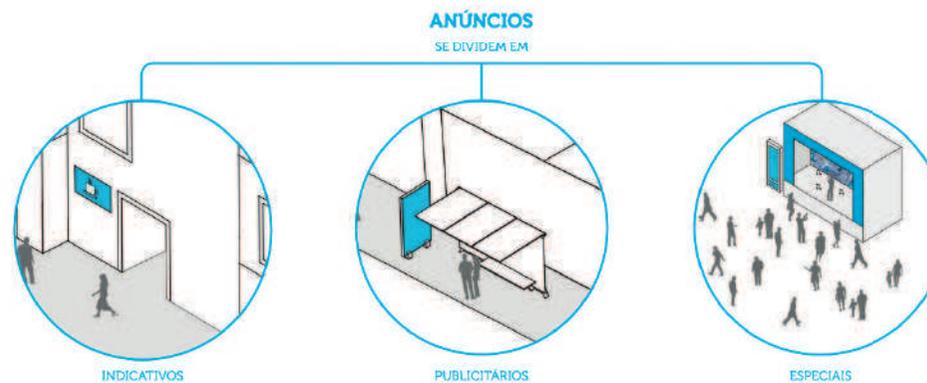


Figura 09: Demonstração e definição de “anúncios”.

Fonte: Manual Ilustrado de Aplicação da Lei Cidade Limpa, São Paulo, 2006.

da cidade transparecer. Sobre os resultados da Lei, Ling (2017) assinala:

[...] as mídias acabaram simplesmente sendo redirecionadas para outros lugares, mostrando que a política está longe de ter custo zero. As propagandas perderam o valor potencial da localização anterior, onde se acreditava ter maior impacto. Os pontos para onde elas foram redirecionadas agora também sofrem do problema da poluição visual, mas com menor eficiência de comunicação. (LING, 2017, n.p.).

Tendo em vista o sucesso da Lei Cidade Limpa, outras localidades brasileiras optaram pela criação de manuais de apoio. As deficiências e insuficiências constatadas nas cidades históricas brasileiras ao utilizar somente das normativas técnicas, sem apoio visual e didático também contribuíram com esse processo. A criação de materiais de apoio à normativas, vem demonstrando casos de sucesso, como por exemplo em Blumenau, cidade na região sul de Santa Catarina.

Nesse caso, os parâmetros publicitários ilustrados no Manual “Orientações para Valorização da Arquitetura e da História de Blumenau” referem-se principalmente à Rua 15 de Novembro, apontada como a mais importante via da cidade. De acordo com a Prefeitura de Blumenau (2018), com o decorrer dos anos e a evolução da cidade, as casas com características rurais foram sendo substituídas por edificações de dois pavimentos onde o térreo era comercial e o superior servia de residência para as famílias. Hoje em dia a via tem características predominantemente comerciais.

O Manual traz exemplificações ilustradas alertando para a poluição visual e degradação das edificações da região central, através da pintura, excesso de elementos publicitários, revestimentos, entre outros. São fornecidas sugestões de

tintas para a região úmida de Blumenau, cores, posicionamento de toldos, letreiros, mercadorias expostas e até mesmo em relação a poluição sonora.

Outro exemplo relevante na região Sul do país é a “Normativa para publicidade e propaganda na Paisagem Urbana da Rua XV de Novembro”, em Curitiba, Paraná. A normativa ilustrada foi elaborada com o intuito de, junto com a Prefeitura Municipal de Curitiba, auxiliar os estabelecimentos comerciais quanto às regras de dimensionamento, localização e instalação de toda publicidade ou propaganda ao ar livre.

De acordo com a Prefeitura de Curitiba (2017), o principal objetivo da norma é garantir a percepção do conjunto arquitetônico histórico, a manutenção da integridade do bem tombado, seu entorno imediato e área envoltória. Estão incluídas todas as formas de publicidade e propaganda utilizadas para indicar produtos, serviços ou atividades veiculadas por meio de letreiros, placas, cartazes, adesivagens, inscrições, faixas, banners e similares.

Chama atenção a forma a qual a Normativa é apresentada, subdividindo os itens publicitários e suas relativas especificidades em: dimensões, distribuição, altura, posicionamento, tipologias, equipamentos e irregularidades (Figura 10).



Figura 10: Demonstração de irregularidades.

Fonte: Normativa para publicidade e propaganda na Paisagem Urbana da Rua XV de Novembro, Paraná, 2017.

Se tratando de materiais mais detalhados e extensos, destacam-se alguns manuais como o “Manual Conservar: Olinda Boas Práticas no Casario” (CECI, 2010), o “Manual para quem vive em casas tombadas” da cidade de Ouro Preto (PAIVA; SOUZA, 2018) e “Valorização do Casario Histórico de Florianópolis: manual de recuperação” (INSTITUTO DE PLANEJAMENTO URBANO DE FLORIANÓPOLIS, 1993), que compilam informações a respeito da legislação do local, apresentam esclarecimentos de dúvidas comumente encontradas entre a população, além de estudos de casos.

Com isso, conclui-se que o desenvolvimento de manuais didáticos como material de apoio à normativas apresentam-se como uma ótima alternativa tanto de promoção à educação patrimonial como no auxílio do entendimento técnico normativo. Estes manuais podem reunir as normativas que por ventura encontram-se em documentos distintos, às apresentando em fácil linguagem e as exemplificando por meio de ilustrações. Com base nos materiais apresentados, um bom manual também contém estudos de casos, além de trazer esclarecimentos de dúvidas frequentes e instruções a respeito das etapas legais que antecedem a intervenção em si, indicando quais órgãos procurar e quais documentos providenciar.

Vale ressaltar que sem o apoio popular, tanto as normativas quanto os materiais didáticos não surtem o efeito desejado, sendo imprescindível a criação de ferramentas de apoio cabíveis, desenvolvidas em conjunto aos usuários, locatários e proprietários que daquela centralidade fazem parte, incentivando ações de educação patrimonial. Dessa forma, elementos publicitários seriam empecilhos cada vez menos perceptíveis a manutenção patrimonial, deixando hora ou outra de existir.

capítulo 03

O Centro Histórico de Campina Grande: paisagem urbana, arquitetura, publicidade e tipografia

Este capítulo é composto por resgates temporais e análises acerca da formação histórica e espacial do Núcleo Histórico Central de Campina Grande, relacionando esses acontecimentos ao reconhecimento de seu patrimônio como elemento de significância cultural na sua atualidade. Essa análise possibilita adentrar na problematização central deste trabalho quanto ao Centro Histórico-Comercial de Campina Grande, analisando as relações entre a publicidade e a descaracterização de imóveis.

Primeiramente, foi estudada a inserção urbana da cidade, com o intuito de entender sua localização em relação às demais regiões e dinâmicas espaciais estabelecidas. Adiante, são resgatados os acontecimentos referentes à Reforma Urbana, ocorrida entre os anos de 1930 a 1945, resultantes na configuração urbana mantida na região central até os dias atuais.

É destacada e caracterizada a linguagem arquitetônica art déco no contexto municipal, além da realização de linhas do tempo iconográficas que possibilitem uma melhor interpretação das diversas mudanças que ocorreram ao decorrer dos anos, em busca de um panorama geral relativo do aparecimento da publicidade na região entre os anos 1930 e a atualidade. Nesse contexto, discute-se sobre o Programa Campina Déco, importante política de requalificação urbana ocorrida na área, que buscava destacar e recuperar o patrimônio local, com ênfase em suas fachadas e manutenção da publicidade.

Inserção Urbana

Campina Grande é um município brasileiro localizado no estado da Paraíba, a 125 km de João Pessoa, capital do estado. Teve sua origem em um aldeamento realizado por índios ariús em uma campina na região dos Cariris. As condições geográficas nas quais a cidade se desenvolveu são comumente apontadas como uma importante característica no posterior crescimento econômico da cidade:

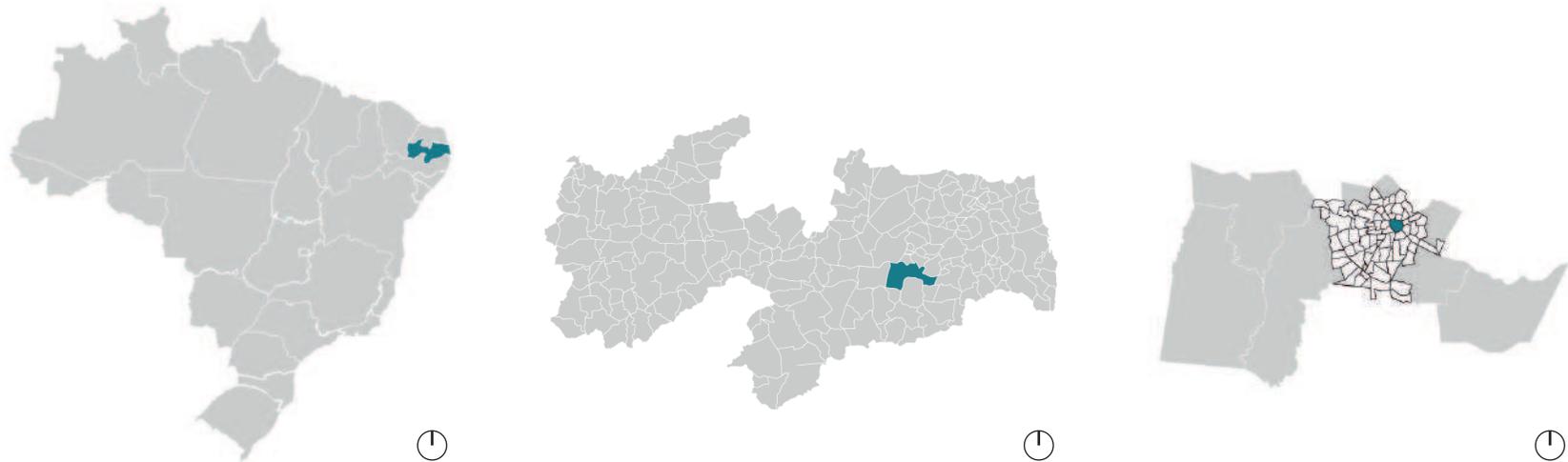
Situada no alto da serra da Borborema, distando pouco mais de cem quilômetros da Capital do Estado e localizada num ponto central de todas as regiões geo econômicas da Paraíba, Campina Grande nasceu com condições básicas essenciais para se tornar um pólo de desenvolvimento. (...) Cruzada de estradas em todas as direções passou a ser passagem obrigatória ou preferida para quem penetrava os sertões ou descia à capital... (SYLVESTRE, 1982, p.21).

Mapa 01: Inserção Urbana, Campina Grande.

Fonte: IBGE, adaptado pela autora, 2021.

Em 1790, tornou-se vila, sob o nome de Vila Nova da Rainha, apresentando um crescimento lento, elevando-se à categoria de cidade e sede do município apenas em 1864 (IBGE, 2021). Com a valorização do algodão no mercado econômico a partir do século XVIII, Campina Grande passou a exercer importante papel econômico na região, devido a sua função consolidada de entreposto mercantil entre o litoral e o sertão paraibano, posteriormente maior entreposto comercial do interior nordestino (QUEIROZ, 2016).

Campina Grande entrou em um vertiginoso crescimento populacional e urbano, concentrando grande parte do poder oligárquico paraibano, além de empreendimentos comerciais e industriais. Queiroz (2016), expôs o veloz crescimento populacional da cidade, passando de 17.041 habitantes, em 1907, para 126.443 em 1940, ultrapassando João Pessoa, capital paraibana, que contava com 95.386 habitantes no mesmo ano.



Atualmente, Campina Grande é a segunda cidade mais populosa da Paraíba, com pouco mais de 413.000 habitantes (IBGE, 2021). A cidade exerce um importante papel de pólo industrial, tecnológico, cultural, universitário e econômico. Sua região metropolitana, formada por dezenove municípios, possui uma população estimada em 638.017 habitantes (IBGE, 2021).

Por ser a principal cidade da região metropolitana, sua centralidade histórico comercial, além de ser palco central de grandes transformações importantes para a região como um todo, exerce grande importância pela grande gama de serviços, comércios, oportunidades de emprego e renda, além da facilidade de interlocução entre as cidades que a circundam por meio dos transportes ofertados em sua Rodoviária Velha.

Higienizar, circular e embelezar: um apanhado geral sobre a reforma urbana em Campina Grande (1930 -1945)

Ao final do século XIX e início do século XX, Campina Grande passou a se estabelecer de fato como uma importante cidade paraibana, apresentando mudanças relevantes em sua estrutura como a chegada dos automóveis (1914), da eletricidade (1920), dos bondes (1926), e instalação de sistemas de pavimentação e drenagem, além da substituição de calçadas de pedra por passeios de cimento (QUEIROZ, 2016).

O contexto nacional refletia as condições de passagem de um Brasil Imperial para uma República, na qual o poder ficava a cargo de um seleto grupo de políticos de cada estado brasileiro, para que fosse possível chegar ao cumprimento dos interesses específicos de cada região. Em 1928, João Pessoa foi eleito governador do estado da Paraíba, tendo como proposta uma administração modernizante, submetendo ao seu comando os “coronéis” do interior, estes últimos possuindo interesses contrastantes em relação ao poder estadual, visto que negociavam por terras com Recife, escapando da tributação (FREIRE, 2010). João Pessoa pretendia canalizar as transações tanto para o porto de Cabedelo como para a capital do estado, resultando na criação de uma oposição interiorana.

A também condição de entreposto comercial, marcada especialmente pela ligação ferroviária entre Campina Grande (Paraíba) e Itabaiana (Pernambuco), fez com que a cidade estreitasse as relações entre o interior paraibano e Recife, um vez que, a carga de algodão antes escoada para outros mercados passou a ser transportada quase que em sua to-

talidade, em caminhões para Campina Grande (ALMEIDA, 1980, p. 629), iniciando-se um antagonismo direto com a capital João Pessoa.

A então política brasileira marcada pela hegemonia do “café-com-leite” entre os estados de São Paulo e Minas Gerais, passava por fragilidades, quando a alternância de poder acordada entre esses estados passou a ser questionada, visto que o presidente, por hora paulista sugeriu a sucessão de seu cargo por outro paulista, colocando em voga a tradicional política da Primeira República. Em contrapartida, a oposição mineira lança a Aliança Liberal, com a candidatura à presidência de Getúlio Vargas, tendo como vice o paraibano João Pessoa.

Em Julho de 1930 ocorre o assassinato de João Pessoa, vivificando a conspiração revolucionária presente na época. Mesmo com o clima de desavenças, um mês após o acontecimento, Getúlio tomou a posse da presidência, marcando o fim da Primeira República. Getúlio destituiu os governadores estaduais e nomeou interventores de sua confiança. Em Campina Grande, o Partido Democrático apoiou a Aliança Liberal, conseguindo no ano de 1935 ter seu líder como primeiro representante no governo do estado: Argemiro de Figueiredo. Até a década de 1920 “Campina Grande não possuía nenhum representante na Câmara, no senado ou no governo de estado” (ALMEIDA, 1980, p. 629).

Argemiro havia sido deputado estadual eleito em 1929 e Secretário do Interior da Justiça até 1934. Freire (2010), aponta que durante o governo de Argemiro, Campina emergiu com expressividade, interferindo nas questões maiores do Estado. O governante conseguiu fazer com que muitos o tenham até os dias de hoje como um dos melhores de todos os tempos, pela quantidade de obras executadas em todo o estado, que buscavam mascarar um governo autoritário marcado

pelo clientelismo e velhas práticas políticas.

Nesse contexto, portanto, busca-se entender as transformações urbanas ocorridas em Campina Grande entre os anos 1930 e 1945, levando em conta a perspectiva de modernização sendo uma das metas principais da gestão política nacional, estadual e municipal.

Apesar da importância econômica e política na época, Campina Grande adentrou o século XX, mantendo os costumes e características urbanas presentes na maior parte das cidades do Brasil Colonial. Suas ruas desenvolveram-se de forma irregular, adaptando-se a topografia da área e criando pontos de maior e menor fluxo relacionados aos usos que ativavam a economia e vida social da cidade. Essa área central, seria futuramente o alvo principal das políticas higienistas realizadas na cidade na década de 1930.

Em 1935, Vergniaud Wanderley, atual candidato a prefeito da cidade definiu as construções de Campina como acanhadas, casebres inestéticos, sem o menor gosto arquitetônico, os quais pretendia substituir por prédios vistos como modernos, caso eleito (SOUZA, 2003). Carvalho, Queiroz e Tinem (2006), realizaram um estudo no qual quantificaram as principais características das construções campinenses na década de 1930, atestando um exemplar térreo, sem recuos em relação aos limites frontal e laterais do lote, com cobertas simples de duas águas paralelas ao alinhamento da rua.

Críticas como as de Vergniaud, precederam diversas reformas urbanas no Brasil no começo dos novecentos (Queiroz, 2016), motivadas geralmente por preocupações com o saneamento e o embelezamento das áreas centrais. Sousa (2003), contextualiza as vertentes pelas quais mudanças e adaptações foram justificadas em distintas cidades e centralidades brasileiras, naquela época:

Desde a segunda metade do século XIX, algumas capitais e cidades brasileiras vinham experimentando mudanças estéticas e higiênico/sanitárias, especialmente suas ruas e áreas centrais. Essas experiências inspiraram-se na medicina social e foram articuladas em torno do ideário de civilização e progresso comum em países como França e Inglaterra; no século XX (SOUSA, 2003, p.63).

Sousa, (2003) aponta ainda que o cenário naquela época era favorável a intervenções e projetos mais ousados, já que as reações da imprensa e as críticas de adversários políticos vinham sofrendo numerosos episódios de censura quando criticavam os atuais governos.

Melo (2013), apresenta que as primeiras tentativas de urbanização na região central ocorreram no governo de Lafayette Cavalcanti (1929-1932) onde houve o início da pavimentação na cidade. “Campina Grande vai entrar no Plano de Urbanização das grandes cidades brasileiras” (SOUSA, 2003 p. 62) anunciava a primeira página do Jornal de Campina em 1933 após a visita do arquiteto e urbanista Nestor Egidio de Figueiredo. Nestor, vinha realizando diversos planos urbanísticos em cidades da Paraíba e Pernambuco, o que o tornou uma referência na época em que reformas urbanas em cidades brasileiras já haviam se tornado uma certa tradição (SOUSA, 2003).

O centro de Campina Grande era marcado por sua configuração espontânea, com construções desalinhadas e misturas intensificadas de usos e classes sociais (Figuras 11 e 12) . O Açude Velho era cenário de banhos públicos, lavagem de roupas e automóveis. Fábricas, armazéns de couro e residências encontravam-se de maneira homogênea pela centralidade da cidade, em meio ainda a prostíbulos e até mesmo ao cemitério das Boninas (1857), inicialmente instalado em uma região elevada e afastada do núcleo urbano,

visto que na época acreditava-se que os cadáveres poderiam liberar “gases pútridos”, sendo este posteriormente cercado pela cidade em seu processo de crescimento (ALMEIDA, 1962). Tal dinâmica deu força às teorias higienistas e a tão pautada modernização, levantada principalmente pela pequena burguesia campinense.



Figura 11: Construções desalinhadas nos largos da Matriz e Comércio Velho, 1918.

Fonte: Queiroz, 2008 (Acervo MHCG).

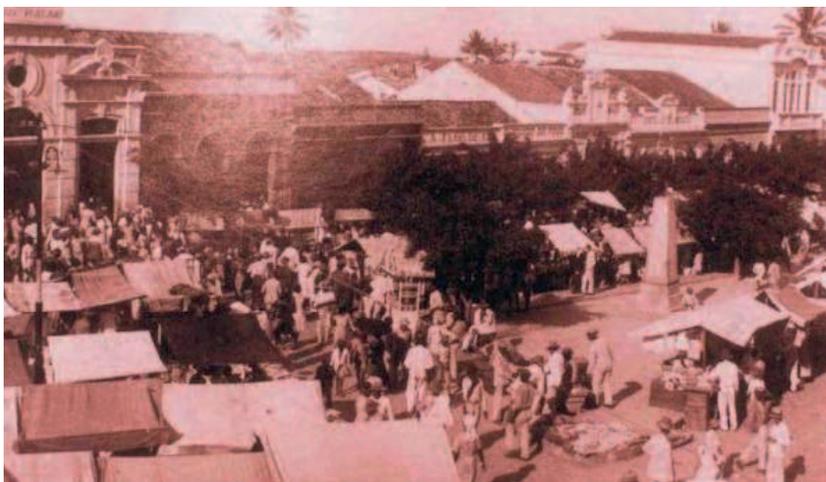


Figura 12: Dia de Feira na Maciel Pinheiro e Praça Epitácio Pessoa, 1928.

Fonte: Queiroz, 2008 (Acervo MHCG).

Nesse cenário, impulsionado por ações pautadas nos ideais de higiene, circulação e embelezamento surge o Decreto Municipal N° 51, trazendo a reforma urbana conhecida por alguns como o bota-abaixo, a política do arrasa quarteirão, imposta por Vergniaud Wanderley, finalmente eleito. O lema higienizar, circular e embelezar guiou intervenções sobre a estrutura física do município, com o intuito de distanciá-lo do aspecto colonial que dominava a cena urbana até as primeiras décadas do século XX (QUEIROZ, 2010, p. 36).

Em 1935, lia-se no jornal local O Rebate:

DECRETO N° 51

(...) O Prefeito...

- considerando que Campina Grande apesar de ser uma cidade bastante adiantada, distancia-se, porém, das outras cidades importantes do país, pelo seu aspecto material, pois as construções e reconstruções em suas principais ruas são geralmente feitas de um só pavimento;
- considerando que o poder Público tem o dever de interessar-se pelo embelezamento da cidade, pois, é ele inquestionavelmente que impressiona os que nos visitam;
- considerando que para isso é preciso obrigar-se que as construções e reconstruções nessas ruas sejam de mais de um pavimento (...).

DECRETA

Art. 1 — Nas ruas João Pessoa até Major Belmiro Barbosa Ribeiro, Marquês do Herval, Maciel Pinheiro, Monsenhor Sales e Cardoso Vieira e nas Praças João Pessoa, do Rosário e Praça Epitácio Pessoa, as construções e reconstruções só serão permitidas de mais de um pavimento (...). (O REBATE, 1935 apud SOUZA, 2006, p.67).

Queiroz (2016), aponta como pontos importantes da reforma:

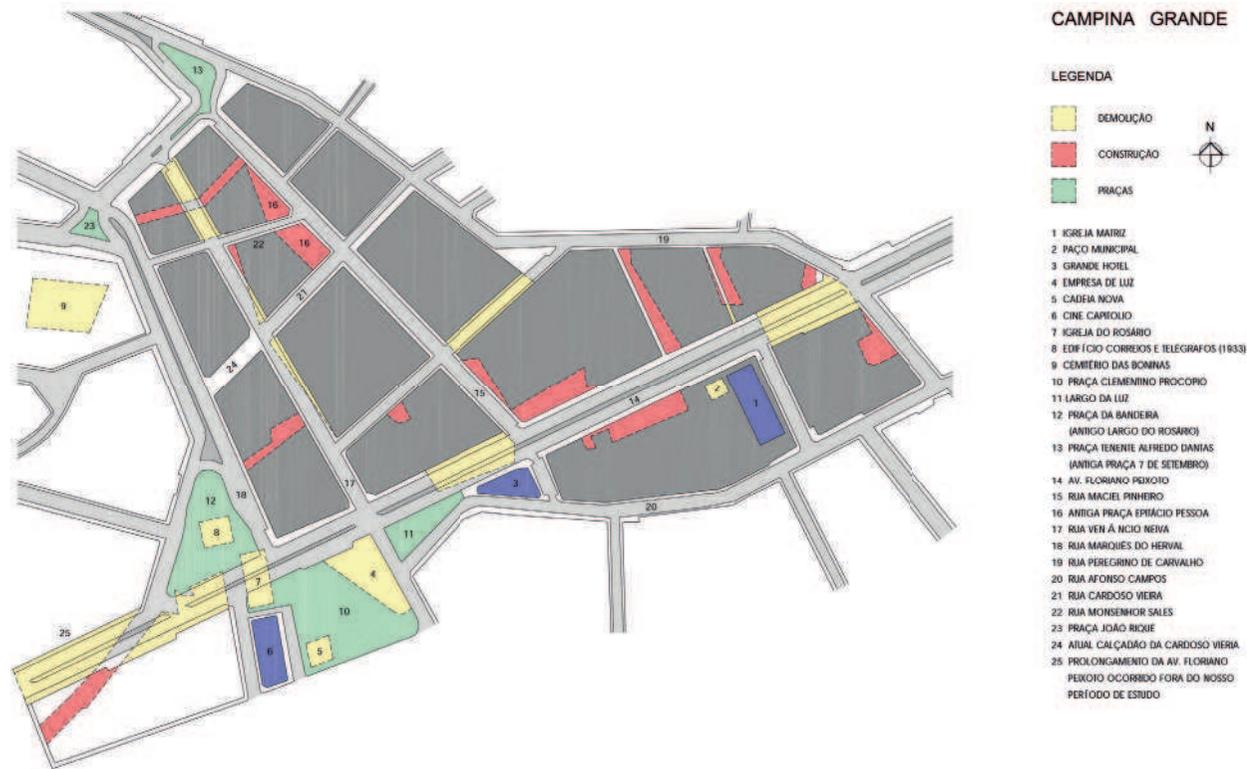
(...) à separação de usos no tecido urbano, às ações para a criação de uma malha viária moderna e fluída para a velocidade do automóvel e para o trânsito das mercadorias, à higienização de ruas e construções e à substituição de grande número dos antigos edifícios da região central por prédios ditos modernos, arejados, estéticos, com vários pavimentos, afastando para periferia e aí reproduzindo os problemas resolvidos nos seus espaços centrais. Tudo de acordo com os saberes médicos, técnicos e estéticos de profissionais da saúde, de engenheiros e de arquitetos, apropriados e praticados pelos políticos e demais letrados locais. (QUEIROZ, 2016, p.95).

Como foi exposto, o decreto ocorreu precedido de diversas implementações urbanas, resultando num grande conjunto de ações de saneamento e embelezamento da cidade, quando somadas ao decreto final. O bota-abaixo, como ficou conhecido por seu caráter de demolição imediata, ocorreu principalmente durante os dois mandatos de Vergniaud Wanderley, modificando ruas e praças, destruindo edificações nas quais os proprietários eram indenizados para que fosse possível realizar o alinhamento de ruas a avenidas asfaltadas, além da criação de novos equipamentos, praças e jardins.

A reforma ficou marcada pela realização de promessas não cumpridas em gestões passadas, como a construção do mercado público e do matadouro da cidade, este último longe da região central para que não se sentissem os odores liberados pela matança do gado; porém, teve como símbolo principal a construção do Grande Hotel, com quatro pavimentos, exercendo o papel de novo cartão de visitas em uma nova Campina, localizado entre as duas mais tradicionais ruas da

cidade (Maciel Pinheiro e Floriano Peixoto).

Sousa (2003) e Queiroz (2008), destacam alguns dos exemplares que sofreram importantes perdas e rupturas durante a reforma: o conjunto que formava a Rua Maciel Pinheiro, a Praça Epitácio Pessoa, o Largo da Matriz e o do Rosário. Por meio do mapa abaixo, é possível observar as demolições no conjunto citado em relação a região central na qual ocorreu a reforma:



Mapa 02: Área de ocupação mais antiga da cidade: polígono trapezoidal limitado pelos antigos largos da Matriz, do Comércio Velho, do Rosário, do Comércio Novo e pela praça do Algodão. Simulação das transformações das formas urbanas ocorridas nos anos 1930 e 1940.

Fonte: Queiroz, 2008 (Desenhado a partir dos mapas de Campina Grande dos anos de 1918, 1943 e 2004 e de fotos expostas no MHCG).

Figura 13: Praça Epitácio Pessoa, 1925.

Fonte: Queiroz, 2008 (Acervo pessoal de Francisco Sales Trajano Filho).

No antigo Largo da Matriz, moradores constituíram um núcleo acerca de onde existia a Capela, hoje Catedral de Nossa Senhora da Conceição, sendo território com fortes marcas tradicionais e religiosas, no qual eram realizadas as festas da padroeira, natal e ano bom. O largo deixou de existir, mantendo-se apenas a Igreja, para dar lugar a Avenida Floriano Peixoto e sua continuidade em linha reta. O antigo Paço Municipal, ao lado da Capela, foi abaixo, dando lugar a uma praça. Sousa (2003) aponta que no local existia a torre da matriz, que servia como ponto estratégico para fotógrafos mostrarem a cidade em imagens panorâmicas. No Largo do Rosário aconteceu o mesmo, porém dessa vez o prefeito não poupou nem mesmo a oitocentista Igreja do Rosário, mandando derrubar a edificação e realizar indenizações.

Ao fim da década de 1930 construiu-se o Cassino El-Dorado, como medida de controle dos prostíbulos da região central. Seguindo as diretrizes apontadas por Vargas, bem como suas estratégias de desenvolvimento do poder central, chama atenção a construção da barragem de Vaca Brava, visando o saneamento sanitário e melhorias no abastecimento de água, erguida em parceria com o governo estadual na figura de Argemiro de Figueiredo.

Na década de 1940, a Rua Grande, ou Maciel Pinheiro, foi num primeiro momento alinhada, levando ao desaparecimento da Praça Epitácio Pessoa (Figura 13) e à destruição da base do monumento em homenagem ao ex-presidente do país. Edificações em estilo art déco passaram a tomar frente ao sobrado do ex-prefeito Cristiano Lauritzen, aliado e amigo de Epitácio Pessoa e do Pavilhão Epitácio Pessoa, local no qual se reunia a antiga elite, sendo construída a frente dos sobrados pré existentes a Livraria Pedrosa, símbolo e local de encontro das novas elites letradas e comerciais.



Para Queiroz (2008), mesmo obtendo um alcance limitado, os serviços de saneamento geraram maior impacto sobre o cotidiano dos campinenses do que as numerosas demolições de edificações que aconteceram na cidade para regularização e abertura de vias, além do surgimento de outros padrões estético-arquitetônicos.

Ao final da obra de Vergniaud, onde antes eram vistos dois largos estruturados em torno de duas igrejas tradicionais, tinha-se agora uma longa e larga avenida, com duas praças e um cinema, alguns cafés e confeitarias, uma praça de automóveis e diversos edifícios municipais e estaduais que, com o passar do tempo, marcaram presença por toda a cidade (SOUSA, 2003).

Passada a reforma, a Campina Grande dos anos 1950 possuía uma nova “cara”, uma linguagem de arquitetura específica que pudesse definir toda a sua modernidade, caracterizando o ambiente citadino da época. Destacou-se o Art Déco, reproduzido na cidade em constância como a arquitetura em voga da época, na medida que as poucas edificações em outros estilos arquitetônicos remanescentes no centro urbano da cidade, passaram a se encontrar quase que perdidas entre o novo acervo do estilo predominante.

A nova arquitetura do local tipificou residências, comércios, equipamentos públicos, igrejas e até mesmo cabarés. Chama atenção a normalização arquitetônica ocorrida durante a política de modernização do Governo Vargas, podendo destacar o padrão nacional exigido para algumas edificações como no caso do Departamento de Correios e Telégrafos (DCT), que ganhou 21 novas agências remodeladas somente na Paraíba, todas seguindo características arquitetônicas semelhantes (FREIRE, 2010).



Essa produção arquitetônica exerceu relevância na cidade até mesmo durante os anos posteriores à reforma, mesmo quando em outras localidades do país difundia-se o que se convencionou chamar de arquitetura moderna brasileira. Exemplos dessa produção são o Edifício Feliciano Agra (1952), prédio da Livraria Pedrosa (1953) e a Estação Ferroviária Nova (1958). Vale destacar que apesar da marcante tendência Déco, edificações verticais modernistas foram adicionadas ao núcleo central da cidade ao longo dos anos 1950 e 1960, destacando-se os Edifícios João Rique (1957), Palomo (1962) e Lucas (1966), marcando a progressista modernização visada na cidade.



Figura 14: Prédio dos Correios e Telégrafos de Campina Grande, Paraíba.

Fonte: IBGE, 19??.

Figura 15: Prédio dos Correios e Telégrafos de Rio Grande, Rio Grande do Sul.

Fonte: BV Colecionismo, 1956. Disponível em <<https://www.bvcoleccionismo.lel.br/peca.asp?ID=10446845>>.

Figura 16: Da esquerda para a direita: Edifício Palomo, Edifício Rique e Edifício Lucas. No canto inferior direito nota-se o Edifício Motta (1962) e sua obra inacabada.

Fonte: Disponível em: <http://cgretalhos.blogspot.com/2010/02/memoria-fotografica-campina-grande.html#.YbLPO8_MLIU>.

O Centro Histórico de Campina Grande ainda tem história?

Em Campina Grande, como já apontado, o art déco foi a linguagem arquitetônica que caracterizou o novo ambiente construído, trazido pela reforma urbana, iniciada nos anos 1930. Pela região central, restaram apenas raros exemplares de demais estilos, acanhados em meio ao emaranhado de edificações déco.

A arquitetura associada ao termo Art Déco apresenta “composições marcadas pelo jogo de formas geométricas e/ou fachadas com elemento de conotação ornamental” (CORREIA, 2010). No Brasil, a tendência conquistou pequenas e grandes cidades, porém é comum ver sua representação apenas por meio da fachada, onde não necessariamente a construção segue padrões de implantação, planta e soluções arquitetônicas relacionados à linguagem déco. Como principais recursos que integraram o repertório formal art déco na arquitetura, Correia destaca:

Marquises; balcões em balanço; colunas, frontões, óculos, capitéis, pilastras, platibandas e volutas de formas simplificadas; gradis e caixilhos de metal, inclusive do tipo basculante; ornatos em alto ou baixo relevo representando formas geométricas, temas florais simplificados ou linhas retas ou em ziguezague; uso cenográfico da luz através do néon ou de vitrais; texturas nas superfícies; padrões esquemáticos de cores; volumes, vãos e superfícies escalonadas. A construção pode estruturar-se através de uma composição volumétrica integrando formas geométricas, como prismas retangulares, elementos cilíndricos, volumes arredondados ou planos verticais ou horizontais. (CORREIA, 2010, p.15).

O termo “art déco” teve sua consolidação marcada pela Exposição Internacional de Artes Decorativas e Industriais Modernas de Paris, realizada em 1925 (FARIAS, 2018). O estilo inicialmente enfrentou certa dificuldade tanto em sua nomeação, como em sua identificação quando utilizado, já que as primeiras edificações déco possuíam elementos próprios incorporados aos de outros estilos arquitetônicos.

Nery (2013), aponta que os termos “estilo moderno” ou “arte nova” foram inicialmente utilizados nas revistas brasileiras para se referir a produção da nova linguagem trazida pela Exposição. Outro termo utilizado por muitos para denominar tais construções foi “protomoderno”, como destaca Freire (2010):

Conde (1988), com o artigo “Protomodernismo em Copacabana” buscou definir uma produção realizada nos anos 1930 e 1940, com características consideradas homogêneas. O adjetivo “protomoderno” foi utilizado “para designar determinadas construções que outros (...) associam ao art déco -, nas quais a ornamentação se desloca das fachadas para a volumetria” (CORREIA, 2008, p.48). Além disso, o termo foi utilizado por diversos autores na tentativa de classificar determinadas edificações consideradas “clássicas e modernas” ao mesmo tempo. Em relação à Paraíba, Trajano Filho (2003), optou pela terminologia “protomoderno” para tratar de alguns edifícios construídos em João Pessoa sob a orientação da DVOP, na década de 1930. (FREIRE, 2010, p. 79).

Há uma problematização do “protomoderno” como termo caracterizador dessas edificações, uma vez que, essa denominação sugere que o estilo seja anterior à produção moderna, quando na verdade ambas as linguagens ocorreram quase que simultaneamente no Brasil, como demonstrado por exemplo no tópico anterior ao apresentar significativas construções tanto déco quanto modernistas, realizadas em

Campina Grande dos anos 1950 a 1960.

O art déco tornou-se o estilo representativo do progresso no Brasil, utilizado como uma arquitetura padronizada que pudesse expressar a imagem de modernização pretendida pelas gestões administrativas da época. Isso, pois finalizada a Primeira Guerra Mundial, houve um forte intercâmbio cultural entre o Brasil e a Europa, sendo a linguagem déco naturalmente indissociável dos avanços tecnológicos surgidos naquele tempo. Conde (1997), constata que a influência déco na arquitetura brasileira não se restringiu às obras públicas e privadas projetadas por profissionais renomados, mas também à produção suburbana e interiorana de construtores, mestres-de-obras e artistas leigos.

Em Campina Grande, a arquitetura art déco demonstrou-se carro chefe da “modernização”, tornando-se responsável por caracterizar grande parte do hoje definido Centro Histórico. A situação tornou-se comum, visto que até os anos 1950 poucos eram os profissionais que atuavam na construção de edifícios na cidade, vindo esses geralmente de fora, executando obras com base nas tendências atuais, que não necessariamente refletiam o ambiente citadino campinense.

“Em meados do século XX, Campina Grande tinha constituído um patrimônio art déco numeroso e significativo, erguido em áreas de expansão urbana ou substituindo uma considerável parcela dos antigos edifícios de herança colonial que predominavam na região central.” (QUEIROZ, 2010, p. 37). Freire (2010) aponta em sua dissertação um claro exemplo do simbolismo e popularização da linguagem déco em Campina Grande (Figuras 17, 18 e 19), demonstrando um projeto de construção da Residência Francisco Pedro Nunes, de 1951, no qual é possível notar o pedido de modificação de elementos da fachada para os característicos na arquitetura déco.

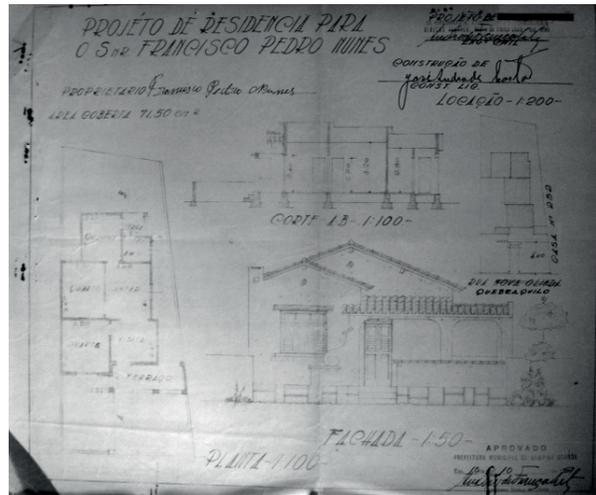


Figura 17: Projeto para a Residência Francisco Pedro Nunes, 1951.

Fonte: Freire, 2010 (Arquivo da Prefeitura Municipal de Campina Grande).

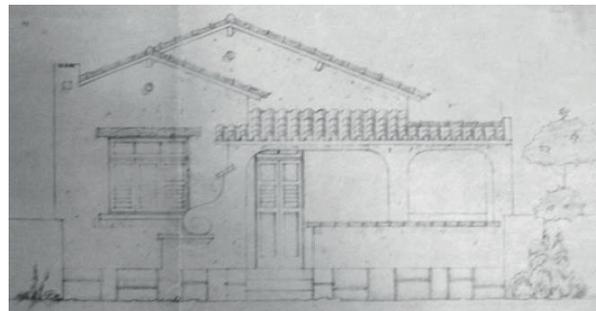


Figura 18: Fachada Inicial da Residência Francisco Pedro Nunes, 1951.

Fonte: Freire, 2010 (Arquivo da Prefeitura Municipal de Campina Grande).

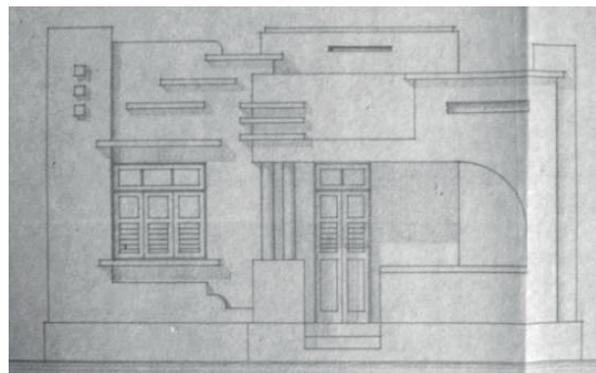


Figura 19: Segunda Fachada da Residência Francisco Pedro Nunes, 1951.

Fonte: Freire, 2010 (Arquivo da Prefeitura Municipal de Campina Grande).

Vale destacar entre as mais significativas obras déco campinenses: Cine Theatro Capitólio (1934), Grande Hotel (1936-1942), Cassino Eldorado (1937), Prefeitura Municipal (1942), Cine São José (1945), Departamento de Correios e Telégrafos (1950) e a Estação Nova de Campina Grande (1957).

Figura 20: Cine Theatro Capitólio. Fonte: Retalhos Históricos de Campina Grande, 2021.

Disponível em: <<http://cgretalhos.blogspot.com/2009/11/cine-capitolio-anos-30.html#Ydz43fDMLIU>>.



Figura 21: Fachada do antigo Grande Hotel, atual sede da Prefeitura Municipal de Campina Grande.

Fonte: Autora, 2021.

Figura 22: Biblioteca Municipal de Campina Grande (antiga Prefeitura Municipal) e Rua Maciel Pinheiro.

Fonte: Autora, 2022.



Atualmente, a região na qual foi empreendida a reforma urbana, constitui parte do Centro Histórico de Campina Grande, delimitado pelo Instituto do Patrimônio Histórico e Artístico do Estado da Paraíba - IPHAEP, em 2004. A região corresponde a uma centralidade histórico-comercial, concentrando comércios e serviços que a transformaram em um polo de atração e concentração na região metropolitana de Campina Grande.

A área compreende importantes vias como a Avenida Marechal Floriano Peixoto, Venâncio Neiva, Maciel Pinheiro, Marquês do Herval, entre outras na região, que exerceram importante papel na construção histórica e urbana da cidade, mantendo seu papel de relevância socioespacial e econômica ainda hoje.

De acordo com caracterização realizada por pesquisadores do Laboratório de Rua (2018), a região central da cidade atualmente se apresenta da seguinte forma:

O núcleo central hoje caracteriza-se pela maior concentração de comércios e serviços da cidade em seu uso e ocupação do solo, com alguns lotes de uso misto, residencial e institucional. As edificações ali inseridas são majoritariamente de dois pavimentos, algumas ultrapassam esse gabarito. Os lotes têm uma taxa de ocupação alta, sem recuo frontal e lateral, e poucos recuos de fundos. Existem alguns vazios urbanos que são em sua maioria usados como estacionamentos privados, além de alguns edifícios abandonados ou com seus andares acima dos térreos desocupados. (AQUINO, et al., 2018).

O panorama apresentado acima descreve o centro histórico comercial, demonstrando pouca mudança em suas características urbanas em torno do último século. Com a degradação patrimonial, algumas das edificações tornaram-se ruínas, novas edificações, ou vazios urbanos, hoje em sua

maioria estacionamentos, resultantes principalmente da especulação imobiliária presente na área.

As edificações do centro histórico em sua maioria abrigam dois pavimentos no qual o térreo foi executado para desempenhar função de comércio ou serviço, enquanto o pavimento superior exerceria função de moradia. Em pesquisas realizadas anteriormente, o Laboratório de Rua (2018) apresentou que, o centro histórico e comercial de Campina Grande possui 406 lotes, sendo destes 193 imóveis de uso comercial, enquanto 58 têm algum tipo de uso residencial (inclui-se os usos mistos).

Grande parte dos pavimentos superiores já mencionados, atualmente não exercem função de moradia, visto que cerca de 159 imóveis da área histórica (40%) possuem uso parcial com potencial para fins habitacionais (SILVA, 2019). Através das imagens abaixo, Silva (2019) traz por meio da Rua Maciel Pinheiro os contrastes presentes na dinâmica urbana durante o dia e a noite, existentes por conta dos usos comerciais diurnos, que por inexistirem a noite deixam a região praticamente inabitada, com exceção dos Edifícios residenciais Palomo, Ariús e Ramos.

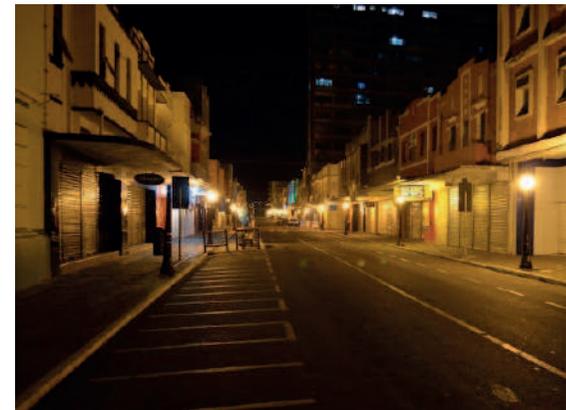


Figura 23: Rua Maciel Pinheiro durante o dia.

Fonte: Silva, 2019 (Acervo Flickr, 2011).

Figura 24: Rua Maciel Pinheiro à noite.

Fonte: Silva, 2019 (Acervo Blog Retalhos Históricos de Campina Grande).



O forte uso comercial das edificações trouxe consigo um alto uso da publicidade e propaganda como recurso de venda, explícita nas fachadas de cada edificação do Centro Histórico. Atualmente, as fachadas históricas da região tombada encontram-se cada vez mais escondidas e degradadas em meio a grande quantidade de placas, letreiros e demais tipos de anúncios publicitários. Ao tratar desse fenômeno, adentramos na problematização central do presente trabalho, abordando o uso indiscriminado da publicidade como catalisador da descaracterização em imóveis do Centro Histórico de Campina Grande.

As vias centrais já destacadas anteriormente, costumavam representar a cidade em cartões postais produzidos a partir da década de 1950, colocando a arquitetura como elemento de destaque no contexto campinense. Entre os anos de 1960 a 1990 tanto as edificações em estilo déco, quanto às remanescentes em demais estilos arquitetônicos tem seu lugar de

destaque e imponência histórica tomadas pela publicidade (Figura 25). Queiroz (2010), elucida como se dá o processo predatório da publicidade em relação ao patrimônio campinense:

Diante das disputas pelo campo visual, o pensamento era o de quanto maior o anúncio, melhor. De forma contraditória, a profusão e o conflito entre placas, faixas e letreiros luminosos, misturados às estruturas do comércio informal (fiteiros nas calçadas, lonas plásticas, barracas de madeira, etc.), aos poucos anularam expressões arquitetônicas que surgiram com o intuito de modernizar o espaço público e de reformular a sua imagem. (QUEIROZ, 2010, p. 37).



Figura 25: Publicidade em fachadas da Rua Marquês do Herval.

Fonte: Autora, 2022.

Já constatamos que a presença de elementos publicitários fazem parte da paisagem das cidades contemporâneas, independente de suas singularidades, tratando-se de um fenômeno associado ao capitalismo e sociedade de consumo atual. Ao tratar da qualidade visual dos centros de comércio, sabe-se também que esses elementos conferem diferentes graus de legibilidade, a depender da mensagem veiculada, e da percepção do receptor (FILHO, 2008).

A publicidade quando inserida no meio urbano de forma isolada, desconsiderando seu efeito a longo prazo, pode desencadear impactos negativos em relação à percepção visual (NASAR, 1988). Em áreas tombadas ou históricas além da problemática na qualidade visual, esses elementos ampliam a degradação física do bem, ao serem colocados sem levar em conta os cuidados especiais necessários ao intervir em edificações tombadas, com exceção de locais que possuem legislações e diretrizes norteadoras acerca da aplicação dos elementos, bem como a vistoria e fiscalização dos mesmos.

Em Campina Grande, a busca pelo maior alcance comercial de cada serviço e comércio perpassou há tempos a questão histórica. Ocorre uma incompatibilidade formal entre as fachadas e os anúncios e/ou letreiros, visto que os mesmos danificam os bens e prejudicam esteticamente ao encobrir total ou parcialmente as fachadas e seus elementos constituintes.

Vale salientar que a inserção de elementos publicitários não é a única causa da degradação patrimonial campinense, visto que constantemente é realizada a troca dos revestimentos e esquadrias originais buscando a renovação do imóvel, sendo ainda frequentes reformas que descaracterizam parcialmente ou completamente o imóvel, existindo além do mais, alguns casos isolados de demolição. Não serão adentradas discussões acerca das demais formas de descaracterização,

em consequência do foco do trabalho tratar da degradação publicitária.

A problemática apresentada demonstra também, uma ausência de educação patrimonial na cidade, ineficiência da fiscalização realizada pelos órgãos competentes, entre outros contratempos que coexistem e serão melhor analisados a partir dos resultados desse trabalho.

A seguir, linhas do tempo iconográficas foram realizadas e comentadas, na busca de uma melhor compreensão de como se iniciou o processo de descaracterização das fachadas do Centro Histórico em relação à publicidade. Esse processo possibilitará assimilar as modificações ocorridas ao longo do tempo, à momentos vivenciados no contexto campinense.

Dada a ausência de fotografias referentes à década 1990 nos acervos campinenses, foram recolhidas fotos dos anos 1930 a 1980 das vias Marquês do Herval, Venâncio Neiva e Maciel Pinheiro. Em relação às demais ruas do Centro Histórico há uma escassez de fotografias em distintos recortes temporais, impossibilitando a construção de uma linha do tempo regular. Todas as fotografias apresentadas fazem parte dos acervos de livros do Instituto Histórico de Campina Grande, da Biblioteca de Obras Raras Átila de Almeida (Acervo de Severino Bezerra de Carvalho) e do Blog Retalhos Históricos de Campina Grande. Logo mais, são apresentadas as características relativas aos anos 2000, abrangendo o Programa Campina Déco (2000).

Linha do tempo

Rua Marquês do Herval

**Rua
Marquês
do Herval**

*Figura 26: Rua Marquês
do Herval, 1937.*

*Fonte: Biblioteca de Obras
Raras Átila de Almeida
(Acervo Severino Bezerra de
Carvalho), 2021.*



*Figura 27: Rua Marquês
do Herval, 1937.*

*Fonte: Blog Retalhos
Históricos de Campina
Grande, 2021. Disponível
em: <[http://cgretalhos.
blogspot.com](http://cgretalhos.blogspot.com)>.*



1930

1940

1950

1960

1970

1980

1990

HOJE

A Rua Marquês do Herval sempre exerceu papel central na história de Campina Grande, especialmente pelo seu caráter comercial. Inicialmente chamada de “Rua dos Armazéns” e “Praça do Algodão”, abrigava diversos comércios e firmas algodoeiras. Na primeira fotografia (Figura 26), datada do ano de 1937, é possível notar algumas sacas de algodão sob o chão da rua ainda não pavimentada, presentes na extremidade inferior esquerda. Essa prática era comum no local, englobando o conjunto formado pela Rua Marquês do Herval com a atual Praça da Bandeira, no qual as negociações extrapolavam as edificações. As propriedades da região em sua maioria eram térreas de no máximo dois pavimentos, sendo elas moradias e comércios.

Por meio da segunda imagem (Figura 27), provavelmente retirada no fim da década, o aspecto provinciano é reduzido por conta dos automóveis e da ausência das sacas de algodão, porém no geral as características urbanas se mantêm. Nessa época, a região era conhecida por abrigar muitos motoristas que apanhavam e levavam turistas, sendo essa uma área relevante tanto para a população local quanto para os visitantes que ali chegavam e se deparariam com o primeiro panorama da cidade.

É possível notar que mesmo sendo um local central e comercial, não existiam muitos recursos visuais de venda empregados na paisagem, sendo possível identificar poucas fachadas fazendo uso de anúncios, em sua maioria de identificação (MENDES, 2006). A publicidade presente exemplifica como se davam as relações comerciais na época, visto que era comum o agrupamento de mercadorias em meio a rua e mesmo quando o comércio era estabelecido em uma edificação, os produtos e serviços ali oferecidos eram divulgados “de boca em boca” ou por meio de anúncios de jornal. Quanto às tipografias utilizadas, nota-se serem feitas em tinta diretamente sob a parede, provavelmente retratando a caligrafia do pintor responsável pelo ofício.

**Rua
Marquês
do Herval**

Figura 28: *Rua Marquês do Herval, 1942.*
Fonte: *Biblioteca de Obras Raras Átila de Almeida (Acervo Severino Bezerra de Carvalho), 2021.*



Figura 29: *Rua Marquês do Herval, 1947.*
Fonte: *Biblioteca de Obras Raras Átila de Almeida (Acervo Severino Bezerra de Carvalho), 2021.*



1930

● 1940

1950

1960

1970

1980

1990

HOJE

Se compararmos as imagens da década de 1930 as de 1940, notamos pequenas mudanças ocorridas graças às reformas ocorridas na gestão do prefeito Vergniaud Wanderley. A Rua passa a ter um canteiro central abrigando postes elétricos e vegetação, mudanças que ocorreram para adaptar o traçado ao uso do automóvel, de portas abertas a tão visada “modernização” da cidade. Quanto ao comércio, não é possível ver as sacas de algodão presentes anteriormente, avistando na sua maior parte sobrados, comércios e poucos armazéns, dada a política higienista da época. Por meio da Figura 28, nota-se que os padrões publicitários presentes nas fachadas mantinham-se em linha similar aos avistados na década de 1930, como meros detalhes da edificação.

Rua Marquês do Herval

Figura 30: *Cartão Postal Rua Marquês do Herval, 1957.*

Fonte: *Blog Retalhos Históricos de Campina Grande, 2021.* Disponível em: <http://cgretalhos.blogspot.com>.



Figura 31: *Rua Marquês do Herval, 1957.*

Fonte: *Blog Retalhos Históricos de Campina Grande, 2021.* Disponível em: <http://cgretalhos.blogspot.com>.



1930

1940

● 1950

1960

1970

1980

1990

HOJE

Durante a década de 1950 a Rua Marquês do Herval tornou-se um dos emblemáticos cenários retratados em cartões postais da cidade. A paisagem encontrada nos anos 1940 renova-se de forma ainda mais brusca. O casario térreo, avistado anteriormente, tem seu lugar tomado por edifícios verticais em sua maioria comerciais e de serviço, a exemplo do Edifício Esial, avistado nas Figuras 30 e 31 na extremidade direita da via (atual Shopping Edson Diniz). Apesar da região manter o posto de importante via comercial, o destaque para a área encontrava-se na arquitetura e na paisagem do local, sendo quase imperceptíveis e até mesmo ausentes anúncios ou publicidade nas fachadas.

Rua Marquês do Herval

Figura 32: *Rua Marquês do
Herval, 1967.*

*Fonte: Blog Retalhos Históricos
de Campina Grande, 2021. Dis-
ponível em: <[http://cgretalhos.
blogspot.com](http://cgretalhos.blogspot.com)>.*



Figura 33: *Rua Marquês do
Herval, 1967.*

*Fonte: Blog Retalhos Históricos
de Campina Grande, 2021. Dis-
ponível em: <[http://cgretalhos.
blogspot.com](http://cgretalhos.blogspot.com)>.*



1930

1940

1950

1960

1970

1980

1990

HOJE

As imagens referentes aos anos 1960 demonstram grande movimentação de pessoas e automóveis na região. As relações entre arquitetura e comércio passam a ser modificadas, ao passo que a forma física da edificação não necessariamente tem maior valor que o seu uso. Na Figura 32, é possível perceber um provável anúncio midiático de cooperação (MENDES, 2006), visto que a fachada lateral do edifício divulga um produto da marca Cinzano. Esse anúncio, mesmo que único, reflete uma mudança no padrão publicitário da época, não somente por seu tamanho, mas também pelas fortes cores e por se tratar de uma logomarca de uma empresa italiana veiculada a uma edificação no centro da cidade. Os demais elementos publicitários avistados nas imagens podem ser classificados como pequenos anúncios de identificação que não comprometem a integridade ou ocultam as fachadas, por meio de pequenas placas, letreiros e pinturas colocados paralelas às edificações.

**Rua
Marquês
do Herval**

Figura 34: Rua Marquês do Herval, 1977.

Fonte: Alberto Lopes - Leiloeiro Público, 2021. Disponível em: <<https://www.albertolopesleiloeiro.com.br/peca.asp?ID=6245371>>.



Figura 35: Edifício Esial visto da Av. Marechal Floriano Peixoto, 1974.

Fonte: Blog Retalhos Históricos de Campina Grande, 2021. Disponível em: <<http://cgretalhos.blogspot.com>>.



1930

1940

1950

1960

1970

1980

1990

HOJE

As imagens passadas nos anos 1970 exibem uma mudança ampla na relação entre publicidade e arquitetura. As placas e letreiros anteriormente vistas paralelamente passam a existir também perpendiculares às fachadas, para que possam ser vistas das calçadas e carros valendo-se do uso de recursos publicitários presentes nas Main Streets (VENTURI; SCOTT-BROWN; IZENOUR, 2003).

Na Figura 34, é possível visualizar o grande letreiro das tradicionais sandálias Dupé, posicionado acima do Edifício Lucas, com propósitos de divulgação (MENDES, 2006). O letreiro foi fortemente fotografado na época, ao retratar a Rua Marquês do Herval, sendo um grande exemplo da relação de simbiose desenvolvida entre publicidade e edificação. Além disso, a empresa BESA - Borracha Esponjosa S.A. Indústria e Comércio, responsável pela fabricação das sandálias Dupé em Campina Grande, utilizava de anúncios móveis (MENDES, 2006) veiculados aos ônibus que transitavam pela cidade, marcando a cena publicitária campinense, até fechar as suas portas nos anos 1985.

Através da Figura 35 visualiza-se ao lado da Casa do Colegial o Edifício Esial, com sua fachada lateral totalmente coberta por uma propaganda de uma marca de veículos. Além dos anúncios de identificação, como o “Casa do Colegial” é possível constatar placas que veiculam o serviço “Foto Rápido”, colocadas a frente das esquadrias do Edifício Esial, demonstrando despreocupação estética e insensibilidade em relação às edificações.

**Rua
Marquês
do Herval**

*Figura 36: Lojas Brasileiras,
vista da Av. Marechal Floriano
Peixoto, 1988.*

*Fonte: Blog Retalhos Históricos
de Campina Grande, 2021. Dis-
ponível em: <[http://cgretalhos.
blogspot.com](http://cgretalhos.blogspot.com)>.*



*Figura 37: Lojas Brasileiras,
vista da Av. Marechal Floriano
Peixoto, 1988.*

*Fonte: Blog Retalhos Históricos
de Campina Grande, 2021. Dis-
ponível em: <[http://cgretalhos.
blogspot.com](http://cgretalhos.blogspot.com)>.*



1930

1940

1950

1960

1970

● 1980

1990

HOJE

As únicas imagens encontradas referentes aos anos 1980 demonstram as Lojas Brasileiras (LOBRÁS). A loja de variedades ocupou o espaço no qual existia o Edifício Esial em uma construção totalmente nova. A edificação em si trata-se de uma grande vitrine publicitária com anúncios veiculados em suas esquadrias, placas e toldos de diferentes formas, tamanhos e posicionamentos.

Rua
Marquês
do Herval

Figura 38: *Marquês do Herval, 2022.*

Fonte: Autora, 2022.



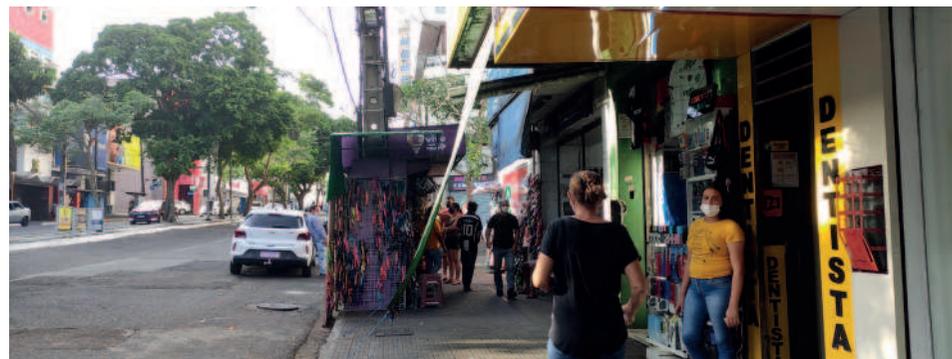
Figura 39: *Marquês do Herval, 2022.*

Fonte: Autora, 2022.



Figura 40: *Fachadas na Rua Marquês do Herval, 2022.*

Fonte: Autora, 2022.



1930

1940

1950

1960

1970

1980

1990

● HOJE

O panorama atual na Rua Marquês do Herval revela total despreocupação com o conjunto arquitetônico que resiste na área. Ao comparar a situação atual e as imagens anteriores, é possível constatar que algumas das edificações históricas desapareceram ao longo do tempo, porém as que restaram encontram-se parcialmente ou totalmente encobertas por painéis, toldos e letreiros. Atualmente, a via mantém seu caráter majoritariamente comercial, com destaque para presença do Shopping Edson Diniz (Figura 39), conhecido popularmente como camelódromo, no mesmo local no qual previamente existiam o Edifício Esial e a LOBRÁS, sendo este um ponto marcante (LYNCH, 1997) no cruzamento entre a Marquês do Herval e a Avenida Marechal Floriano Peixoto.

Pela Figura 40, é possível notar que além da forte publicidade nas fachadas, fiteiros fixos são encontrados às margens das calçadas, além do comércio informal que ocorre principalmente durante o dia por meio de carros de lanche e venda dos mais diversos produtos. Chama atenção a quantidade de toldos colocados sob as edificações no período da tarde, (Figuras 38, 39 e 40) criando um estreitamento do passeio, visto que geralmente estes são colocados em altura próxima ao piso das calçadas, amenizando a incidência do sol sob a região interna das edificações que possuem vitrines ou aberturas voltadas para a rua.

A via é uma das poucas na região central que possui vida noturna graças à concentração de food trucks e pontos de alimentação que espalham-se ao redor da Praça da Bandeira, sendo o uso habitacional pontual, representado pelos edifícios Lucas e João Rique. Mesmo com o tombamento da via como constituinte do Centro Histórico em 2004, a publicidade persiste cada vez mais incontrolável, ao ponto de não ser possível identificar o estado de conservação de grande parte dos bens.

Linha do tempo

Rua Venâncio Neiva

**Rua
Venâncio
Neiva**



*Figura 41: Rua Venâncio
Neiva, 1937.*

*Fonte: Blog Retalhos Históricos
de Campina Grande, 2021. Dis-
ponível em: <[http://cgretalhos.
blogspot.com](http://cgretalhos.blogspot.com)>.*

● 1930

1940

1950

1960

1970

1980

1990

HOJE

Durante as primeiras décadas do século XX, a Rua Venâncio Neiva funcionava como uma extensão da Feira Central. Queiroz (2010) conta que a rua era pejorativamente conhecida como “beco do mijo ou da merda” correspondendo a seus antigos usos, já que a poluição era constante no local. A Figura 41 indica uma via com construções térreas e grande movimentação comercial ocorrida principalmente na via em si, numa espécie de feira livre, extrapolando as edificações comerciais. Na década de 1930 a rua foi beneficiada por uma série de obras de infraestrutura, na qual algumas residências foram desapropriadas para que a rua pudesse ser prolongada de forma contínua. Apesar do forte perfil comercial que a rua trazia, assim como no caso da via Marquês do Herval, publicidades e apelos comunicativos não são comumente avistados em imagens desse período.

Rua
Venâncio
Neiva

Figura 42: Rua Venâncio
Neiva, 1940.

Fonte: Blog Retalhos Históricos
de Campina Grande, 2021. Dis-
ponível em: <<http://cgretalhos.blogspot.com>>.



1930

● 1940

1950

1960

1970

1980

1990

HOJE

A Figura 42 demonstra uma renovação da Venâncio Neiva, com um forte investimento na linguagem arquitetônica Art Déco. Após sua reforma, a via finalmente pavimentada, fez-se ocupada por sobrados, lojas, escritórios e habitações organizadas em dois pavimentos. Marcou-se pela construção da residência do próprio prefeito Vergniaud Wanderley e também pela instalação do Banco do Povo. Em 1941, as atividades de livre comércio avistadas na imagem anterior, foram desocupadas para se instalarem por definitivo no Bairro das Piabas, hoje Feira Central.

Quanto à publicidade presente é possível identificar alguns letreiros, estes funcionavam como elementos integrantes do repertório formal na arquitetura de estilo Art Déco. Naquela época, era comum que os letreiros integrados às obras relacionadas ao Art Déco tivessem o mesmo nível de preocupação dedicado aos edifícios (D'ELBOUX, 2018). Ainda de acordo com D'Elboux (2018), a relação entre letreiro e edificação era vista como uma composição, na qual o letreiro não seria uma consequência posterior à construção do edifício. Para esses letreiros era regular a utilização de estruturas em aço que se destacavam das edificações, realizando sua sustentação e imponência em fachadas comerciais e de serviços, geralmente colocadas acima das marquises, no caso das edificações comerciais. Em alguns casos, ainda é possível notar letreiros de identificação, pintados diretamente sob a parede ou entalhadas sob a edificação em relevo mais alto ou mais baixo.

Rua
Venâncio
Neiva



Figura 43: *Rua Venâncio
Neiva, 195?.*
Fonte: *Ah, Campina! Vasconce-
los, 2021.*

Na imagem da década de 1950, a arquitetura imponente na via se mantém, porém algumas rupturas em relação à publicidade nas fachadas passam a surgir. São avistados na Figura 43 ao menos seis placas de identificação perpendiculares às fachadas, voltadas ao olhar de quem transita pelas calçadas, identificando-se as placas “Primor”, “Radiotécnico” e “Foto Rio”, em diferentes formas e tamanhos. A arquitetura Art Déco trazia consigo letreiros com o uso de tipografias alinhadas a essa linguagem. D’ Elboux (2018) caracteriza a tipografia presente no estilo art déco como uma expressão populista, que buscava romper paradigmas de maior rigor alcançados nas tipografias modernistas, utilizando de formas de maior apelo visual, com a inclusão de detalhes ornamentais ou resultantes de exageros em elementos ou proporções das letras. Os letreiros trazidos na imagem destoam dessa linguagem apresentando tipografias provavelmente desenvolvidas pelos locais, que não necessariamente apresentavam ligação direta com o estilo arquitetônico da edificação. Apesar de existente, a publicidade identificada aparenta não causar prejuízos para a integridade e identificação dos edifícios, destoando apenas da formalidade da linguagem Art Déco.

1930

1940

● 1950

1960

1970

1980

1990

HOJE

**Rua
Venâncio
Neiva**

Figura 44: *Rua Venâncio
Neiva, 1967.*

Fonte: *Blog Retalhos Históricos
de Campina Grande, 2021. Dis-
ponível em: <[http://cgretalhos.
blogspot.com](http://cgretalhos.blogspot.com)>.*



Figura 45: *Rua Venâncio
Neiva, 1963.*

Fonte: *Blog Retalhos Históricos
de Campina Grande, 2021. Dis-
ponível em: <[http://cgretalhos.
blogspot.com](http://cgretalhos.blogspot.com)>.*



1930

1940

1950

● 1960

1970

1980

1990

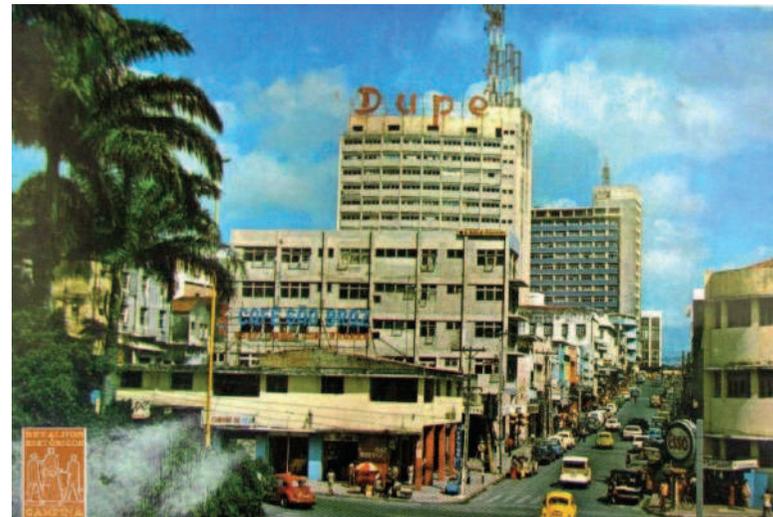
HOJE

A Figura 44 foi retirada a partir da Rua Vidal de Negreiros, na lateral da Praça Clementino Procópio. A imagem não traz riqueza de detalhes em relação a publicidade, podendo ser avistados apenas um letreiro acima do Edifício Lucas e dois anúncios no pavimento mais alto do Edifício João Rique. Por intermédio da Figura 45 é possível compreender melhor as dinâmicas urbanas presentes no interior da via e as interferências publicitárias ocorridas no conjunto arquitetônico da época. Podem ser identificadas pequenas placas e faixas nas fachadas (anúncios de divulgação e identificação), além de fiação elétrica entreposta em meio às edificações. Apesar da publicidade avistada em maior quantidade, o conjunto arquitetônico da via parece ainda claro visualmente sem maiores bloqueios que impossibilitem sua identificação. Chama a atenção um anúncio natalino pendurado no alto no qual é possível identificar o nome do Prefeito Newton Rique (1963-1964).

**Rua
Venâncio
Neiva**

*Figura 46: Rua Venâncio
Neiva, 1977.*

*Fonte: Blog Retalhos Históricos
de Campina Grande, 2021. Dis-
ponível em: <[http://cgretalhos.
blogspot.com](http://cgretalhos.blogspot.com)>.*



*Figura 47: Rua Venâncio
Neiva, 1977.*

*Fonte: Blog Retalhos Históricos
de Campina Grande, 2021. Dis-
ponível em: <[http://cgretalhos.
blogspot.com](http://cgretalhos.blogspot.com)>.*



1930

1940

1950

1960

● 1970

1980

1990

HOJE

As fotografias setentistas demonstram uma Venâncio Neiva cada vez mais comercial. Por meio da Figura 46 avistamos o letreiro do Café São Braz e posteriormente, o grande anúncio das sandálias Dupé, já mencionado ao tratar da Marquês do Herval, ambos inexistentes nas imagens da década de 1960. Nota-se que esses letreiros são sustentados de forma independente, acima das edificações, na busca de maior imponência visual. No canto direito da fotografia representada na Figura 46 também é possível avistar ao alto o letreiro do inesquecível Posto Esso, tão importante para os fins de “modernização” de Campina Grande, que sua inauguração chegou a ser noticiada pelo Diário de Pernambuco (PEREIRA, 2019).

Se compararmos as fotografias dos anos 1970 para as duas vias retratadas até então, são encontradas diversas semelhanças em relação às dinâmicas urbanas e econômicas vistas na paisagem. As imagens do período demonstram vividamente grande movimentação de automóveis e pessoas na região, representando a força do polo comercial central. Por meio da Figura 47, o papel da publicidade e do impacto comercial na região se confirmam ao notar maior quantidade de placas dispostas aleatoriamente pelas fachadas, postes e até mesmo uma faixa suspensa em meio a rua na qual a agremiação poliesportiva Treze, saúda a torcida e imprensa paraibana. Ao fundo é possível identificar um fiteiro estabelecido na calçada, adicionado ao conjunto urbano central sem grandes preocupações.

Rua Venâncio Neiva

Figura 48: Calçada da Rua Venâncio Neiva, 198?.

Fonte: Blog Retalhos Históricos de Campina Grande, 2021. Disponível em: <<http://cgretalhos.blogspot.com>>.



Figura 49: Calçada da Rua Venâncio Neiva, 198?.

Fonte: Blog Retalhos Históricos de Campina Grande, 2021. Disponível em: <<http://cgretalhos.blogspot.com>>.



Figura 50: Farmácia do Calçadão em cruzamentos das ruas Venâncio Neiva e Cardoso Vieira, 1981.

Fonte: Blog Retalhos Históricos de Campina Grande, 2021. Disponível em: <<http://cgretalhos.blogspot.com>>.



1930

1940

1950

1960

1970

1980

1990

HOJE

É na década de 1980 que a publicidade se estabelece de formas ainda não vistas na Rua Venâncio Neiva. A via fazia parte do Calçadão, construído durante a gestão do prefeito Enivaldo Ribeiro, formado também pelas ruas Cardoso Vieira, Sete de Setembro e Maciel Pinheiro. A construção do amplo Calçadão objetivava a otimização dos passeios públicos na principal área comercial da cidade. Na década de 1990, durante a gestão do prefeito Félix de Araújo Filho, o Calçadão passou a ser compreendido somente em parte da Rua Cardoso Vieira. Pelas imagens é possível perceber que a área além de ganhar mobiliário fixo como bancos, orelhões telefônicos e postes de iluminação, servia de abrigo para diversos camelôs informais.

As placas e letreiros vistas anteriormente em pequenas formas retangulares, ganham novos formatos, acompanhando os desenhos das marquises, às envolvendo como uma espécie de “caixa de propaganda”. Passa a ser rara a edificação sem interferências publicitárias, sendo ainda mais forte a presença desses elementos na parte térrea do conjunto. A diversidade de placas era adequada a pilares, janelas, portas, postes, onde houvesse espaço para a divulgação de serviços e produtos, como no exemplo da Farmácia do Calçadão (Figura 50), na qual a palavra “farmácia” é veiculada por toda a edificação insistentemente. As tipografias utilizadas nos anúncios não dialogam entre si, comprovando a inserção dos elementos publicitários presentes na área de forma desordenada, de acordo com os interesses individuais de cada proprietário/serviço.

**Rua
Venâncio
Neiva**

Figura 51: *Rua Venâncio
Neiva, 2022.*

Fonte: Autora, 2022.

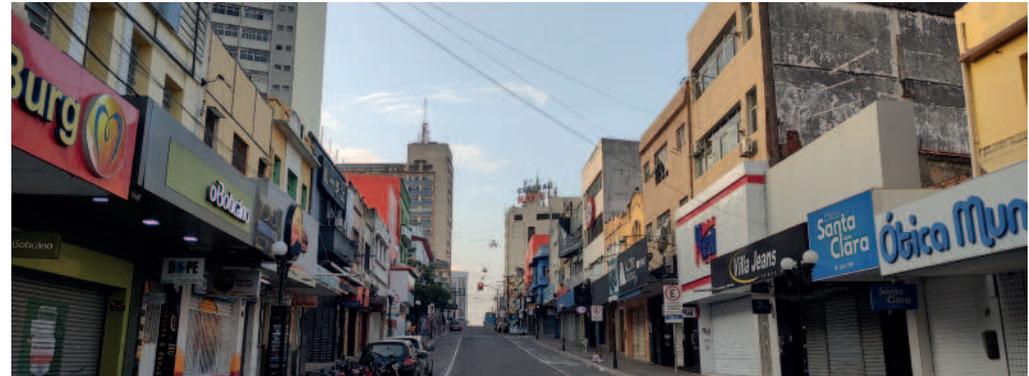


Figura 52: *Rua Venâncio
Neiva, 2022.*

Fonte: Autora, 2022.



Figura 53: *Rua Venâncio
Neiva, 2022.*

Fonte: Autora, 2022.



Como dito anteriormente, a via deixou de ser pedestrianizada nos anos 1990. Com isso, adquiriu duas faixas de estacionamento laterais e uma faixa de rolamento central, mantidas atualmente. Pelas imagens é possível identificar que muitas das construções simbólicas demonstradas previamente, deixaram de existir dando espaço a edificações contemporâneas. O comércio informal, antes representado pelas bancas e camelôs, agora passa a ser constituído pelos fiteiros instalados nas extremidades das calçadas (Figura 52).

É possível ver vestígios da publicidade original das edificações em alguns dos pavimentos superiores, resistindo em meio a publicidade atual, como no Edifício São Paulo (Figura 53). Ao tratar dos térreos, a maioria teve seus revestimentos e elementos construtivos substituídos ou danificados e novos letreiros incorporados. Os anúncios tornaram-se ainda maiores, perpassando o contorno das marquises, por vezes encobrendo totalmente a fachada. A caixa publicitária que geralmente envolve a marquise original da edificação é produzida desconsiderando recuos, materiais, tamanhos, cores e elementos publicitários vizinhos, resultando em um grande quebra cabeças de informações. Como se não fosse o bastante, a publicidade extrapola as fachadas e as placas próprias para esse uso, se apropriando de mobiliários urbanos como postes e orelhões telefônicos.

1930

1940

1950

1960

1970

1980

1990

● HOJE

An aerial, black and white photograph of a city street, likely in Rio de Janeiro, Brazil. The street is wide and runs diagonally from the bottom left towards the top right. On the left side of the street, there are several large, multi-story buildings with classical architectural features like columns and balconies. On the right side, there are more buildings, some appearing to be residential or commercial. The entire image is overlaid with a grid of small white dots. In the bottom left corner, there is some faint, handwritten text in white.

Linha do tempo

Rua Maciel Pinheiro

Rua Maciel Pinheiro
Caminho Grande Nº 12
Avenida

Rua Maciel Pinheiro

Figura 54: *Rua Maciel Pinheiro em dia de feira, 1930.*

Fonte: *Biblioteca de Obras Raras Átila de Almeida (Acervo Severino Bezerra de Carvalho), 2021.*



Figura 55: *Rua Maciel Pinheiro, 1938.*

Fonte: *Biblioteca de Obras Raras Átila de Almeida (Acervo Severino Bezerra de Carvalho), 2021.*



Figura 56: *Bar Macaíba, localizado na Rua Maciel Pinheiro, 1939.*

Fonte: *Biblioteca de Obras Raras Átila de Almeida (Acervo Severino Bezerra de Carvalho), 2021.*



● 1930

1940

1950

1960

1970

1980

1990

HOJE

A Rua Maciel Pinheiro chegou ao século XX como a principal rua do comércio campinense (QUEIROZ, 2016, p. 82). A via formava com a Praça Epitácio Pessoa um conjunto urbano, ocupado pelos que viviam do comércio e pequenos ofícios, agrupando usos comerciais, residências e serviços. Por conta de seus usos, era uma das poucas na região que mantinha uma certa largura e traçado urbano linear, semelhante a Rua Marquês do Herval. Com o passar dos tempos, uma pequena e restrita elite se instaurou no local, porém a rua manteve seu caráter majoritariamente comercial e diverso.

Como visto nas Figuras 54 e 55, as fachadas delimitavam o traçado da rua, na qual a escala horizontal das edificações prevalecia, sendo pontuais aquelas que ultrapassavam um pavimento, como os sobrados existentes na Praça Epitácio Pessoa. Como demonstrado na Figura 54, em dias de feira a rua era ocupada pela exposição dos mais diversos produtos dispostos em barracas ou sob o chão, promovendo uma grande concentração de pessoas.

A Figura 56 retrata o Bar Macaíba, estabelecimento comercial tradicional da época, próximo a esquina com a Rua Semeão Leal. Por meio dessa edificação, torna-se compreensível identificar a representação da publicidade em edificações no período, valendo salientar que era raro o uso de placas, especialmente quando perpendiculares às fachadas. É possível identificar pinturas feitas diretamente sob a parede e esquadrias, veiculando “café”, “caldo de cana” e até mesmo “relojeiro”, sendo esses, produtos e serviços ali oferecidos. Mesmo com o recente aparecimento dos automóveis, era costumeiro andar em meio a rua, facilitando a visualização desse tipo de anúncio.

**Rua
Maciel
Pinheiro**

Figura 57: *Rua Maciel Pinheiro em dia de feira, 1940.*

Fonte: Acervo Severino Bezerra de Carvalho, 2021.



Figura 58: *Estabelecimentos comerciais na Rua Maciel Pinheiro, 1942.*

Fonte: Acervo Severino Bezerra de Carvalho, 2021.



1930

● 1940

1950

1960

1970

1980

1990

HOJE

As imagens de 1940 e 1942 reforçam as particularidades da rua e seu forte uso comercial. Exemplificando de forma prática a diversidade de usos presente no conjunto entre a Rua Maciel Pinheiro e a Praça Epitácio Pessoa, Queiroz (2010) aponta que um morador poderia resolver quase toda a sua vida por lá mesmo, citando importantes estabelecimentos ali endereçados como a fábrica de bebidas de João Pontes, a loja de tecidos A Campinense, a mercearia Cavalcanti & Irmão, o Cine-Theatro Apollo, Cine Fox, Grêmio Renascença e a feira demonstrada na segunda imagem, que acontecia duas vezes por semana. Ao comparar as imagens das décadas de 1930 e 1940 são retratadas dinâmicas espaciais semelhantes, não havendo grandes diferenças.

A Figura 58 estampa alguns estabelecimentos comerciais encontrados na rua, destacando-se ao fundo a construção de um dos mais importantes projetos da gestão de Vergniaud Wanderley: O Grande Hotel. Por meio dos anúncios visualizados na fotografia, da extremidade direita para a esquerda é possível visualizar três comércios geminados e três respectivos anúncios, sendo um deles uma placa posicionada perpendicularmente à fachada com escrituras ilegíveis e o restante, anúncios de identificação. A tipografia utilizada é semelhante à existente no Bar Macaíba, apresentado na década de 1930.

**Rua
Maciel
Pinheiro**

Figura 59: *Cartão Postal Rua Maciel Pinheiro, 1957.*

Fonte: Blog Retalhos Históricos de Campina Grande, 2021. Disponível em: <<http://cgretalhos.blogspot.com>>.



Figura 60: *Rua Maciel Pinheiro, 1957.*

Fonte: Blog Retalhos Históricos de Campina Grande, 2021. Disponível em: <<http://cgretalhos.blogspot.com>>.



1930

1940

● 1950

1960

1970

1980

1990

HOJE

O cartão da Figura 59 representa a Rua Maciel Pinheiro após as intervenções urbanas de higienização e renovação ocorridas na área central. A feira existente, assim como na Rua Venâncio Neiva, foi removida para o Mercado Público do bairro das Piabas, atual Feira Central, com o objetivo de higienizar a região, descongestionando o sistema viário para o passeio de pessoas e veículos. As edificações vistas anteriormente foram em sua maioria demolidas, dando lugar a novos prédios em dois pavimentos no estilo Art Déco, que alinhados fizeram deixar de existir a Praça Epitácio Pessoa. A renovação da rua permitiu com que as habitações fossem separadas das atividades de trabalho, quebrando a heterogeneidade existente anteriormente.

Quanto à publicidade, é possível ver que a maioria dos letreiros presentes na imagem destacam-se ligados às marquises das edificações, em estruturas próprias. Esse tipo de letreiro, por estar fixado apenas nas marquises da edificação, permite fácil manutenção do elemento sem reparos diretos na construção. Pela Figura 60 identificamos uma maior diversidade de placas, circulares, retangulares, perpendiculares e paralelas às fachadas, levando a crer que o cartão postal da época exprime o conjunto em sua forma original enquanto a fotografia revela a rua com suas devidas adaptações e apropriações realizadas pós ocupação.

À esquerda, logo a frente da Figura 60, pode-se identificar uma placa publicitária posta sob o passeio, não comumente vista na época. Faixas com diversidade de tipografias são avistadas abaixo das marquises, sob a entrada das edificações, penduradas na vertical e horizontal. A presença de uma relevante quantidade de anúncios publicitários já nos anos 1950, diferencia a Maciel Pinheiro das demais ruas analisadas anteriormente, já que esse fenômeno passou a ser identificado em frequência similar, somente a partir das décadas de 1960 ou 1970.

**Rua
Maciel
Pinheiro**

Figura 61: *Rua Maciel Pinheiro, 1977.*

Fonte: Blog Retalhos Históricos de Campina Grande, 2021. Disponível em: <<http://cgretalhos.blogspot.com>>.



Figura 62: *Rua Maciel Pinheiro, 1977.*
(esq.)

Fonte: Blog Retalhos Históricos de Campina Grande, 2021. Disponível em: <<http://cgretalhos.blogspot.com>>.



Figura 63: *Rua Maciel Pinheiro, 1974.*
(dir.)

Fonte: Blog Retalhos Históricos de Campina Grande, 2021. Disponível em: <<http://cgretalhos.blogspot.com>>.



1930

1940

1950

1960

● 1970

1980

1990

HOJE

Como não foram encontradas imagens referentes à década de 1960, traçaremos um paralelo entre as décadas de 1950 e 1970. Por meio das fotografias é notável a ampla adição de elementos publicitários no conjunto urbano da Rua Maciel Pinheiro. Como identificado previamente, por ser uma das mais importantes vias comerciais da região central, mesmo logo após a reforma urbana na região era possível observar diversos anúncios publicitários, sendo compreensível o crescimento gradativo desse fenômeno. Os marcantes letreiros característicos da linguagem arquitetônica Art Déco, deixam de ser avistados nos pavimentos superiores, dando lugar a placas dos mais diversos tipos e tamanhos, posicionadas sem nenhuma logística conjunta, à frente de esquadrias, sacadas, frontões e marquises.

Quanto aos pavimentos térreos, notam-se placas que veiculam o mesmo anúncio utilizadas por mais de uma vez, posicionadas sob e abaixo das marquises, em pilares e paredes, tanto perpendicular quanto paralelamente às fachadas (Figuras 63). A Associação Comercial de Campina Grande (Figura 62, à direita), chama atenção por ser um prédio misto carregando publicidade de diversos estabelecimentos. Nesse caso, a quantidade de anúncios, proposta para direcionar a compra, possui o efeito contrário, tornando difícil a compreensão de localização de cada serviço oferecido no mesmo espaço. Podem ser avistadas várias faixas, não sendo possível identificar com exatidão sua materialidade, porém em material semelhante a tecido, penduradas sob algumas edificações e em meio a rua (Figuras 61 e 62).

**Rua
Maciel
Pinheiro**

Figura 64: *Rua Maciel Pinheiro, 1984.*

Fonte: Fonte: Blog Retalhos Históricos de Campina Grande, 2021. Disponível em: <<http://cgretalhos.blogspot.com>>.

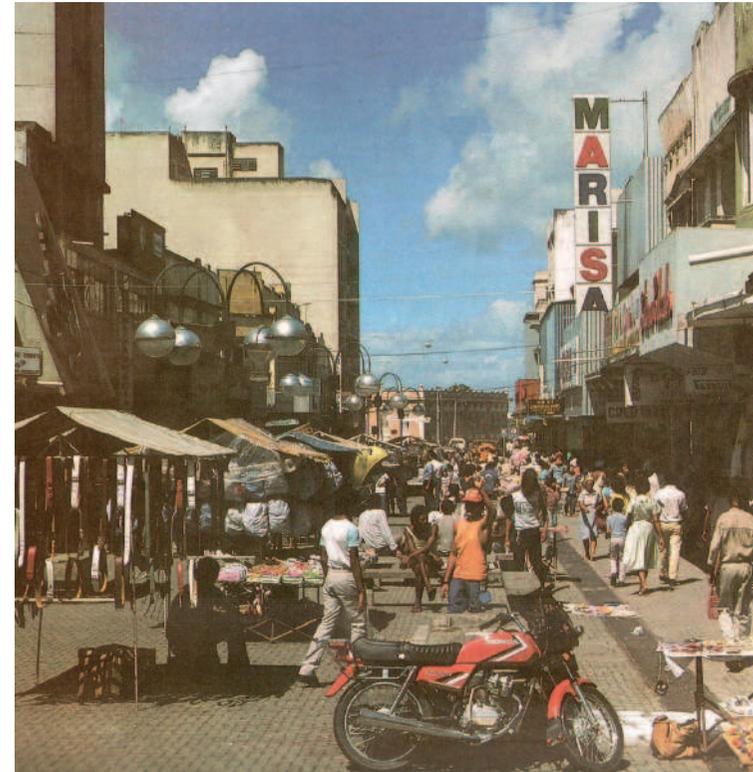
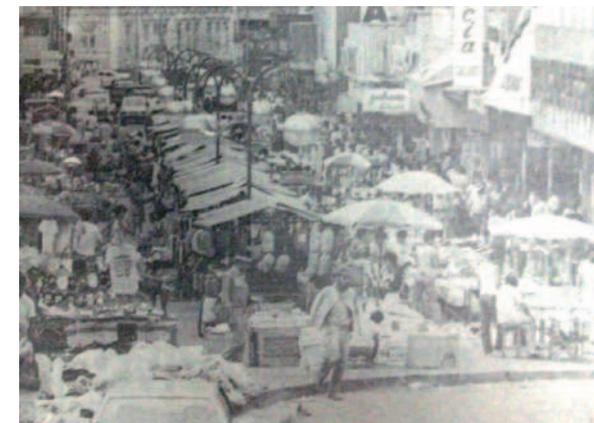


Figura 65: *Rua Maciel Pinheiro, 1987.*

Fonte: Projeto de Restauração das Fachadas - PMCG, 2021.

Figura 66: *Rua Maciel Pinheiro, 1986.*

Fonte: Blog Retalhos Históricos de Campina Grande, 2021. Disponível em: <<http://cgretalhos.blogspot.com>>.



1930

1940

1950

1960

1970

1980

1990

HOJE

As fotografias dos anos 1980 demonstram o calçadão abordado anteriormente, ao tratar da Rua Venâncio Neiva. Na época as vias que compunham o Calçadão apresentavam dinâmicas comerciais e urbanas semelhantes. Bem como na Venâncio Neiva, o comércio informal adentrou o espaço destinado aos pedestres, amplificando o uso comercial. Por meio das Figuras 64 e 65 fica mais clara a forma de ocupação das caixas publicitárias sob as marquises, ocultando parte das edificações. A figura 64 explicita de forma sensorial a percepção do espaço pelo pedestre, demonstrando fachadas Art Déco acanhadas por trás de um emaranhado publicitário.

A repetição de anúncios em diferentes placas num mesmo estabelecimento comercial pode ser confirmada, como nos casos das lojas Capemi e Marisa (Figura 65). A publicidade presente na região, é uma variável de relevância na degradação do espaço, já que os anúncios eram inseridos sem nenhum norteamento ou critério. Mesmo após a década de 1990, quando o Calçadão passou a existir somente em parte da Rua Cardoso Vieira, as fachadas mantiveram seu ritmo de ocupação publicitária, com o comércio informal tentando encontrar espaço em meio às calçadas e o patrimônio edificado tornando-se cada vez mais esquecido no dia a dia dos campinenses.

**Rua
Maciel
Pinheiro**

Figura 67: Rua Maciel Pinheiro, 2021.

Fonte: Autora, 2021.



Figura 68: Rua Maciel Pinheiro, 2021.

Fonte: Autora, 2021.



A situação atual da Rua Maciel Pinheiro revela um conjunto com algumas intervenções publicitárias, porém se comparados às vias Marquês do Herval e Maciel Pinheiro, a situação atual é de maior preservação das fachadas, havendo poucos elementos que destoam da sua originalidade. Na década de 1990, a rua foi reaberta para o tráfego de veículos, criando estacionamentos, mobiliários pontuais em pequenas ilhas, além da limitação dos pedestres as calçadas, tendo como justificativa solucionar a ocupação ilegal vista anteriormente pelos comércios ambulantes. A rua também passou por intervenções específicas que melhoraram o seu aspecto como a implantação de fiação elétrica subterrânea, desobstruindo a visão e resultando em um melhor panorama geral das edificações.

Com o passar dos anos, alguns edifícios perderam suas esquadrias e revestimentos originais, passando a abrigar elementos parasitários como ar condicionados, encanações e fiações. Nos térreos é possível verificar placas e marquises em policarbonato, alumínio composto (ACM), cerâmicas e demais materiais contemporâneos, porém como visto nas figuras, é clara a identificação do antigo e marcante conjunto déco nos pavimentos superiores das edificações. Por meio das Figuras 67 e 68 é possível observar uma tática publicitária atual comum na região central: o uso de placas de divulgação (MENDES, 2006) veiculadas de forma fixa no piso da calçada. Esse cenário relativamente positivo se dá por conta do Programa Campina Déco, ocorrido nos anos 2000, que buscou restaurar as fachadas históricas e adequar a publicidade tendo como experimento inicial a Rua Maciel Pinheiro. O Programa será abordado de maneira mais detalhada a frente desse trabalho.

Por se tratar de uma das poucas vias que ainda mantém suas fachadas em bom estado, após o tombamento da área pelo IPHAEP (2004), a fiscalização da rua é mais frequente e as normativas mesmo que claramente não sejam seguidas a todo rigor, são levadas um pouco mais a sério. Isso pode ser confirmado pela matéria do G1, de 2017, de título "Instituto remove 35 placas publicitárias de prédios históricos de Campina Grande". Apesar do título abranger todo o Centro Histórico, no corpo da matéria fica claro que a intervenção ocorreu somente na Rua Maciel Pinheiro, na qual foram contabilizados 91 estabelecimentos com irregularidades, resultando na retirada de 35 placas de publicidade que infringiram a altura máxima de 50cm, estabelecida por Lei.

Apesar das normas, é comum o aparecimento de placas e instalações que destoam das proposições legislativas, desafiando a competência do órgão responsável pela área, que por ter sua sede na capital João Pessoa, possui fiscalização limitada. As medidas citadas, mesmo que pontuais e ainda insuficientes, retardaram a degradação crescente por anos, sendo notável um maior reconhecimento da Rua Maciel Pinheiro como patrimônio em meio ao senso comum campinense. As ruas Marquês do Herval e Venâncio Neiva, discutidas anteriormente, bem como as demais vias do Centro Histórico Campinense não foram beneficiadas com medidas similares, que mesmo em sua pontualidade poderiam amenizar a situação de descaso existente na atualidade.

1930

1940

1950

1960

1970

1980

1990

● HOJE

Programa Campina Déco: Uma iniciativa de requalificação nos anos 2000

Partindo da problemática apresentada anteriormente, Campina Grande foi perdendo aos poucos os vínculos com sua marcante identidade dos anos 1940 e 1950, tomada pela publicidade. Ao final dos anos 1970, surgiram os primeiros estudos sobre o art déco campinense, destacando-se as pesquisas, artigos e exposições realizadas por Lia Mônica Rossi, professora do curso de Desenho Industrial da atual Universidade Federal de Campina Grande. Por meio do seu trabalho, foi chamada a atenção tanto do poder público municipal quanto da comunidade acadêmica, restituindo destaque ao conjunto arquitetônico central como um símbolo de significância cultural e patrimônio da cidade de Campina Grande.

Como tratado previamente, nesse período eram recentes as discussões sobre patrimônio em âmbito nacional, especialmente em relação a conjuntos urbanos e sua revitalização. No caso da arquitetura art déco, por se tratar de uma linguagem ainda mais recente em sua produção, Queiroz (2010) destaca que o estilo era visto como uma manifestação arquitetônica até então marginalizada, sobretudo em âmbito nacional. Dessa forma, é de extrema importância a relevância em conseguir levantar discussões sobre o tema na Cidade de Campina Grande.

Nesse âmbito, surge o programa de requalificação urbana Campina Déco, utilizando de referência toda a produção de Lia Mônica Rossi e do designer gráfico José Marconi B. de Sousa. O objetivo do Programa era de realizar a requalificação da área central, principalmente por meio da recuperação das fachadas, controlando suas placas publicitárias. Vislumbrando esse momento, Queiroz (2010) contextualiza

a criação de uma identidade campinense com base na valorização do art déco:

A partir do trabalho de Lia Rossi, o poder público municipal vislumbrou que a revalorização do patrimônio art déco campinense poderia agir como instrumento para potencializar as vendas do comércio central (que já perdia clientes para outras regiões menos congestionadas) e se transformar em produto turístico, associado a outros eventos realizados pelo município. Assim como foi criada a identidade Campina Grande, cidade do São João, desejava-se criar a imagem de Campina Grande como a cidade do art déco. (QUEIROZ, 2010, p. 38).

O Programa ocorreu durante a gestão do prefeito Cássio Cunha Lima (1996-2002), visando além das fachadas, realocação subterrânea das redes elétrica e telefônica, implantação de novas calçadas com padronização de piso, troca do mobiliário urbano e transferência do comércio informal que ocupava o passeio na região. Apesar das boas intenções, o Programa só ocorreu de fato na Rua Maciel Pinheiro, já que as administrações municipais subsequentes não deram continuidade à iniciativa, encontrando ainda resistência de alguns proprietários desgostosos com as mudanças propostas.

Através da SEPLAN foram aplicadas na Rua Maciel Pinheiro, leis de isenção fiscal e preservação estilística, além de licitações para obras de infraestrutura de redes. As fachadas em específico tiveram atenção especial, por meio do Projeto de Restauração de Fachadas, com metodologia criada por seus idealizadores (Figuras 70, 71 e 72). A Defesa Civil ficou responsável pela análise das marquises e realocação de ambulantes. Se totalizado, o Programa abrangeria 150 imóveis em 10 ruas, ocupando 17 ha do centro da cidade (ROSSI, 2010, p. 31). Apenas muitos anos após a finalização do Programa, ocorreu a implantação da fiação subterrânea, somente na Rua Maciel Pinheiro.

Metodologia do Programa Campina Déco:



Estudo de **Gabarito**

Foram sintetizadas em mapas temáticos as alturas referentes a cada edificação (um a mais de quatro pavimentos e vazios). Constatou-se a predominância de construções em dois pavimentos.



Análises de **uso e ocupação do solo**

Foram elaborados mapas temáticos, apresentando os usos do solo: comercial, municipal, serviços, vazios e habitacional. Mesmo nos espaços comerciais foi destacado o tipo de atividade desenvolvida (ex: calçados, vestuário).



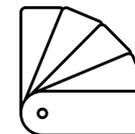
Levantamento **Fotográfico da Região**

As fotografias são apresentadas em fotomontagens que possibilitem a colocação de fachadas lado a lado, permitindo a visualização de todas as faces das quadras.



Fichas de **Identificação dos Imóveis**

As fichas detalhavam as alterações que deveriam ser realizadas nos imóveis em projetos de fachadas reconstituídas com base em fotos antigas.



Propostas **Cromáticas**

Foi desenvolvida uma paleta de cores central que deveria ser utilizada na pintura de cada fachada do projeto. Para as edificações de maior destaque, como por exemplo a antiga Prefeitura Municipal, prospecções de cores específicas foram desenvolvidas com base em suas cores originais.

Figura 69: Metodologia utilizada na Restauração de Fachadas.

Fonte: Programa Campina Déco - Projeto de Restauração das Fachadas (2000), elaborado pela autora, 2021.

CAMPINA GRANDE DÉCO
Proposta de Reforma das Fachadas
Designers Lia Monica Rossi e José Marconi Bezerra de Souza

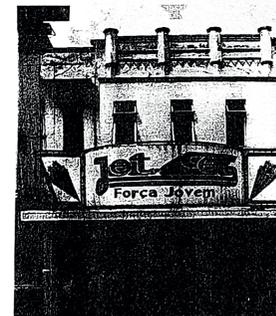
FICHA MP/97
Março 1998

Rua Maciel Pinheiro 97

Projeto original de Isaac Soares
Construção de João Henriques de Araújo
Administração de Vergnaud Wanderley
Proprietário original: Acácio Figueiredo
Requerido em 18 de setembro de 1944
Fonte: Arquivo Municipal de Campina Grande



- luminárias tipo globo
neon de contorno
- janela original
- luminária tipo refletor
- luminária tipo globo
- identificação do estabelecimento
- numeração e placa histórica
- porta original
- rodapé em mármore até 1,60 m



Alterações básicas

1. Demolir letreiros;
2. Retirar fiação aparente;
3. Demolir fechamento da varanda;
4. Instalar janelas originais;*;
5. Instalar porta original**;
6. Instalar 4 luminárias globo nos capitéis**;
7. Raspagem e emassamento geral;
8. Pintura geral**;
9. Aplicar rodapé em mármore até 1,60 m.

Complementos

1. Instalar nova identificação do estabelecimento;
2. Instalar numeração do prédio;
3. Instalar placa de identificação histórica;
4. Instalar iluminação da fachada;
5. Instalar neon de contorno.

- * Ver projeto original em anexo
- ** Fezido acrílico aguarda definição da luminosidade da linha

CAMPINA GRANDE DÉCO
Proposta de Reforma das Fachadas
Designers Lia Monica Rossi e José Marconi Bezerra de Souza

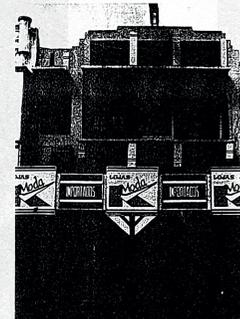
FICHA MP/103
Março 1998

Rua Maciel Pinheiro 103

Projeto original de Josué Barbosa
Construção de Josué Barbosa
Administração de Eládio de Almeida
Proprietário original: Américo Porto
Requerido em 17 de setembro de 1948
Fonte: Arquivo Municipal de Campina Grande



- neon de contorno
- janela original
- relocação do ar condicionado
- luminária tipo refletor
- luminária tipo globo
- identificação do estabelecimento
- numeração e placa histórica
- porta original
- revestimento em mármore até 1,60 m



Alterações básicas

1. Demolir letreiros;
2. Retirar fiação aparente;
3. Demolir estrutura de ferro no alto;
4. Relocar ar condicionado;
5. Instalar proteção do ar-condicionado*;
6. Reduzir abertura da janela recuada;
7. Restaurar detalhes da fachada;
8. Instalar nova janela recuada;
9. Instalar porta original;
10. Raspagem e emassamento geral;
11. Pintura geral**;
12. Aplicar rodapé de mármore a 1,60 m.

Complementos

1. Instalar nova identificação de estabelecimento;
2. Instalar numeração do prédio;
3. Instalar placa de identificação histórica;
4. Instalar iluminação da fachada;
5. Instalar neon de contorno.

- * Ver projeto original
- ** Fezido acrílico aguarda definição da luminosidade da linha

Figura 70: Fichas de Identificação dos Imóveis.

Fonte: Programa Campina Déco - Projeto de Restauração das Fachadas (2000), 2021.

Figura 71: Fotomontagem para estudo de face de quadra.

Fonte: Programa Campina Déco - Projeto de Restauração das Fachadas, 2021 (elaborado por Rossi, 1997).



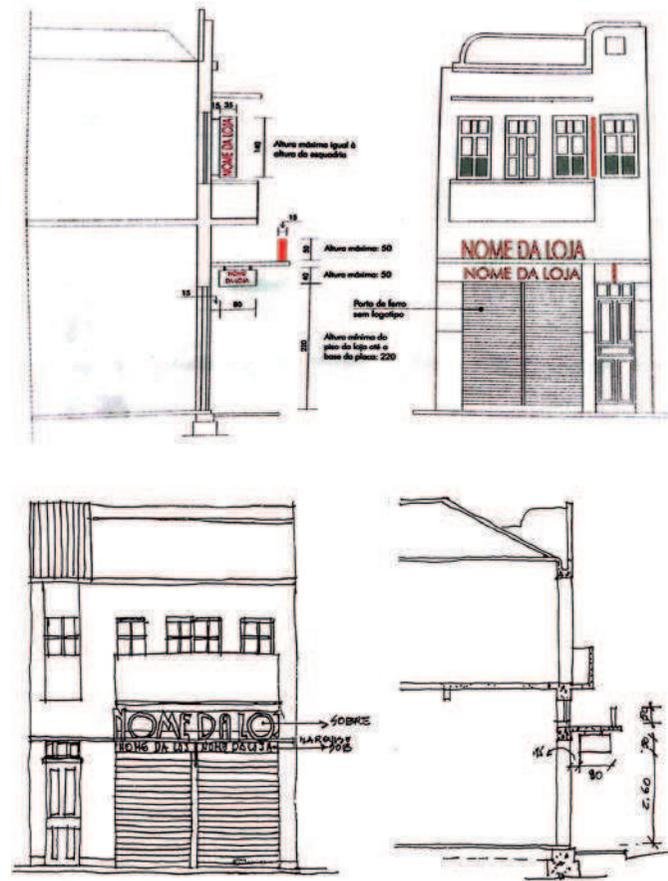
Vale destacar ainda uma proposição nomeada no Projeto como “uma alternativa original”, na qual a utilização da cal é apresentada de uma forma diferenciada. A indicação foi adquirida por meio de depoimentos orais de conhecedores, que utilizavam a técnica na década de 1940. A mistura foi revelada por Dr. Ladimir (CAMPINA GRANDE, 2000), podendo ser utilizada na argamassa e na pintura. Apesar de serem disponibilizadas as especificações necessárias para realizar o procedimento, é enfatizado que para uma boa execução, é necessário operários que saibam fazê-lo, passando a frente os conhecimentos adquiridos para que se resgate essa tradição construtiva econômica e acessível. Abaixo, a especificação fornecida por Dr. Ladimir:

Em relação especificamente a publicidade, além do que já havia sido mencionado, ao final do Projeto de Restauração, foi proposto um sistema de padronização de letreiros e tipografias, que dialoguem com a linguagem art déco, presente em abrangência na Rua Maciel Pinheiro (Figura 73). Para os letreiros são exemplificadas as tipologias em contorno de néon, contorno de metal e caixa de metal, com suas devidas ilustrações e especificações técnicas. Para as tipografias dos letreiros, é apresentado um mostruário de tipos, exemplificados por meio do alfabeto.

Reboco externo: 6 partes de areia fina, 2 partes de cal hidratada, 1/2 a 1 de cimento. Reboco interno: 6 de areia fina, 2 de cal hidratada, 1/2 a 1 de cimento. Pintura a cal: 1-10 partes de cal hidratada, dissolvida em 12 partes de água; 2-1 kg de sal e 3 litros de água Mistura 1+2, acrescenta-se fixador - 1 bisnaga (200 ml). Deixar descansar 10 horas. (CAMPINA GRANDE, 2000, p. 48).

Figura 72: Sistema de padronização de letreiros e tipografias.

Fonte: Projeto de Restauração das Fachadas - PMCG, adaptado pela autora, 2021.



Bernhard Fashion

ABCDEFGHIJKLMN OPQR
STUVXYZ 1234567890
abcdefghijklmnpqrstuvwxy

Big City

**ABCDEFGHIJKLMN OPQ
RSTUVXYZ 1234567890
abcdefghijklmn
opqrstuvwxyz**

Dalith (normal)

ABCDEFGHIJKLMN OPQR
STUVXYZ 1234567890

Dalith (itálica)

*ABCDEFGHIJKLMN OPQR
STUVXYZ 1234567890*

Hafnium

ABCDEFGHIJKLMN OPQ
RSTUVXYZ 1234567890
abcdefghijklmnpqrstuvwxy

Haman

ABCDEFGHIJKLMN OPQRST
UVWXYZ 1234567890

Paradise

*ABCDEFGHIJKLMN OPQ
RSTUVWXYZ 1234567890
abcdefghijklmnpqrstuvwxy*

capítulo 04

Apresentação Normativa

Na busca de uma melhor compreensão entre a relação do patrimônio campinense e as medidas legais cabíveis tomadas em busca de sua salvaguarda, realizou-se um resgate temporal de todas as legislações e normativas que englobam a área histórica central de Campina Grande. Esse inventário busca compreender quais medidas asseguram a proteção do patrimônio na área, especialmente no que diz respeito às intervenções publicitárias, para que posteriormente seja possível um diagnóstico e formulação de recomendações que contribuam na resolução da problematização central deste trabalho.

Lei Municipal Nº 3.721/19999 de Criação da Zona Especial de Preservação 1

De acordo com a Prefeitura Municipal de Campina Grande, essa Lei cria a Zona Especial de Preservação 1 (Mapa 03), destinada a preservar a forma arquitetônica, volumetria, composição de fachada e cobertura dos prédios nela situados. A Lei foi criada em meio ao contexto do Programa Campina Déco, atrelado às inovações pretendidas pela iniciativa. O documento define ainda que quaisquer alterações nas fachadas, incluindo a inclusão de peças publicitárias, ficarão sujeitas a parecer técnico da SEPLAM- Secretaria de Planejamento e do Meio Ambiente, definindo as multas cabíveis em caso de descumprimento da Lei.

Lei 4.129 (Código de Posturas) - 2003

O código de posturas da Cidade de Campina Grande dispõe sobre as regras disciplinares em relação ao poder de polícia, de higiene pública, de costumes locais e de funcionamento dos estabelecimentos de natureza industrial, comercial e prestadora de serviços, garantindo, assim, as relações entre o poder público local e os municípios (CAMPINA GRANDE, 2003).

De acordo com a normativa, os parâmetros a serem cumpridos na Zona Especial de Preservação 1, apresentada anteriormente, obedecerão às disposições da Lei nº 3.721 de 06 de agosto de 1999 e às especificações próprias. Sendo assim, os parâmetros definidos pelo Código não se aplicam a essa área.

Acerca das demais áreas, o Capítulo IV da normativa, re-

ferente à estética urbana da Cidade, traz em sua Seção II posturas referentes ao uso dos meios de publicidade, definindo a utilização ou exploração dos veículos de divulgação e propaganda. O código define meios de publicidade como todos e quaisquer veículos utilizados por pessoas físicas ou jurídicas, para emitir mensagens ao público, sendo classificados em: sem mobilidade, os identificados como letreiros, placas, painéis, indicadores de temperatura e outros; com mobilidade aqueles que forem capas, faixas, dispositivos móveis, panfletos, balões, bóias, volantes, transportes aéreos, e outros.

O Código destaca que qualquer meio de publicidade que não seja citado no decorrer da Normativa, será regido por regras estabelecidas posteriormente, pontuando que a autorização do uso da publicidade, deve ser entregue ao Município especificando local, dimensões e autorização do proprietário, caso seja um imóvel privado. A Subseção III do capítulo aborda ainda especificidades relacionadas aos toldos e acessos cobertos, tendo estes sua instalação dependente da prévia autorização do Município.

Mapa 03: Delimitação da Zona Especial de Preservação 1, em relação ao Centro de Campina Grande.

Fonte: PMCG, elaborado pela autora, 2021.



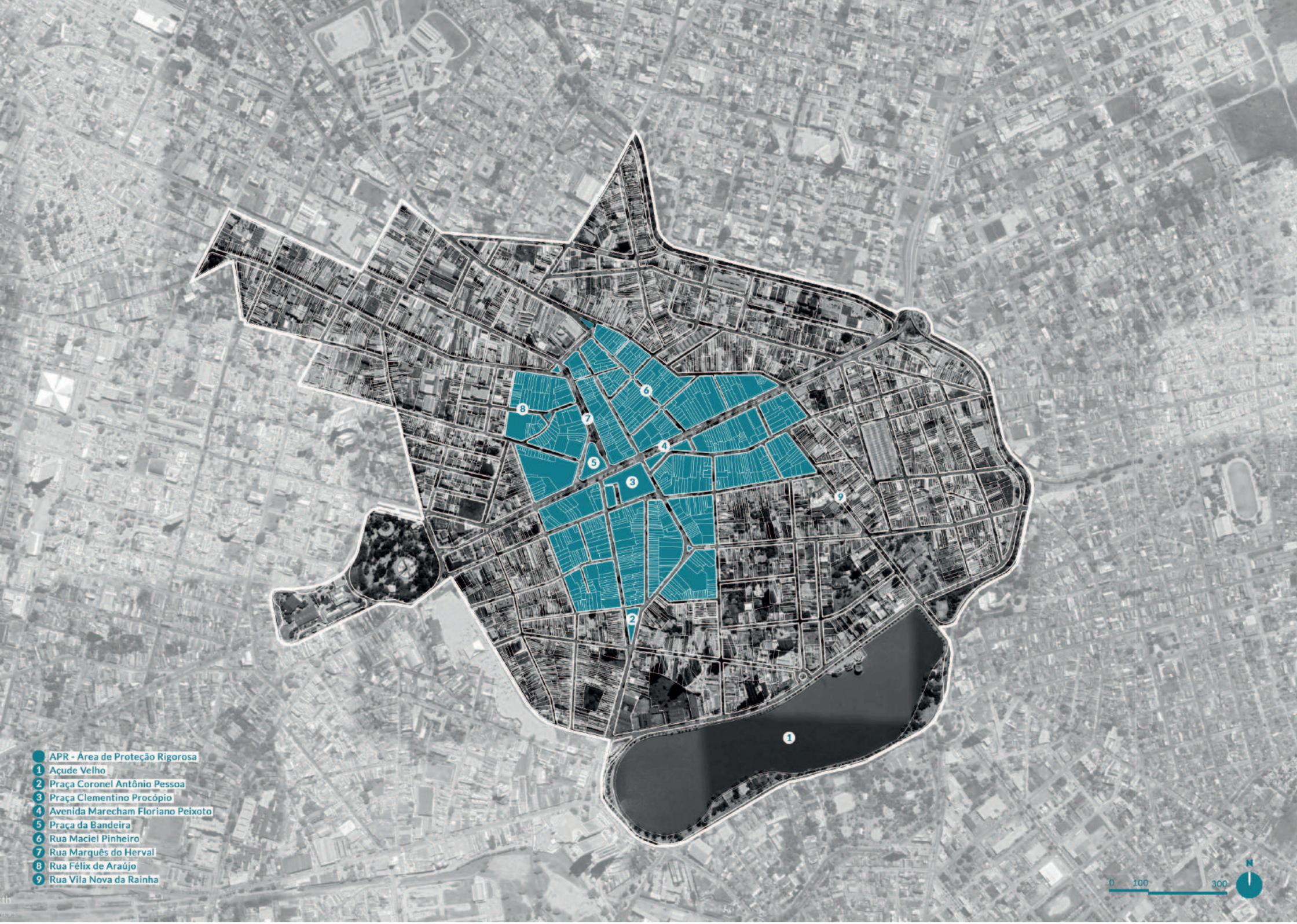
- Zona Especial de Preservação 1
- 1 Açude Velho
- 2 Praça Coronel Antônio Pessoa
- 3 Praça Clementino Procópio
- 4 Avenida Marecham Floriano Peixoto
- 5 Praça da Bandeira
- 6 Rua Maciel Pinheiro
- 7 Rua Marquês do Herval
- 8 Rua Félix de Araújo
- 9 Rua Vila Nova da Rainha

Decreto 25.139 (Delimitação do Centro Histórico de Campina Grande) - 2004

De acordo com Diário Oficial da União (2004), este decreto delimita o Centro Histórico inicial de Campina Grande, definindo as áreas de Preservação Rigorosa e Preservação Ambiental (Mapa 04), com o objetivo de preservar o patrimônio histórico, artístico, ambiental e natural ali existente. Toda a área fica sob a jurisdição do Instituto do Patrimônio Histórico da Paraíba - IPHAEP.

Mapa 04: Centro Histórico Inicial de Campina Grande de acordo com o Decreto 25.239, em relação ao Centro de Campina Grande.

Fonte: IPHAEP, adaptado pela autora, 2021.



- APR - Área de Proteção Rigorosa
- 1 Açude Velho
- 2 Praça Coronel Antônio Pessoa
- 3 Praça Clementino Procópio
- 4 Avenida Marecham Floriano Peixoto
- 5 Praça da Bandeira
- 6 Rua Maciel Pinheiro
- 7 Rua Marquês do Herval
- 8 Rua Félix de Araújo
- 9 Rua Vila Nova da Rainha

Lei Complementar Nº 003/2006 (Revisão Do Plano Diretor do Município De Campina Grande)

Trata-se da Lei que complementa e revisa o Plano Diretor de Campina Grande, sendo este o instrumento básico que:

(..) Orienta a atuação da administração pública e da iniciativa privada, de forma assegurar o pleno desenvolvimento das funções sociais da cidade e da propriedade, a melhoria da qualidade de vida e o bem-estar da população, segundo os princípios da democracia participativa e da justiça social (...) estabelece ações para a estruturação do espaço urbano, visando ao desenvolvimento integrado entre a área urbana e rural do território do Município (...) constitui instrumento fundamental para a implementação da política de desenvolvimento urbano municipal, ao qual devem adequar-se o plano plurianual, as diretrizes orçamentárias e o orçamento anual do Município. (CAMPINA GRANDE, 2006, p. 1).

Mapa 05: Zona Especial de Interesse Cultural, em relação ao Centro de Campina Grande.

Fonte: PMCG, adaptado pela autora, 2021.

Ao tratar da região histórica central, o Plano apresenta as Zonas Especiais de Preservação - ZEP, sendo estas porções do território municipal que têm por objetivo garantir a preservação, manutenção e recuperação do patrimônio histórico, paisagístico, cultural ou ambiental, mediante proteção de suas expressões material e imaterial (CAMPINA GRANDE, 2006, p. 11).

São incluídos nas ZEP, dois tipos de Zonas Especiais: a ZEIA - Zona Cultural de Interesse Ambiental e a ZEIC - Zona Especial de Interesse Cultural (Mapa 05), sendo esta última o foco, por se tratarem de áreas formadas por conjuntos de relevante expressão arquitetônica, histórica, cultural e paisagística, cuja manutenção seja necessária à preservação do patrimô-

nio cultural do Município, enquadrando-se assim na região histórica central.

Além disso, o Plano Diretor define que toda e qualquer transformação urbanística nas Zonas Especiais de Preservação estará sujeita à prévia autorização do órgão responsável pelo planejamento urbano do Município, nesse caso a SEPLAN, que deverá definir os índices urbanísticos e de uso e ocupação do solo, respeitando a preservação das características urbanas e ambientais na área existentes.

O Plano também apresenta alguns outros instrumentos urbanos que podem ser utilizados para garantir a proteção da área histórica, como a transferência do seu potencial construtivo não utilizado para outro imóvel, a criação de operações urbanas consorciadas, o direito de preempção e estudos de impacto de vizinhança. Abaixo, é representado no mapa a delimitação da Zona Especial de Interesse Cultural de Campina Grande:



- ZERC - Zona Especial de Interesse Cultural
- 1 Açoite Velho
- 2 Praça Coronel Antônio Pessoa
- 3 Praça Clementino Procopio
- 4 Avenida Marechal Floriano Peixoto
- 5 Praça da Bandeira
- 6 Rua Maciel Pinheiro
- 7 Rua Marquês do Herval
- 8 Rua Félix de Araújo
- 9 Rua Vila Nova da Rainha

Decreto 33.816, 2013 (Normas Técnicas para áreas de Proteção do IPHAEP)

Diz respeito à aprovação das normativas técnicas sob as áreas de proteção do IPHAEP, com exceção do município de João Pessoa, que possui normativas específicas. Esse instrumento tem como objetivo:

Orientar de forma técnica para intervenções permanentes ou temporárias nas edificações, lotes e espaços livres com valores culturais para a preservação tombados isoladamente ou em conjunto (urbano ou rural), contidos em áreas legalmente protegidas (cadastrado ou tombado), pelo Estado da Paraíba como Patrimônio Cultural, sob jurisdição do Instituto do Patrimônio Histórico e Artístico do Estado da Paraíba. (IPHAEP, 2013, p. 1).

Ainda de acordo com o IPHAEP, o estabelecimento de critérios técnicos normativos visa fornecer tanto ao Instituto quanto aos proprietários dos bens, métodos seguros para a preservação dos mesmos, inclusive em reformas e construções de novas edificações, regulamentando também o uso da publicidade.

A normativa define “Área de Preservação Rigorosa - APR”, como o conjunto de espaços livres, logradouros públicos, lotes e edificações cujos elementos que a compõem devem ser preservados, valorizados, restaurados ou adaptados às características arquitetônicas e urbanas originais. São discriminados também os critérios utilizados pelo instituto para classificar a área como de preservação rigorosa, a exemplo da concentração de bens, significância, relações com o local em que se insere e representatividade na evolução estilística e tecnológica da arquitetura.

Já para “Área de Preservação do Entorno - APE” suas características dizem respeito a um território vinculado pela continuidade espacial a APR, sem a densidade de bens com significado cultural dessa, exercendo um papel de área de amortecimento, transição e manutenção entre a APR e as demais áreas de expansão dos espaços. A APE corresponde às quadras imediatas à APR (Mapa 06). Em meio a APE existem os Setores Homogêneos - SH, estes setores ainda mantêm preservados seus valores e características culturais e por isso passam a ser monitorados e geridos com a mesma classificação e controle das intervenções realizadas na APR.

Mapa 06: Poligonais de Preservação Rigorosa e de Entorno, em relação ao Centro de Campina Grande.

Fonte: IPHAEP, adaptado pela autora, 2021.



- APR - Área de Proteção Rígida (2004)
- APE - Área de Proteção do Entorno (2013)
- 1 Açude Velho
- 2 Praça Coronel Antônio Pessoa
- 3 Praça Clementino Procópio
- 4 Avenida Marecham Floriano Peixoto
- 5 Praça da Bandeira
- 6 Rua Maciel Pinheiro
- 7 Rua Marquês do Herval
- 8 Rua Félix de Araújo
- 9 Rua Vila Nova da Rainha

Figura 73: Diretrizes de Intervenção em fachadas, de acordo com o Grau de Conservação.

Fonte: IPHAEP, elaborado pela autora, 2022.

A documentação aborda ainda como se dá o controle do grau de preservação e suas respectivas orientações técnicas utilizadas em caso de intervenções. Por meio de uma ficha técnica as edificações são classificadas em Edificação de Conservação Total - CT (mantém mais de 80% da edificação preservada), Edificação de Conservação Parcial - CP (mantém de 20% a 30% da edificação preservada) e Edificação de Renovação Controlada - RC (sem significado cultural), tendo

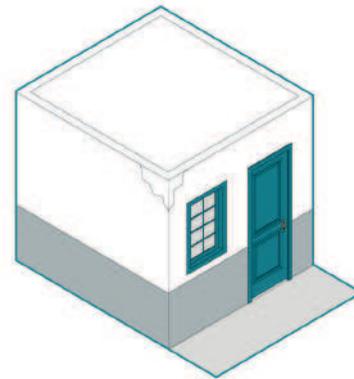
os critérios atribuídos para essa classificação descritos na Norma.

Essa classificação possibilita a criação de diversas diretrizes relacionadas à intervenção e preservação do patrimônio. Ao tratar especificamente das fachadas das edificações destacam-se as diretrizes relacionadas às Edificações de Conservação Total e Parcial apresentadas por meio da seguinte imagem:

Conservação Total (CT)

Toda construção que mantiver preservada grande parte de suas características, sendo encontrados tanto na APR, como na APE ou SH.

≥ 80%



Diretrizes básicas:

CT, CP

Preservação e restauração da composição tipológica original dos vãos, portas e janelas das fachadas dos imóveis;

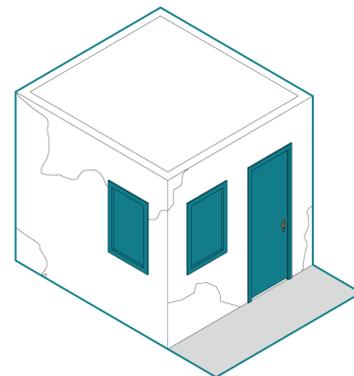
CP

As adaptações que visem a modernização e à atualização da edificação deverão se pautar na não interferência da edificação, e não deverão promover qualquer supressão ou dano aos elementos decorativos, assim como aos elementos e técnicas construtivas originais da edificação.

Conservação Parcial (CP)

Toda construção que mantiver preservada parte de suas características, sendo encontradas tanto na APR, como na APE ou SH.

20% a 80%



CT, CP

Preservação e restauração da características estilísticas e ornamentais de todos os elementos que compõem e formam o volume, aspecto formal da edificação;

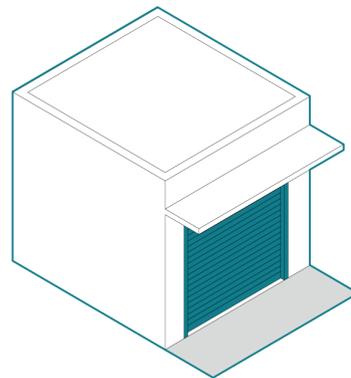
CP

Preservação da imagem tradicional do imóvel, removendo-se elementos que ocultem suas fachadas, toldos fixos ou marquises, letreiros ou qualquer tipo de placas.

Renovação Controlada (RC)

Toda construção sem significado cultural, localizadas na APR ou SH.

∅



Diretrizes básicas:

CT, CP

Remoção de revestimentos em materiais conflitantes, a exemplo de cerâmicas, metais, vinil, plásticos e materiais vidrados das fachadas dos imóveis, exceção feita aos materiais da tipologia original do imóvel;

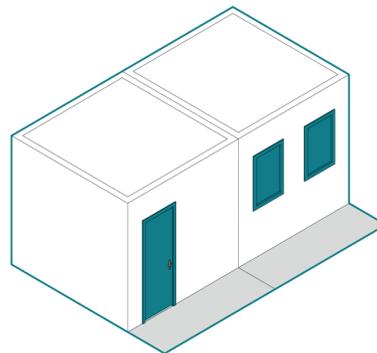
CT, CP

Remoção de pinturas com qualquer acabamento brilhante ou semi brilhante das fachadas dos imóveis.

Renovação Total (RT)

Toda construção sem significado cultural, localizadas na APE e fora de um SH.

∅



CT, CP

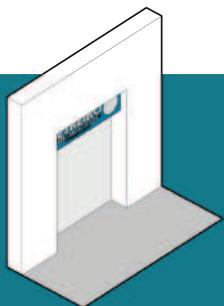
Remoção de qualquer elemento ou equipamento visível de instalação pública e predial das fachadas dos imóveis.

No tocante à publicidade, a normativa deixa clara sua definição, representada por anúncios, letreiros ou qualquer mensagem e comunicação presente na paisagem urbana sob proteção do IPHAEP, tanto em locais públicos como privados, desde que visíveis a partir do logradouro público. Pela norma são definidos os seguintes elementos publicitários e seus respectivos parâmetros específicos:

Figura 74: Definição e parametrização dos elementos publicitários de acordo com Decreto Estadual Nº 33.816.

Fonte: IPHAEP, elaborado pela autora, 2022.

<h3>Publicidade</h3> <p>De acordo com a normativa 33.816 (2013), ficam proibidas a colocação de qualquer tipo de anúncio, letreiro e toldo, indicativo ou publicitário, que encubra total ou parcialmente os elementos morfológicos das fachadas das edificações sob proteção do IPHAEP.</p> <p>A norma traz especificações acerca da publicidade discriminadas entre letreiros, anúncios, toldos e marquises, conceituados abaixo. Os esquemas ao lado são somente representações dos tipos mencionados, auxiliando na visualização, que não necessariamente seguem parâmetros de altura, largura, escala e colocação contidos na norma.</p>	<h3>Letreiros</h3> <p>Indicações colocadas no próprio local onde a atividade é exercida, contendo apenas nome do estabelecimento, marca ou logotipo, atividade principal, endereço e telefone.</p> <h3>Anúncios</h3> <p>Abarcam elementos que ultrapassam os anteriormente citados para os letreiros. São indicações de referências de produtos, serviços ou atividades por meio de placas, cartazes, painéis, “outdoors”, tabuletas, “backlights” e similares colocados no próprio local em que a atividade é exercida ou em local distinto.</p> <h3>Toldos e Marquises</h3> <p>Não tem definição expressa na norma, porém são apresentados parâmetros para sua colocação.</p>
---	---



Paralelos ao vão

São encaixados nas portas faceando a parte inferior das vergas, sem se projetar além do alinhamento das fachadas. Não podem cobrir elementos da morfologia original da fachada como vergas e bandeiras, sendo permitidos somente no pavimento térreo. Devem permitir altura mínima de 2,20m (do piso a face inferior do anpuncio), com altura máxima de 50cm.



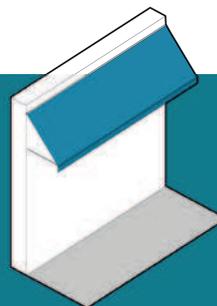
Paralelos à fachada

Poderão ser pintados diretamente sob a parede não interceptando elementos da fachada. Não devem encobrir elementos construtivos nem podem ser pintados ou colocados em paredes laterais, acima de marquises, ou cobrindo platibanda e a coberta. Devem permitir altura mínima de 2,50m do piso a face inferior do letreiro, com máximo de 50cm de altura, e até 2/3 da largura da fachada em seu comprimento, não ultrapassando 6m.



Perpendiculares à fachada

Poderão ser colocados sob as paredes da fachada respeitando altura livre de 2,40m (do passeio a face inferior do letreiro) deixando sempre um espaçamento mínimo de 10cm do alinhamento das fachadas. Devem possuir dimensões máximas de 80cm de comprimento por 50cm de altura e 20cm de espessura.



Toldos e marquises

São encaixados nas portas faceando a parte inferior das vergas, sem se projetar além do alinhamento das fachadas. Não podem cobrir elementos da morfologia original da fachada como vergas e bandeiras, sendo permitidos somente no pavimento térreo. Devem permitir altura mínima de 2,20m (do piso a face inferior do anpuncio), com altura máxima de 50cm.



Proibições

Poderão ser pintados diretamente sob a parede não interceptando elementos da fachada. Não devem encobrir elementos construtivos nem podem ser pintados ou colocados em paredes laterais, acima de marquises, ou cobrindo platibanda e a coberta. Devem permitir altura mínima de 2,50m do piso a face inferior do letreiro, com máximo de 50cm de altura, e até 2/3 da largura da fachada em seu comprimento, não ultrapassando 6m.

Figura 75: Parâmetros referentes a totens, toldos e marquises.

Fonte: IPHAEP, adaptado pela autora, 2022.

- 1 Edifício de Conservação com marquise como elemento original da tipologia. Marquise pode permanecer, mas não pode instalar toldos.
- 2 Imóvel de Renovação apresentando marquise e toldo. Por ser de Renovação, a marquise não é permitida.
- 3 Toldo vertical instalado sob a platibanda. Toldo criando obstáculo à visualização da fachada do imóvel. Deve ser removido.
- 4 Imóvel de Conservação com toldos sobre cada abertura. Correto.
- 5 Marquise irregular por estar instalada entre as aberturas do térreo e as bandeiras em ferro. Deverá ser removida na próxima reforma.

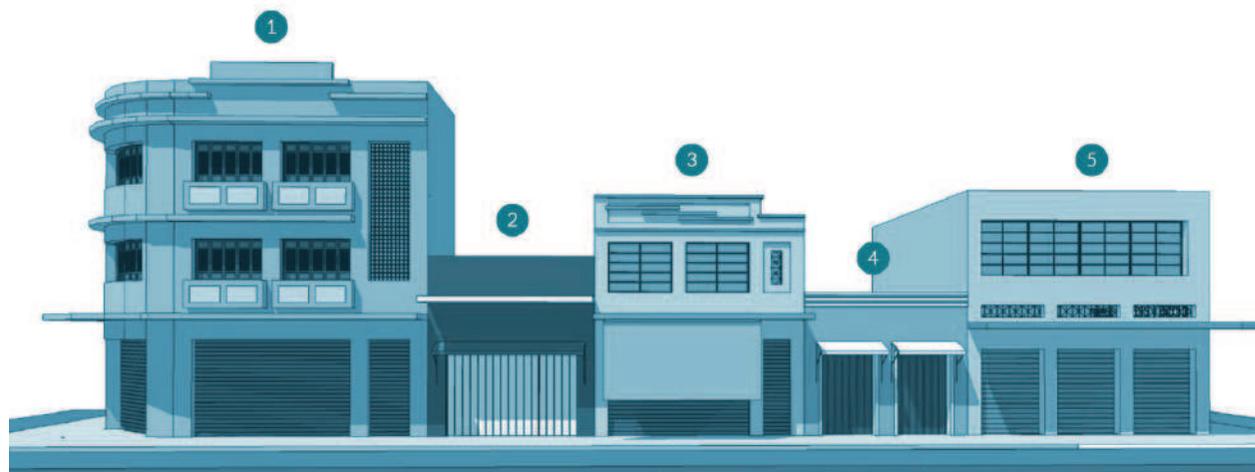
Os parâmetros em relação a publicidade expostos anteriormente também podem ser visualizados de maneira gráfica por meio da Normativa Ilustrada de Publicidade em Centros Históricos, 2013. O documento é anexo ao Decreto Estadual Nº 33.816, tratando especificamente de ilustrar alturas, espessuras, larguras e disposições corretas em Centros Históricos sob proteção do IPHAEP (Anexo XX).

Por fim, o Decreto estabelece as infrações, proibições e penalidades, ao infringir as normas publicitárias, destacando ainda que em localidades nas quais existe uma legislação específica de controle publicitário, desde que reconhecida pelo IPHAEP, se sobressaem e prevalecem as normas municipais, ficando a cargo das prefeituras das mesmas a fiscalização e aplicação de penalidades. É salientada também a importância da revisão do Decreto Estadual Nº 33.816, su-

gerindo sua revisão a cada cinco anos, com prazo mínimo de modificação superior a um ano.

Diretrizes Internas IPHAEP (Totens, Toldos e Marquises)

Ao entrar em contato com o IPHAEP foram cedidas duas Diretrizes referentes a publicidade, redigidas como instrumento de suporte em orientações técnicas. As diretrizes referem-se a tipologias que não haviam sido conceituadas no Decreto Estadual Nº 33.816, sendo elas Totens, Toldos e Marquises. Definem-se “totens” como uma variação da tipologia de letreiros, perpendiculares às fachadas e “toldos” como equipamentos de proteção solar. A imagem a seguir sintetiza diretrizes e parâmetros pelas diretrizes definidos:

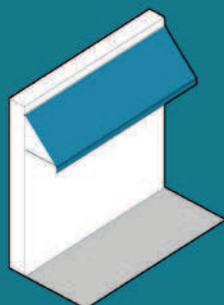




Marquises

Apenas os imóveis classificados como de Conservação e que apresentem marquise na sua tipologia original, poderão permanecer com este elemento. A construção ou instalação de marquise na fachada frontal do imóvel, fica restrita à projeção de 50cm na fachada frontal do imóvel, desde que possua recuo frontal.

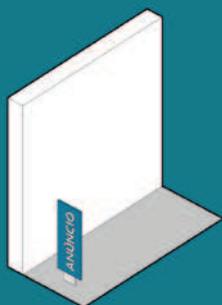
Em casos de imóveis de Renovação com fachada frontal alinhada ao passeio público, não será permitida construção de marquise.



Toldos

Fica proibida a colocação de toldo e qualquer tipo de anúncio ou letreiro, indicativo ou publicitário, que encubra total ou parcialmente os elementos morfológicos e ornamentais das fachadas. Imóveis que possuem marquise não poderão instalar toldos.

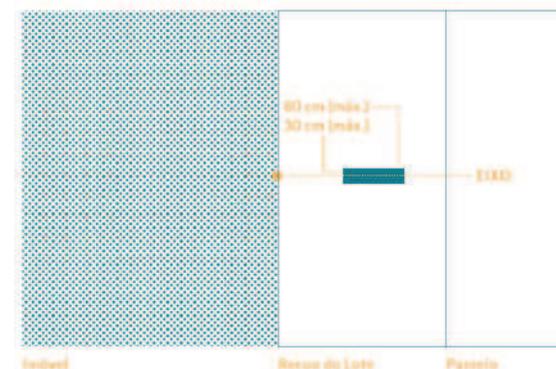
A instalação de toldos devem respeitar os vãos de portas e janelas originais, não sendo permitido nenhum tipo de publicidade, nome, telefone, ou logotipo do respectivo estabelecimento. As dimensões para a colocação, são apresentadas no Decreto 33.816 (2013).



Totens

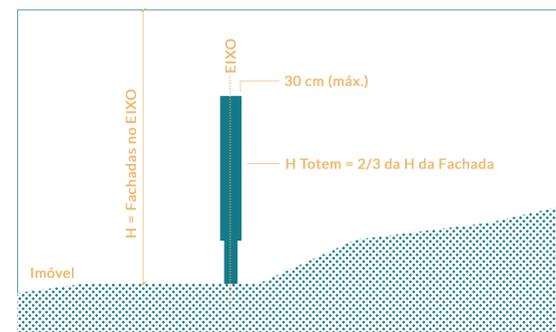
Não devem obstruir a passagem de pedestres, respeitando o passeio público, inseridos no recuo frontal do lote, preferencialmente em área verde;

Quanto as dimensões: A espessura do totem não deve exceder 0,30m. A largura do totem não deve exceder 0,80m. Quando a altura do totem for inferior a 2m, a largura máxima deve ser entre 0,50 a 0,60m. Sua altura não deve exceder 2/3 da altura da fachada, inclusive em fachadas de gabarito não térreo, nas quais não devem ultrapassar a altura de 6m.



Obs: Totens de altura inferior a 2m a largura máxima deve ser entre 50cm a 60cm.

DETALHE EM PLANTA BAIXA, DIRETRIZES GERAIS TOTEM SEM ESCALA Fonte: IPHAEP, adaptado pela autora, 2021.



Corte em Desnível

A altura imediata da fachada em terreno com desnível é entendida como a altura do ponto na fachada e do eixo perpendicular a ela até o totem.

DETALHE EM PLANTA BAIXA, DIRETRIZES GERAIS TOTEM SEM ESCALA Fonte: IPHAEP, adaptado pela autora, 2021.

capítulo 05

Caracterização Urbana da Área de Pesquisa

Este capítulo reúne um diagnóstico urbano acerca das Ruas Marquês do Herval, Maciel Pinheiro e Venâncio Neiva. Por meio de visitas de campo e levantamento fotográfico, foram analisadas a situação de regularidade quanto a publicidade nas fachadas, estilos arquitetônicos, usos das edificações, estados de conservação e graus de modificação. Para as análises, foram desenvolvidas Fichas de Identificação e Caracterização de Bens, agrupando as informações necessárias para a realização do levantamento.

Os imóveis e suas respectivas fachadas foram caracterizados e sistematizados chegando a uma caracterização geral da área de pesquisa quanto a sua conservação, especialmente no que diz respeito à relação entre publicidade e patrimônio edificado.

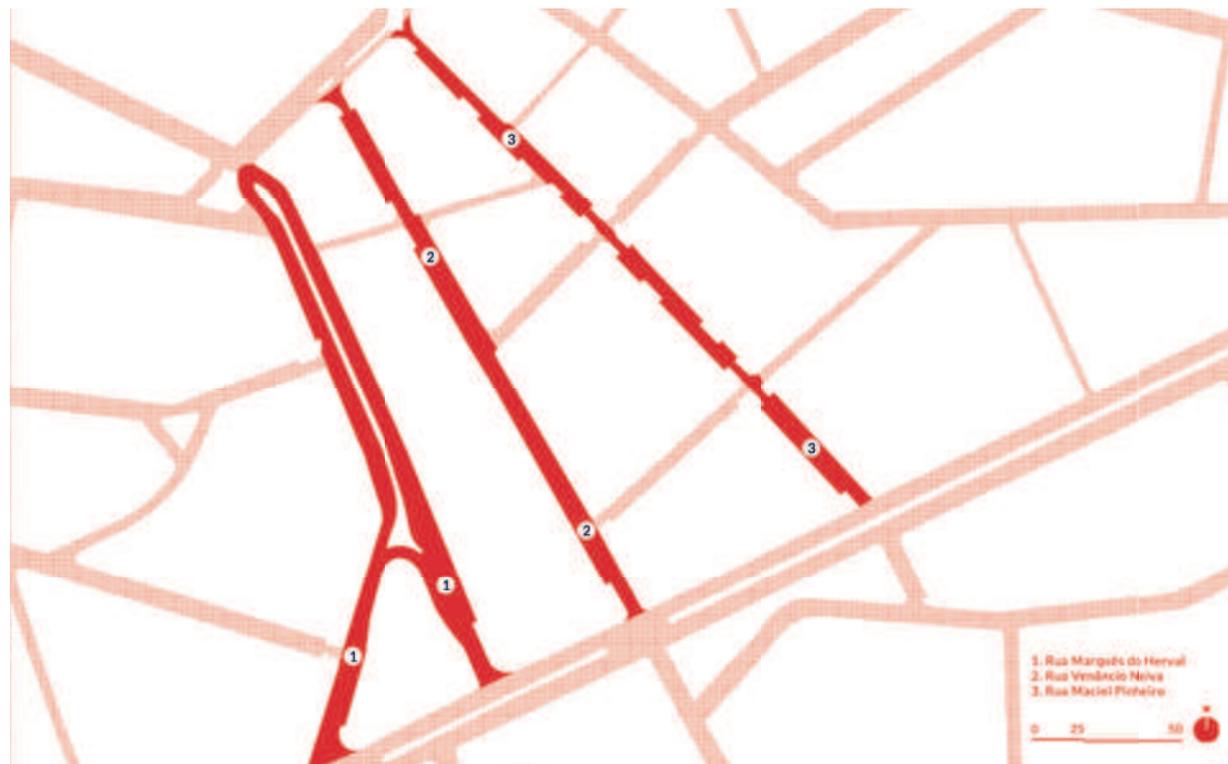
Por fim, foram feitos cruzamentos e interpretações da atual situação em relação aos dados e informações obtidas, estabelecendo orientações e apontamentos que possam contribuir tanto no entendimento quanto numa possível resolução da problemática central deste trabalho.



Área de Pesquisa

Buscando compreender as dinâmicas e características da área histórica e sua relação com a publicidade, foram escolhidas as Ruas Marquês do Herval, Venâncio Neiva e Maciel Pinheiro (Mapa 07) para a realização de diagnóstico urbano. As vias citadas possuem proximidade porém peculiaridades distintas, além de relevância espacial, histórica, econômica e cultural, tendo suas fachadas constantemente tomadas pelo uso de elementos publicitários, como demonstrado no levantamento iconográfico realizado anteriormente.

O diagnóstico urbano se deu por meio da elaboração de fichas catalográficas de cada bem pertencente às vias destacadas anteriormente (Anexo B). Por meio das fichas, foi possível caracterizar as fachadas, para que fosse possível obter um panorama geral da área de pesquisa. As fichas trazem consigo a localização do imóvel e seu estilo arquitetônico, destacando qual/ quais legislações são incidentes sobre o bem, além de informações sobre o uso da edificação, estado de conservação e grau de modificação das fachadas, a identificação do tipo de publicidade utilizada e regularidade quanto a seu uso. Ao todo foram levantadas informações acerca de 157 imóveis.



Mapa 07: Área de Pesquisa.

Fonte: SEPLAN CG, adaptado pela autora, 2022.

Quanto às convenções utilizadas para designar o Estado da Conservação e o Grau de Modificação dos bens, foi adotada a metodologia utilizada tanto na disciplina de Estudos Urbanos e Regionais 5, do curso de Arquitetura e Urbanismo da UFCG, como no Pré Inventário de Edificações do Centro Histórico de Campina Grande (2021), realizado com base nos levantamentos do projeto de extensão “Campina Grande (PB): arquitetura, cidade e patrimônio cultural”.

Ao tratar do Estado de Conservação, ele pode ser: **bom, regular, ruim** ou **ruína** a depender da integridade física do bem. A noção de integridade inicialmente voltava-se para as características físicas dos bens, porém com a adequação dos conceitos relativos a patrimônio, discutidos durante o Referencial Teórico, a ideia de integridade passou por transformações que ampliaram seu significado, conferindo-lhe acepções que fazem referência aos aspectos imateriais dos bens culturais (VASCONCELOS, 2017). O termo possui diferentes sentidos no campo da conservação, porém para este trabalho, utilizou-se a noção de integridade física, para que fosse possível realizar a classificação do Estado de Conservação das fachadas.

Quanto ao Grau de Modificação, trata-se da autenticidade do bem, sendo: **íntegro**, quando são mantidas as características referentes ao estilo edilício sem alterações significativas; **pouco alterado**, quando são preservadas as características referentes ao estilo arquitetônico, mas podem ser identificadas pequenas alterações; **muito alterado**, quando ainda podem ser identificados elementos do estilo arquitetônico original, porém ocorreram relevantes alterações que comprometem sua autenticidade e **descaracterizado**, ao apresentar alterações significativas considerando todos os seus pavimentos, não mantendo mais as características que referenciam a edificação ao estilo original.

Para identificar a publicidade utilizada nas fachadas, utilizou-se dos elementos publicitários abordados e descritos pelo Decreto 33.816 (2013) e pelas Diretrizes Internas do IPHAEP, sendo eles: marquises, toldos, anúncios, letreiros e totens. No caso de outros elementos que não sejam abarcados nessas legislações, utiliza-se o item “outros”.

Para a análise de suas posturas, foram destacados pontos relevantes das normativas quanto ao uso da publicidade. As variáveis dizem respeito a dimensão correta dos elementos apontadas pela normativa, ao posicionamento da publicidade sem que ocorra a interferência na leitura da linguagem da edificação, ao uso de letreiros ou anúncios paralelos ou perpendiculares à edificação, visto que não é permitido o uso simultâneo dos dois tipos, e a regularidade quanto às diretrizes existentes para os toldos e marquises.

Além disso foram descritas a materialidade e originalidade de cada elemento publicitário encontrado nas edificações, sendo possível compreender quais dos elementos integram as características arquitetônicas formais dos edifícios e quais deles foram inseridos posteriormente.

A seguir, são apresentados mapas temáticos e demais sínteses obtidas por meio das fichas de caracterização e identificação de bens.

Caracterização do Patrimônio Urbano Edificado

Usos do Solo:

Por meio de levantamentos in-loco na área de pesquisa, foram identificados os usos do solo referentes a cada edificação. Os usos atribuídos foram: residencial, comercial, institucional, serviços, misto para os casos que existam mais de um dos usos listados anteriormente e vazios para lotes sem ocupação.

Em cada ficha, além de identificados, foram também descritos os estabelecimentos e usos encontrados nas edificações. Destacam-se alguns casos como o do Edifício N°37 na Rua Marquês do Herval (Anexo B, Ficha 34), sendo uma edificação de esquina formada por térreo mais um pavimento, que mesmo com pouco espaço subdivide-se abrindo em seu interior um cartório, uma clínica, uma promotora de crédito e uma prestadora de serviços. Foram identificadas várias edificações em situação semelhante ao longo do levantamento.

Por meio do Mapa 08 é possível identificar a predominância

de lotes comerciais e mistos na região. De 157 imóveis, 103 são comércio (65,4%), 41 são mistos (26,4%), 10 são serviços (6,3%), 3 são instituições (1,9%) e nenhum deles corresponde a residências ou vazios. Vale ressaltar que é possível encontrar o uso residencial nas vias, porém são poucos os casos, sendo identificados sempre de forma mista, na qual a edificação também abriga outro uso. Mesmo com a diversidade de usos, fora do horário comercial, a região apresenta baixa vitalidade, em virtude do fechamento do comércio.

Por meio desse levantamento comprova-se a predominância dos usos comerciais e de serviço na região (71,7%), existindo ainda aqueles incluídos no uso misto. Essa constatação permite a associação de que o uso predominante das edificações na região, possui relação direta com a utilização da publicidade nas fachadas.

Para cada uma das vias, existe a seguinte predominância de usos:

Mapa 08: Usos do Solo nas ruas Marquês do Herval, Venâncio Neiva e Maciel Pinheiro.

Fonte: SEPLAN CG, adaptado pela autora, 2022.

Figura 76: Percentual dos usos por rua.

Fonte: elaborado pela autora, 2022.





- 1 Rua Marquês do Herval
- 2 Rua Venâncio Neiva
- 3 Rua Maciel Pinheiro

- Residencial
- Comercial
- Institucional
- Serviços
- Misto
- Vazio
- Quadras
- Calçadas



Caracterização do Patrimônio Urbano Edificado

Estilo Arquitetônico:

O Mapa 09 demonstra os estilos arquitetônicos encontrados na área de pesquisa, sendo eles: art déco, eclético, modernista, vernacular, contemporâneo e não identificado para os casos nos quais a fachada está coberta por elementos publicitários ou parasitários, que impossibilitem a identificação de seu estilo original.

Dos 157 imóveis analisados, 118 são de interesse histórico, sendo 93 (59,2%) Art Déco, 18 (11,5%) vernaculares, 5 (3,1%) modernistas e 2 (1,3%) ecléticos. Os demais imóveis, apesar de estarem inseridos nas poligonais de preservação já apresentadas, distribuem-se em 25 (16%) contemporâneos e 14 (8,9%) não identificados. Há a possibilidade de

alguns dos imóveis não identificados serem de interesse histórico, porém não é possível visualizar suas características arquitetônicas, visto que as fachadas encontram-se cobertas por elementos publicitários.

Essa predominância de edificações de cunho histórico revela que muitas das edificações ainda mantêm ao menos suas fachadas, resistindo em meio às invasivas intervenções publicitárias. A Rua Marquês do Herval, foi a via na qual encontrou-se um maior número de edificações encobertas, não identificadas (12). Para cada rua, constatou-se os seguintes percentuais:

Mapa 09: Estilos Arquitetônicos nas ruas Marquês do Herval, Venâncio Neiva e Maciel Pinheiro.

Fonte: SEPLAN CG, adaptado pela autora, 2022.

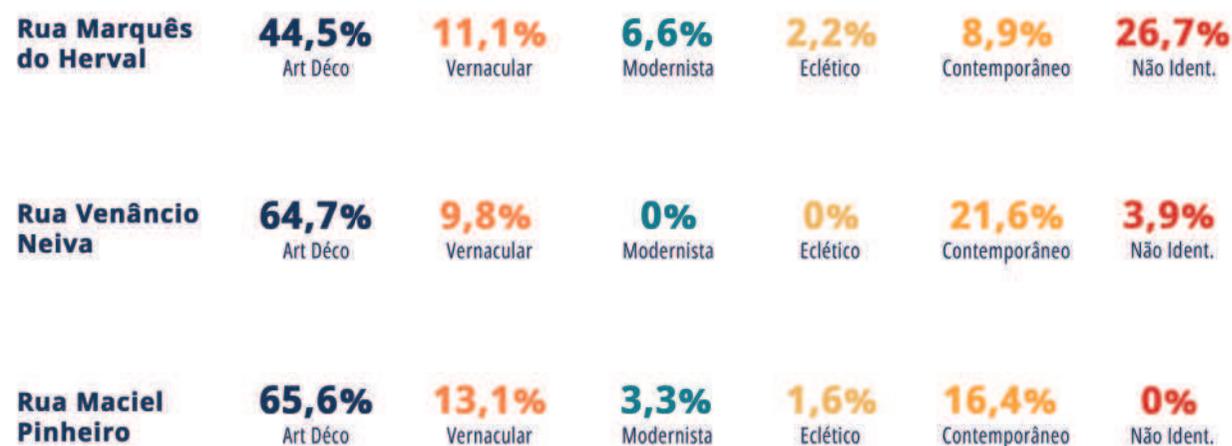
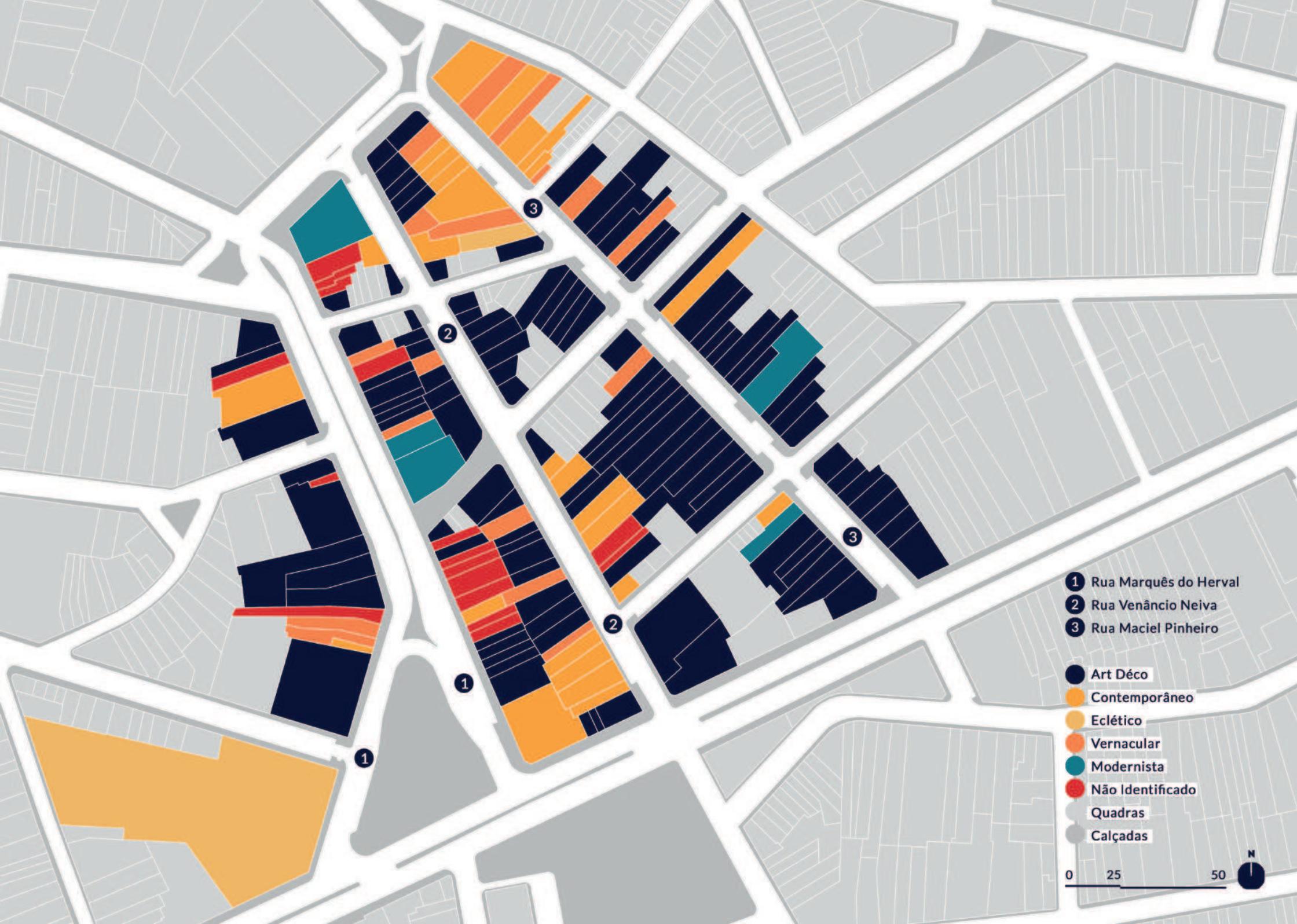


Figura 77: Percentual dos estilos arquitetônicos por rua.

Fonte: elaborado pela autora, 2022.



Caracterização do Patrimônio Urbano Edificado

Estado de Conservação e Grau de Modificação das Fachadas:

Por meio do Mapa 10 é possível identificar variáveis tanto do Grau de Modificação, quanto do Estado de Conservação das Edificações. Essa sobreposição permite analisar integridade e autenticidade de forma conjunta, visto que os conceitos, ao tratar da conservação e restauro, se integram e juntos possibilitam uma caracterização geral sobre a situação do bem patrimonial.

Dos 157 bens, 86 (54,7%) estão em bom estado, 52 (33,1%) estão em situação regular, 19 (12,2%) encontram-se ruins e não existem ruínas na área. Quanto ao grau de modificação, 34 (21,7%) dos imóveis são íntegros, 88 (56%) estão pouco alterados, 13 (8,3%) muito alterados, 8 (5,1%) descaracterizados e 14 (8,9%) não se aplicam, pelo fato de não ser possível analisar seu grau de modificação, já que a publicidade presente não permite a visualização da fachada original.

É importante ressaltar que dos 122 imóveis em grau íntegro ou pouco alterado, 97 são de interesse histórico, sendo os demais, contemporâneos. Esse indicativo permite um cenário otimista em relação a uma possível revitalização da área, que mesmo possuindo alguns bens descaracterizados ou muito alterados, ainda mantém grande parte da sua arquitetura preservada.

Mapa 10: Grau de Modificação e Estado da Conservação nas ruas Marquês do Herval, Venâncio Neiva e Maciel Pinheiro.

Fonte: SEPLAN CG, adaptado pela autora, 2022.



Caracterização do Patrimônio Urbano Edificado

Regularização da Publicidade

Mapa 11: Regularização da Publicidade nas ruas Marquês do Herval, Venâncio Neiva e Maciel Pinheiro.

Fonte: SEPLAN CG, adaptado pela autora, 2022.

Figura 78: Percentual de regularidade quanto à publicidade nas ruas Marquês do Herval, Venâncio Neiva e Maciel Pinheiro.

Fonte: elaborado pela autora, 2022.

Para compreender a situação atual da publicidade nas fachadas em relação às normativas vigentes, foram traçadas algumas variáveis que sintetizam pontos importantes apontados na legislação. Inicialmente foram examinados os tipos de publicidade que existiam, descrevendo características em relação a sua materialidade e originalidade na edificação, posteriormente foi verificada a condição de regularidade desses elementos.

Ao tratar de uma análise de posturas quanto a publicidade, inicialmente foram estudadas dimensão e posicionamento correto de elementos que não devem interferir na leitura da linguagem da edificação. Cada fachada foi averiguada, observando sempre o cumprimento das medidas e recomendações de proporção destacadas nas normas. Fachadas que possuíssem publicidade encobrindo total ou parcialmente seus elementos morfológicos foram consideradas irregulares, bem como letreiros colocados acima das vergas, anúncios em paredes laterais ou edificações que possuam mais de um estabelecimento por pavimento e infrinjam os critérios específicos dessa condição.

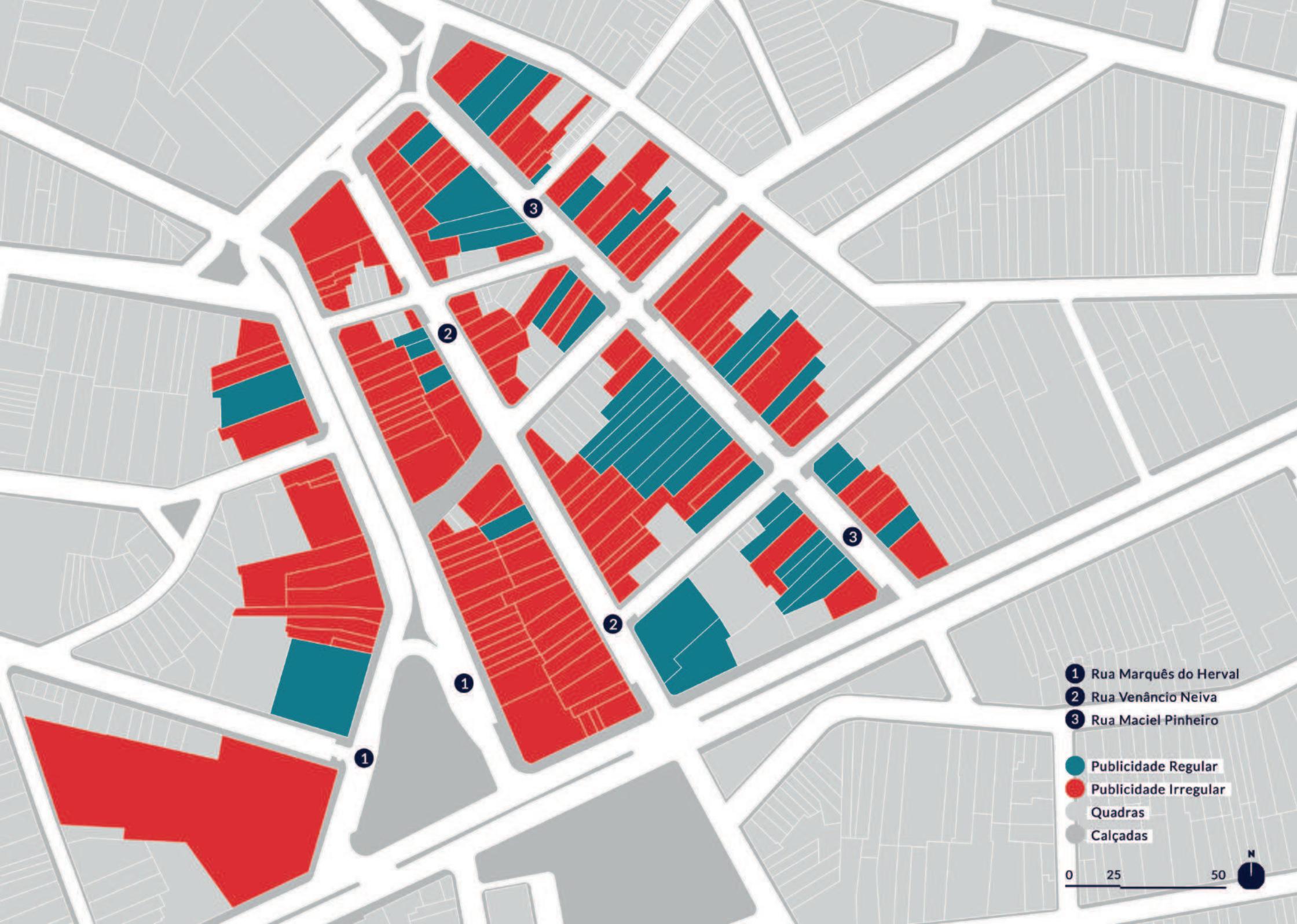
Acerca da utilização de letreiros paralelos ou perpendiculares à edificação, são consideradas irregulares as fachadas que apresentem o uso simultâneo dos dois tipos, visto que essa situação somente é permitida pelo Decreto 33.816 (2013), no caso de edificações que possuam mais de um estabelecimento por pavimento. A Loja Damyler (Anexo B, Ficha 137), ilustra essa irregularidade, ao trazer letreiros em dimensões apropriadas, porém utilizando de elementos paralelos e perpendiculares à fachada. Nesse caso, mesmo apesar da edificação possuir mais de um pavimento, ela é utilizada por apenas um estabelecimento comercial, devendo utilizar apenas de um dos posicionamentos referentes à colocação de anúncios ou letreiros.

O último dos critérios analisados diz respeito à situação de regularidade das marquises e toldos. De acordo com o Decreto 33.816 e Diretrizes Internas propostas pelo IPHAEP (2013), além das condições de dimensionamento e posicionamento já citadas, fachadas que possuam marquises em sua concepção original, não devem utilizar toldos, já que suas funções são semelhantes. Os toldos devem sempre ser retráteis e não metálicos, sem publicidade, não podendo ser fixos ou atados às marquises e calçadas.

Sendo assim, a partir da observação in-loco e discriminação de cada uma das condições citadas, dos 157 imóveis, 122 estão em situação irregular (77,7%). Apenas 5 possuíam algum tipo de elemento publicitário original, sendo estes letreiros de identificação. Esses elementos indicam o nome ou uso original da edificação e eram comumente avistados nas imagens dos anos 1940 e 1950.

O esquema abaixo demonstra a disparidade em relação ao percentual de regularidade para cada uma das vias, visto que a Rua Maciel Pinheiro concentra 27 dos imóveis regulares da área de pesquisa, enquanto a Rua Venâncio Neiva aparece em segundo lugar, com 6 imóveis regulares, e a Marquês do Herval impressiona ao ter apenas 2 edificações seguindo os parâmetros propostos.





Você já passou por mim, e nem olhou pra mim: reflexões sobre Identidade, conservação e gestão

Ao tratar do Programa Campina Déco (2000), é dito que a professora Lia Mônica Rossi incitou um movimento de preservação quanto ao patrimônio campinense, que antecede o próprio projeto. Nesse contexto, foi instaurada a Lei Municipal Nº 3.721, responsável pela Criação da Zona Especial de Preservação 1 (1999), marcando o início formal das políticas de preservação patrimoniais campinenses, uma vez que foi o primeiro instrumento legal elaborado no intuito de resguardar as edificações do núcleo central. Apesar das boas intenções e do ineditismo na cidade, a Lei não se atém ao fato de que a região, por se tratar de área majoritariamente comercial, utiliza de elementos publicitários como parte de sua paisagem urbana, proibindo quaisquer modificações, porém com um certo imediatismo, nos quais os fins são visados sem apresentar a população os meios.

Sabe-se que a região na qual a normativa incide, tinha como uma das maiores problemáticas o uso inconveniente de elementos publicitários, fator que possivelmente estimulou a criação da medida protetiva. A norma falha ao não citar nenhum parâmetro normativo em relação a qualquer tipo de intervenção patrimonial.

Tais falhas podem ser justificadas tanto pela época, já que as práticas quanto a conservação e restauro, como já dito, aperfeiçoaram-se ao longo do tempo, como pelo fato de ser uma Lei inicial, da qual provavelmente surgiriam anexos e demais medidas, a julgar pelas intenções otimistas da professora Lia, que instituiu o Programa Campina Déco no ano seguinte em forte parceria com a gestão municipal da época. Rumores dizem que durante o Programa, existiu uma

isenção do IPTU aos proprietários que mantivessem suas fachadas preservadas, porém não foi encontrada nenhuma documentação comprobatória desse feito.

O inconveniente se dá na persistência do erro. O Código de Posturas de Campina Grande (2003), no qual finalmente são especificadas boas práticas e regras ao realizar ações sob logradouros públicos, falha ao definir como área de atuação toda Campina Grande, com exceção da Zona Especial de Preservação 1. A Lei alega que a Zona, deve seguir as especificações próprias da sua norma (Lei Municipal Nº 3.721), porém sabe-se que a norma não define parâmetros específicos, logo, toda a região fica à mercê da interpretação e subjetividade dos proprietários.

A Lei de criação da Zona de Preservação 1 define que quaisquer alterações nas fachadas, incluindo a adição de peças publicitárias, ficariam sujeitas a parecer técnico da SEPLAM, levando a crer que existiam parâmetros normativos internos do Órgão, porém caso existissem, não se tem uma relação de transparência com a população local, tornando-se impraticável o mantimento do patrimônio e a criação de uma rede cooperativa de proteção.

Em 2004, o IPHAEP passa a se encarregar da região, estabelecendo o Decreto 25.139, delimitando o Centro Histórico de Campina Grande. A norma demarca o traçado de proteção, porém novamente não define nenhum critério ou parâmetro a respeito de intervenções ou medidas que visem o mantimento do conjunto.

Em 2006, Campina Grande revisa o seu Plano Diretor (Lei Complementar Nº 003), delimitando a Zona Especial de Interesse Cultural, com traçado similar ao proposto dois anos antes pelo Decreto 25.239, acrescentando somente uma quadra a área de proteção. A área é definida e alguns instrumentos urbanos que podem atuar sob a área são apre-

sentados. Novamente, é frisado que qualquer transformação urbanística na Zona estará sujeita à prévia autorização da SEPLAN, porém nenhum parâmetro, critério ou diretriz sobre tais transformações é apresentado no corpo do texto. Ao entrar em contato com a SEPLAN, nenhum dos servidores soube dizer com precisão como se dá ou se dava o tratamento em relação à Zona.

Somente em 2013, ocorre um avanço, ao ser instituído o Decreto 33.816 por parte do IPHAEP. Quatorze anos após a criação da Zona Especial de Preservação 1 e nove anos após a delimitação do Centro Histórico Inicial de Campina Grande, é apresentada a área de proteção de entorno e parâmetros

normativos de intervenção esmiuçados trazendo definições, medidas, práticas de conservação e discriminação de multas aplicadas no interior da região histórica.

Sem pormenorizar parâmetros normativos por tantos anos, a região histórica central sofreu com diversas intervenções sem critério algum sob suas fachadas. Caso tenha ocorrido a jurisdição por parte da Secretaria de Planejamento, os proprietários simplesmente não seguiram as recomendações do Órgão, dado que a situação das fachadas no ano de 2011, por exemplo, possuíam um número ainda maior de intervenções sem critério técnico, principalmente em relação a inserção de peças publicitárias.



Figura 79: Rua Maciel Pinheiro em 2011.

Fonte: Google Street View, adaptado pela autora, 2022.

Em relação ao Decreto 33.816, o documento traz diversos avanços definindo os conceitos de áreas de proteção rigorosa e de entorno, delimitando estratégias e especificações quanto aos cuidados para o mantimento dessas regiões sem o engessamento das atividades desenvolvidas pela sociedade quanto aos processos de ocupação.

Em locais nos quais haja uma normativa técnica específica e reconhecida pelo IPHAEP, prevalece a norma municipal ao lugar do Decreto de 2014. Dessa forma, ao ser constatado que existe uma normativa anterior na cidade de Campina Grande (Lei Municipal Nº 3.721), que passa a ser desconsiderada tecnicamente em detrimento do Decreto 33.816, supõe-se que realmente não havia ocorrido a definição de parâmetros técnicos específicos da cidade, ao menos redigidos em norma.

Apesar do grande avanço há de se pontuar algumas desvantagens. Tendo sido publicado em 2014, o Decreto 33.816 pontua que a norma deve ser revisada a cada cinco anos, estando até então a oito anos sem reavaliação. O regulamento, por se aplicar a todas as regiões sob proteção do IPHAEP com exceção de João Pessoa e cidades que possuam norma própria, acaba por instaurar parâmetros técnicos gerais, que não se atém às especificidades de cada local.

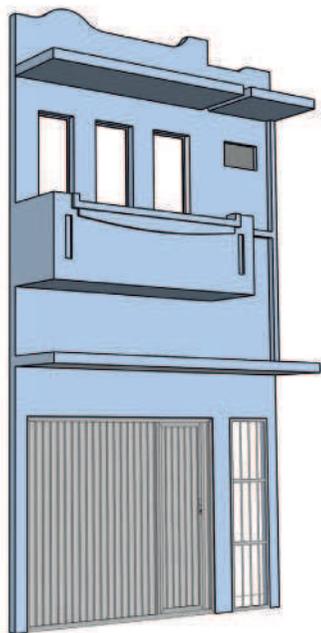
Como visto, 52,9% dos imóveis da área de pesquisa, possuem estilo arquitetônico art déco. Essa constatação por si só difere o Centro Histórico de Campina Grande de demais regiões históricas na Paraíba, a exemplos das cidades de Areia e João Pessoa, que possuem normativas próprias, visto que seus conjuntos, possuem características únicas ligadas diretamente aos estilos arquitetônicos e usos das edificações.

O uso se determina como fator importante, pois no caso de centralidades histórico-comerciais, as peculiaridades quan-

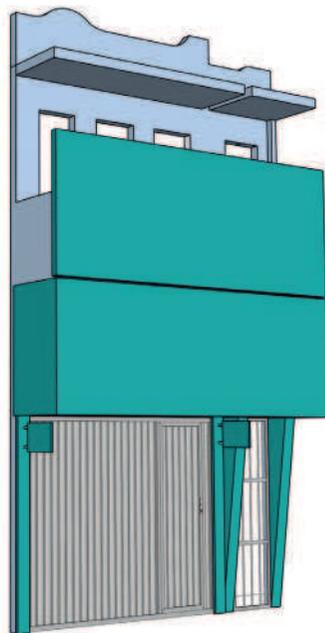
to a intervenção e manutenção do conjunto diferenciam-se a depender das dinâmicas sociais e de ocupação. 40% dos imóveis da região central possuem seus pavimentos superiores desocupados (SILVA, 2019) e 71,7% dos imóveis na área de pesquisa são comércios ou serviços, que para veicular mensagens necessitam de estratégias de comunicação visual, estabelecidas de acordo com as particularidades da área. Dessa forma, a instauração de normativas técnicas gerais podem surtir efeito contrário, atuando como um empecilho, inibindo a cooperação entre o órgão competente e proprietários, e por consequência, a aplicabilidade do Decreto.

Chama atenção a existência da Normativa Ilustrada (Anexo A), trazendo de uma forma didática por meio de esquemas e ilustrações como deve ser realizada a inserção da publicidade. Apesar de sucinto, o documento complementar ao Decreto 33.816 auxilia bastante na tomada de decisões, principalmente quando utilizado como instrumento de apoio fora do campo técnico, visto que a normativa original acaba por utilizar termos e linguagens específicas do âmbito da conservação e restauração.

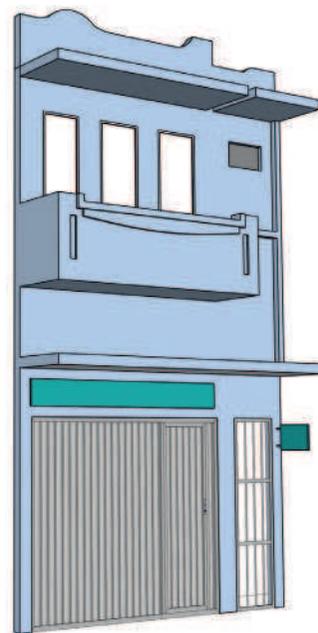
Durante a etapa de caracterização do patrimônio foi concluído que 77,7% das fachadas na área de pesquisa estão em situação irregular. Logo, é possível afirmar que mesmo com a incidência do Decreto 33.816 (2014), ocorre um grande número de infrações. A legislação por si só, não inibe processos de descaracterização, sendo necessário a imponência do instrumento aliada a práticas de conservação urbana integrada em diálogo com o planejamento realizado pelas gestões municipais e estaduais.



Fachada sem elementos publicitários.



Situação atual da fachada, parcialmente coberta pela publicidade.



Fachada segundo a normatização existente.

Figura 80: Modelos gráficos da publicidade nº 68, Rua Marquês do Herval.

Fonte: elaborado pela autora, 2022.

A figura acima representa o imóvel de nº 68 da Rua Marquês do Herval, equiparando a situação da edificação em seu estado atual e caso fossem seguidos os parâmetros normativos para a inserção de peças publicitárias. Essa caracterização corresponde à realidade de diversos imóveis na área central, especialmente daqueles encontrados na rua Marquês do Herval, que possui cerca de 95,6% dos seus imóveis irregulares em relação ao Decreto 33.816 (2016), sendo também a via com maior número de imóveis em estilo não identificado (fachada totalmente encoberta por elementos publicitários).

O monitoramento dos bens realizado pelo IPHAEP, instituição por sua vez sediada na cidade de João Pessoa, possui algumas limitações pelo fato de não existir uma rede física de controle e supervisão na cidade de Campina Grande. A população campinense está apta a realizar denúncias ao órgão, porém muitos desconhecem o Centro Histórico, alguns acreditam se restringir somente a Rua Maciel Pinheiro, enquanto outros simplesmente não possuem acesso a políticas de educação patrimonial.

Recomendações Gerais

A partir das discussões dos capítulos anteriores, se faz importante indicar recomendações e estratégias que possam minimizar a degradação patrimonial, especialmente no que diz respeito à intervenções publicitárias discriminadas.

Educação Patrimonial

Ao tratar da conservação do patrimônio, é imprescindível atentar para estratégias de educação patrimonial. Isso pois como visto, não há um senso comum entre a população campinense quanto a conservação de seu patrimônio edificado. A educação patrimonial amplia os horizontes da população, ao torná-la conhecedora da sua história, incentivando o cuidado, monitoramento e vigilância de elementos de significância.

A educação patrimonial, é um processo construtivo de diálogo entre sujeitos, sendo um relevante instrumento para o reconhecimento do patrimônio, visto que a própria comunidade ao reconhecer o que lhe é de valor, passa a ter a intenção de conservação e conseqüente valorização. A municipalidade deve traçar estratégias, inserindo a temática em escolas, grupos de apoio, associações de bairro e em demais eventos. Isso pois, a educação patrimonial trata-se de uma ação política, que não deve ser dissociada dos compromissos de gestão.

Há de se promover e socializar a importância de preservar, estabelecendo táticas de sinalização em meio a paisagem urbana, que ampliem o olhar do cidadão acerca da importância do que escreveu sua própria história. A publicidade nesse quesito, se bem administrada, trata-se de uma ótima ferramenta para disseminar conhecimento por meio de comerciais, totens, cartilhas, mostras fotográficas e demais

elementos visuais que incitem a população a retomar o seu passado.

A intenção de preservação deve perpassar todas as massas da população. Ao estabelecer, por exemplo, um diálogo horizontal com os comerciantes e proprietários, a gestão da região tornaria-se conjunta e colaborativa, explanando objetivos em comum entre órgão regulamentador e proprietário. Para isso, é necessário demonstrar à população a importância em preservar, levando alternativas e exemplos que demonstrem o cuidado com a arquitetura das edificações como estratégia de valor.

Sabe-se que as discussões acerca da temática patrimonial, evoluem de maneira conjunta à história da sociedade, porém a volatilidade dos conceitos existe justamente para abarcar o antigo em meio ao novo, pois somente através de experiências passadas é possível estabelecer um quadro de evolução. Com a maior inclusão de distintas camadas da sociedade em meio a esses debates, torna-se possível a elaboração de estratégias efetivas de proteção.

Legislação Patrimonial e Gestão

A instauração de legislações regulamenta morfologicamente um determinado meio urbano, estabelecendo cenários ideais. Ao tratar do espaço urbano, especialmente no que diz respeito a intervenções patrimoniais, normativas minuciosas são mais que necessárias, visto que a possibilidade da subjetividade pode acarretar em perdas graves ou degradação constante.

No caso de Campina Grande e sua região central, foi constatado um acúmulo sucessivo de legislações que comprometem sua eficácia. Para que a população não se encontre confusa, é necessário transparência quanto às normativas vigentes para cada situação, orientando os proprietários

quanto ao órgão regulamentador e seus canais de contato. Dessa forma, é possível melhorar as condições de acesso tanto às regulamentações propostas pelo IPHAEP, quanto à própria instituição.

No caso de Campina Grande, primeiramente é necessário tratar da abrangência da norma, devido a sua atuação geral, para todas as áreas de proteção do IPHAEP na Paraíba. Como sugere o Decreto 33.816 (2013), a norma deve ser revisitada para que sejam supridas necessidades surgidas ao longo do tempo. Dessa forma, a partir dos resultados desse trabalho, propõe-se a criação de normativa específica com base na existente, que atenda condições de ocupação próprias da cidade.

Cada sítio histórico possui especificidades, das quais uma norma geral não consegue abarcar. Em Campina Grande, o centro histórico é composto especialmente por arquiteturas recentes, que ainda assim são produções significativas do passado, com destaque para exemplares art déco e modernistas. É claro que existem outras arquiteturas na região, porém a predominância de estilos verificada no trabalho demonstra que a região central diferencia-se gritantemente de demais centralidades históricas da Paraíba, nas quais geralmente há uma predominância de arquiteturas coloniais. Logo, são necessárias táticas específicas que se adequem às diferentes volumetrias de um centro histórico um pouco mais recente.

O uso predominante de comércios e serviços deve ser um dos princípios norteadores no caso da criação de uma nova normativa, visto que as táticas de intervenção utilizadas pelos proprietários são um dos principais fatores responsáveis pela degradação constante da região. Devem ser revisitadas as discussões principiadas pela professora Lia Monica Rossi, que com o esforço de um árduo trabalho em conjunto aos

gestores municipais da época, conseguiu avanços positivos na paisagem urbana da Rua Maciel Pinheiro. Como verificado no capítulo anterior, a Rua apresenta estado de conservação superior às demais, provavelmente fruto das ações de restauração ocorridas.

Por meio do Programa Campina Déco (2000), entende-se que a normativa deve ter relação direta com os objetivos e compromissos dos gestores municipais, nas quais os meios de intervenção devem ser definidos de forma clara e concisa. A municipalidade deve abraçar a causa, tornando acessível ações de educação patrimonial. Somente assim, a população se apropriará das mudanças, não existindo a possibilidade do fim das medidas protetivas durante o período de troca de gestões.

No Capítulo 2, foi falado também da importância de existir manuais ou cartilhas de apoio, trazendo algumas experiências de manuais ilustrados que exerceram ampla diferença na aplicação das normativas. Isso não significa que as normativas tenham sua importância reduzida, visto que somente por meio destas é possível exemplificar as boas práticas pretendidas, direcionando a ação do corpo técnico atuante nas linhas de conservação; porém, é interessante que exista o uso de elementos didáticos de apoio, utilizando como exemplo o Manual de Placas e Letreiros (2013) anexo a normativa técnica da cidade de Manaus, Amazônia, apresentando no Capítulo 2.

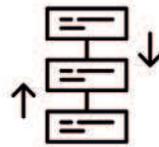
A utilização de mídias exteriores é uma prática muitas vezes subjetiva, ligada a um dos mercados mais voláteis e estratégicos da sociedade, visando a ampliação de público alvo. No caso de Campina Grande, uma normativa ilustrada ou cartilha de boas práticas traria bons frutos, dada a especificidade comercial diagnosticada na área. O material pedagógico facilitaria a difusão dos parâmetros por meio de esquemas

visuais, podendo ser entregue diretamente aos proprietários. A esquematização visual dos parâmetros pode auxiliar na compreensão da temática em escolas e na divulgação de estratégias de preservação em redes sociais oficiais do município.

O Decreto 33.816 (2013) traz consigo a Normativa Ilustrada, destacando parâmetros vigentes quanto à publicidade. Embora sucinto, o anexo auxilia no entendimento da normativa vigente, tornando-se claro os tipos de intervenções permitidas ou não. A infelicidade se dá novamente na questão do acesso, na medida que a Normativa apesar de complementar aos Decretos 25.139 (2004) e 33.816 (2013), não pode ser encontrada online. Para esse trabalho foi possível ter acesso tanto à Normativa Ilustrada quanto às Diretrizes Internas, apenas ao entrar em contato com o corpo técnico do IPHAEP.

Como dito anteriormente, pelo fato do Instituto do Patrimônio Histórico da Paraíba ter suas atividades desenvolvidas na cidade de João Pessoa, torna-se dificultosa a ação de vigilância dos bens. Caso houvesse corpo técnico fixo na cidade de Campina Grande, haveria uma organicidade do diálogo entre as gestões estadual e municipal. Seria inclusive, importante que a equipe se mantivesse próxima ou inserida na própria poligonal de preservação, facilitando o diálogo com a comunidade e ações de monitoramento.

Outro apontamento importante para a melhoria do cenário de preservação, seria um maior enfoque da temática no seu Plano Diretor. O Plano deve frisar o interesse em manter sua região histórica, reforçando os cuidados e posturas instituídos pelo IPHAEP, sem que as legislações se sobreponham, atuando como instrumentos de cooperação. Abaixo, exemplos de instrumentos urbanos que podem ser utilizados para práticas de conservação, almejadas pelo Plano Diretor:



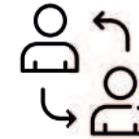
Transferência do Direito de Construir

Viabiliza a preservação e implantação de equipamentos e obras de interesse público, de forma que o proprietário possa transferir o potencial construtivo para um imóvel em outra região, caso não tenha condições de realizar a manutenção do bem patrimonial. O bem passaria a ficar sob os cuidados e intervenções do ente municipal.



Isenção do IPTU

Podem estabelecer um período de tempo no qual os proprietários não terão de pagar o IPTU caso mantenham o bem preservado, como realizado em São Paulo, onde se estabeleceu a isenção por um período de dez anos (Coulomb, 2001).



Direito de Preempção

O Poder Público passa a ter prioridade sobre a aquisição do bem caso o proprietário deseje vendê-lo. Esse instrumento impossibilita um possível avanço da especulação imobiliária na região, que pode ter suas dinâmicas alteradas no caso da implantação de isenções fiscais.



Contribuição de Melhoria

Tributo exigido pelo Poder Público quando houver a realização de uma obra que decorra em valorização imobiliária, podendo ser aplicável a ações de restauração e manutenção da área histórica.

Figura 81: Instrumentos Urbanísticos como estratégia de preservação.

Fonte: elaborado pela autora, 2022.

Por fim, quaisquer tomadas de decisões devem ser norteadas por meio dos princípios da conservação integrada, na medida que o patrimônio é a riqueza social da sociedade, tendo seu mantimento atribuído acima de tudo ao coletivo. O patrimônio só passa a ser valorizado quando entendido como relevante para a história e construção de uma identidade local. Áreas urbanas históricas devem ser recuperadas sem modificar a composição e dinâmicas sociais, para que a população se aproprie do passado, sem o freamento do presente, mas sempre atenta às transformações sociais como um processo constituinte e resultante do lugar de memória.

Considerações Finais

O presente trabalho surgiu de uma inquietação trazida durante todo o processo de graduação acerca do apagamento do Centro Histórico de Campina Grande por meio do uso inconveniente de elementos publicitários.

Campina Grande, bem como outras centralidades histórico-comerciais brasileiras, passa por um processo de desvalorização constante da sua história, da qual grande parte da população desconhece. Apesar de existirem predominâncias, a cidade possui uma singularidade de arquiteturas valorosas, capazes de revolucionar o campo da preservação paraibano caso houvesse o desenvolvimento de políticas democráticas e efetivas de valorização. Atualmente, as edificações que constituem a região central passam despercebidas aos olhos do campinense, tendo seu valor histórico anestesiado em consequência de estratégias de comunicação visual descomprometidas das políticas de conservação.

Com a área central parcialmente descaracterizada tendo grande parte de suas edificações encobertas por peças publicitárias, o trabalho propôs estudos de diagnóstico que comprovassem e pudessem embasar recomendações voltadas para a regulamentação do Centro Histórico, como a revisão do corpo normativo, criação de instrumentos didáticos de apoio às legislações, além de políticas de educação patrimonial. Para além do diagnóstico, é também objetivo deste trabalho reivindicar o patrimônio edificado campinense, realizando recortes temporais de épocas marcantes na construção da paisagem urbana por meio de levantamento iconográfico.

Os resultados obtidos durante o diagnóstico podem ser utilizados para a realização de diretrizes ainda mais aprofun-

dados e minuciosas, incidindo diretamente sobre problemáticas que vão da descaracterização na área à ociosidade da região fora do horário comercial. A regularização das fachadas deve ser trabalhada como estratégia municipal, possibilitando a reativação de fachadas que podem atuar como marcos visuais, estimulando o entendimento do espaço edificado como valioso de formas tangíveis e intangíveis.

Para isso, fez-se necessário estudo aprofundado de normativas técnicas vigentes, constatando sua ineficácia e possíveis motivos pelos quais a legislação patrimonial na cidade tem sua aplicabilidade comprometida. O trabalho aprofundou-se no estudo das relações entre a publicidade e o patrimônio edificado, contudo, ao realizar a criação de Fichas de Identificação e Caracterização dos Bens, foi possível compreender que outros estudos devem ser realizados para que se tenha um panorama aprofundado, como: modificações realizadas pelas instalações prediais de água, energia e esgoto; alterações em esquadrias, paredes e demais elementos originais da edificação; adições de pavimentos, pintura, entre outras problemáticas que podem ser identificadas por meio de diagnósticos mais aprofundados. Os dados iniciais coletados se tornam, assim, uma base para futuras pesquisas que desejem tratar a temática.

Mesmo sem um diagnóstico urbano completo e aprofundado, por meio deste trabalho é possível compreender a importância em manter vivas referências concretas da produção arquitetônica campinense. Campina Grande demonstra ter potencial para fazer de seu patrimônio histórico símbolo de sua história, desde que insira a população em processos participativos de reconhecimento e crie estratégias de conservação integrada aliando os usos e dinâmicas sociais presentes na área central ao mantimento de seu conjunto urbano histórico.

Referências Bibliográficas

AQUINO, A. P. P. de; MENDES, B. B.; AMORIM, C. P. L.; SILVA, F. A. B.; MACÊDO, P. P. de; PAIXÃO, T. R. da; **Vazios urbanos do centro de Campina Grande: diagnóstico e simulação.** In: TICYurb: 3ª Terceira Conferência Internacional de Jovens Investigadores Urbanos, 18 a 22 de Junho de 2018, Lisboa, 2018.

ALMEIDA, E. **História de Campina Grande.** 2. ed. João Pessoa: UFPB, 1962.

ALMEIDA, José Américo de. **A paraíba e seus problemas.** 3ª ed. rev. João Pessoa: Secretaria de Educação e Cultura, 1980.

ARNHEIM, Rudolf. **Dynamic of architectural form.** Berkeley: University of California Press, 1977.

BONDUKI, Nabil. **Intervenções urbanas na recuperação de centros históricos.** / Nabil Bonduki. – Brasília, DF: Iphan / Programa Monumenta, 2010.

BLACKWELL, R.; MINIARD, P.; ENGEL, J. **Comportamento do consumidor.** Rio de Janeiro: Livros Técnicos e Científicos, 1999.

CALVINO, I. **As cidades invisíveis.** São Paulo: Companhia das Letras, 1990.

CAMPINA GRANDE. **Lei complementar no 003, de 09 de outubro de 2006 - Plano Diretor.** Disponível em <http://campinagrandepb.com.br/wp-content/uploads/2014/10/Plano_Diretor_2006.pdf>. Acesso em abril de 2021.

_____. **Lei 4.129/03 - Código de Posturas.** Campina Grande, 2003.

_____. **Lei Municipal Nº 3.721/1999 - Criação da Zona Especial de Preservação 1.** Campina Grande.

_____. **Programa Campina Déco.** Programa de Restauração de Fachadas. Etapa 1: Primeiro Quarteirão. Campina Grande, 2000.

_____. **Programa Campina Déco.** Programa de Restauração de Fachadas. Etapa 1: Rua Maciel Pinheiro, Volume 2. Campina Grande, 2000.

_____. **Programa Campina Déco.** Programa de Restauração de Fachadas. Campina Grande, 2000.

CARVALHO, J. L.; QUEIROZ, M. V. D.; TINEM, N. **Trem Veloz: rupturas Lentas: arquitetura como produção do espaço urbano em Campina Grande (1907 -1935).** In: Anais do XII Encontro Estadual de História da ANPUH/PB. História e Multidisciplinaridade: fronteiras e deslocamentos. Cajazeiras: UFCG/ANPUH-PB, 2006.

CASCO, Ana C. A. J. **Sociedade e educação patrimonial.** IPHAN, 2005. Disponível em: <http://portal.iphan.gov.br/uploads/publicacao/sociedade_e_educacao_patrimonial.pdf> Acesso em: 24.05.21

CENTRO DE ESTUDOS AVANÇADOS DA CONSERVAÇÃO INTEGRADA – CECI. **Conservar: Olinda boas práticas no casario / Centro de Estudos Avançados da Conservação Integrada;** org. Juliana Barreto, Vera Milet. – Olinda, 2010. Disponível em: <<http://www.ceci-br.org/conservar/geral/arquivos/manual.pdf>> Acesso em: 23.05.21.

CHOAY, Françoise. **A alegoria do patrimônio.** Trad. Luciano Vieira Machado. São Paulo: Estação Liberdade/Editora UNESP, 2001.

CONDE, Luiz Paulo Fernandes. **art déco: Modernidade antes do Movimento Moderno.** CZAJKOWSKI, Jorge (coord.) Primeiro Seminário Internacional art déco na América Latina. Prefeitura da Cidade de Rio de Janeiro- PUC/RJ, 1997.

COULOMB, Renè. **Modelos de gestión en los centros históricos de América Latina y el Caribe En busca de la integralidad, la gobernabilidad democrática y la sostenibilidad.** In: CARRIÓN, F. M. (Org.). *La Ciudad Construída: urbanismo en América Latina.* Flacso. Quito, Equador, 2001. 77-95p.

CORRÊA, R.L. **Trajetórias geográficas.** Rio de Janeiro: Bertrand Brasil, 1997. 302p.

CORREIA, Telma de Barros. **O art déco na arquitetura brasileira.** In: Dossiê Art Déco, Revista UFG, ano XII N°8, Julho, 2010.

CULLEN, Gordon. **Paisagem Urbana.** São Paulo: Martins Fontes, 1983.

D' ELBOUX, José Roberto. **Tipografia como Elemento Arquitetônico no Art Déco Paulistano: Uma Investigação acerca do Papel da Tipografia como Elemento Ornamental e Comunicativo, na Arquitetura da cidade de São Paulo entre os anos de 1928 a 1954.** Dissertação de Mestrado. Faculdade de Arquitetura e Urbanismo da Universidade Federal de São Paulo. São Paulo, 2013.

Fachadas do Centro são reveladas após despoluição promovida pela Prefeitura. Portal A Crítica, 2021. Disponível em: <<https://www.acritica.com/channels/manaus/news/fachadas-do-centro-sao-reveladas-apos-despoluicao-promovida-pela-prefeitura>>. Acesso em: 19.05.21.

FARIAS, Fernanda de Castro. **As expressões da modernidade no Brasil: o lugar da arquitetura associada ao termo art déco.** Tese de Doutorado. Programa de Pós Graduação em Arquitetura e Urbanismo da Universidade Federal da Paraíba. João Pessoa, 2018.

FREIRE, Adriana L. de Almeida. **Modernização e Modernidade: uma leitura sobre a Arquitetura Moderna de Campina.**

Dissertação de Mestrado. Programa de Pós Graduação em Arquitetura e Urbanismo da Escola de Engenharia de São Carlos, Universidade de São Paulo. São Carlos, 2010.

GOIÂNIA. Lei Complementar nº 326, de 03 de janeiro de 2020. **Dispõe sobre o Programa de Ordenação dos Engenheiros Publicitários nos Núcleos Urbanos Pioneiros de Goiânia e dá outras providências.** Disponível em: <<https://leismunicipais.com.br/a/go/g/goiania/lei-complementar/2020/33/326/lei-complementar-n-326-2020-dispoe-sobre-o-programa-de-ordenacao-dos-engenheiros-publicitarios-nos-nucleos-urbanos-pioneiros-de-goiania-e-da-outras-providencias>>. Acesso em: 21.05.21.

GURJÃO, Eliete de Queiroz. **Para onde o poder vai, a feira vai atrás: estratégias de poder da elite campinense, da Monarquia à República Nova.** In: GURJÃO, E. de Q. (org). *Imagens Multifacetadas da História de Campina Grande.* Prefeitura Municipal de Campina Grande/Secretaria de Educação, 2000.

HORTA, Maria de Lourdes Parreiras; GRUNBERG, Evelina; MONTEIRO, Adriane Queirós. **Guia Básico de Educação Patrimonial.** Brasília: IPHAN, Museu Imperial, 1999.

INSTITUTO DE PLANEJAMENTO URBANO DE FLORIANÓPOLIS. **Valorização do Casario Histórico de Florianópolis: manual de recuperação.** Florianópolis: IPUF, 1993. Disponível em: <http://www.pmf.sc.gov.br/arquivos/arquivos/pdf/18_06_2015_23.55.19.47ea075a39d1880afba-38c32562b95ef.pdf> Acesso em: 24.05.21.

Instituto remove 35 placas publicitárias de prédios históricos de Campina Grande. G1, Paraíba, 2017. Disponível em: <<https://g1.globo.com/pb/paraiba/noticia/instituto-remove-35-placas-publicitarias-de-predios-historicos-de-campina-grande.ghtml>>. Acesso em: 10.12.21

IBGE - Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística, c2017. **Histórico Campina Grande**. Disponível em: <<https://cidades.ibge.gov.br/brasil/pb/campina-grande/historico>> Acesso em: 05.10.21.

IPHAEP. **Decreto Nº 7.819**. Outubro de 1978, João Pessoa.

_____. **Decreto Nº 19.447**. Dezembro de 1997, João Pessoa.

_____. **Decreto Nº 20.905**. Fevereiro de 2000, João Pessoa.

_____. **Decreto Nº 22.245**. Setembro de 2001, João Pessoa.

_____. **Decreto Nº 25.139**. Junho de 2004, João Pessoa.

_____. **Decreto Nº 33.816**. Abril de 2013, João Pessoa.

_____. **DIRETRIZES PARA PUBLICIDADE: TIPOLOGIA TOTEM**. João Pessoa.

_____. **DIRETRIZES PARA PUBLICIDADE: TOLDOS E MARQUISES**. João Pessoa.

IPHAN. **Carta de Atenas (1933)**. Disponível em: <<http://portal.iphan.gov.br/uploads/ckfinder/arquivos/Carta%20de%20Atenas%201933.pdf>> Acesso em: 15.04.21.

_____. **Carta de Burra (1980)**. Disponível em: <<http://portal.iphan.gov.br/uploads/ckfinder/arquivos/Carta%20de%20Burra%201980.pdf>> Acesso em: 15.04.21.

_____. **Carta de Veneza (1964)**. Disponível em: <<http://portal.iphan.gov.br/uploads/ckfinder/arquivos/Carta%20de%20Veneza%201964.pdf>> Acesso em: 16.04.21.

_____. **Carta de Washington (1987)**. Disponível em: <<http://portal.iphan.gov.br/uploads/ckfinder/arquivos/Carta%20de%20Washington%201987.pdf>> Acesso em:

20.04.21.

_____. **Declaração de Amsterdã (1975)**. Disponível em: <<http://portal.iphan.gov.br/uploads/ckfinder/arquivos/Declaracao%20de%20Amsterdã%201975.pdf>> Acesso em: 20.04.21.

_____. **Decreto Lei Nº 25, de 30 de novembro de 1937**. Disponível em: <http://portal.iphan.gov.br/uploads/legislacao/Decreto_no_25_de_30_de_novembro_de_1937.pdf> Acesso em: 26.04.21.

_____. **Normas de Quito (1967)**. Disponível em: <<http://portal.iphan.gov.br/uploads/ckfinder/arquivos/Normas%20de%20Quito%201967.pdf>> Acesso em: 03.05.21.

_____. **Normatização de Cidades Históricas - Orientações para a elaboração de diretrizes e Normas de Preservação para áreas urbanas tombadas**. Disponível em <http://portal.iphan.gov.br/uploads/publicacao/normatizacao_areas_tombadas_cidades_historicas_2011.pdf>. Acesso em 10.03.21.

JOKILEHTO, J. **Conceitos e idéias sobre conservação**. In: ZANCHETI, S.M. (Org.). *Gestão do Patrimônio Cultural Integrado*. CECI- Ed. Editora Universitária - UFPE, 2002.

KOOLHAAS, R. **Contents**. São Paulo: Taschen, 2004.

LYNCH, Kevin. **A imagem da cidade**. São Paulo: Martins Fontes, 1997.

_____. **¿De qué tiempo es este lugar?**. Barcelona: Gustavo Gilli, 1972.

LACERDA, Norma; ZANCHETI, Sílvio Mendes; **Plano de Gestão da Conservação Urbana: Conceitos e Métodos**. Olinda: Centro de Estudos Avançados da Conservação Integrada, 2012.

LANG, Jon. **Creating Architectural Theory - the role of the behavioral sciences in environmental design**. New York: Van Nostrand Reinhold, 1987.

LING, Anthony. **Sobre a Lei Cidade Limpa e poluição visual**. Caos Planejado, 2017. Disponível em: <<https://caosplanejado.com/sobre-poluicao-visual-e-a-lei-cidade-limpa/>>. Acesso em: 24.05.21

MANAUS. **Decreto Nº 2436 DE 19/07/2013**. Aprova o Manual de Placas para a padronização do mobiliário urbano inserido nas UES Centro e UES Centro Antigo, conforme estabelece o Plano Diretor Urbano e Ambiental da Cidade de Manaus. Disponível em: <<https://www.legisweb.com.br/legislacao/?id=256727>>. Acesso em: 21.05.21.

_____. **Lei Complementar Nº 002, de 16 de janeiro de 2014**. Plano Diretor de Manaus. Disponível em: <<https://www2.manaus.am.gov.br/docs/portal/secretarias/implurb/Legislação/01-Plano%20Diretor/PLANO%20DIRETOR%202014%20-%20SEM%20LOGO.pdf>> Acesso em: 21.05.21.

_____. **Manual de Placas – Parâmetros para Publicidade, Bancas e Recomposição de Fachadas no Sítio Histórico e Centro Antigo da Cidade de Manaus**. Manaus, 2º ed., 2013.

MELO, Josemir Camilo de. **Entrevista concedida à TV Borborema no Programa “A Hora do Povo”**. Campina Grande, 11 out. 2013.

MENDES, C. F. **Paisagem urbana: uma mídia redescoberta**. São Paulo: SENAC, 2006.

MOLES, Abraham. **O cartaz**. São Paulo: Perspectiva, 1987.

NASAR, Jack L. **Environmental aesthetics: Theory, research and applications**. Cambridge: University Press, 1988.

NASAR, Jack L; HONG, Xiaodong. **Visual Preferences in Urban Signscapes**. *Environment and Behavior*. v. 31, n. 5, set. 1999.

NAOUMOVA, Natália. **Definição das Cores do Ambiente Urbano no Centro Histórico de Pelotas**. Faculdade de Arquitetura e Urbanismo. Universidade Federal de Pelotas. Pelotas, 1999. Projeto de Pesquisa.

NERY, Juliana Cardoso. **Falas e Ecos na formação da arquitetura moderna no Brasil**. Tese de Doutorado. Programa de Pós Graduação em Arquitetura e Urbanismo, Faculdade de Arquitetura, Universidade Federal da Bahia. Salvador, 2013.

NETO, Arlindo Ornelas Figueira. **A mídia – O conceito e as atividades**. in: *Hiper Publicidade: Atividades e tendências*, (org) Clotilde Perez, Ivan Santos Barbosa, 2008.

NÓBREGA, Maria de Lourdes C. da Cunha; DUARTE, Clarissa. **Publicidade e Identidade na Arquitetura do Espaço Público Urbano**. *urbe. Revista Brasileira de Gestão Urbana*, Curitiba, v. 1, n. 2, p. 223-233, jul./dez. 2009.

NÓBREGA, Maria de Lourdes C. da Cunha; C MARA, Clarissa D., QUEIROZ, Carlos Eduardo J. **O Caso da Rua da Palma: Exemplo de Perda da Identidade Cultural do Espaço Público Urbano**. VI ENECULT - Encontro de Estudos Multidisciplinares em Cultura, 2010.

PAIVA, Carlos Magno de Souza; SOUZA, Andre Henrique Macieira. **Manual para quem vive em casas tombadas**. Ouro Preto, MG. Livraria & Editora Graphar, 2018.

PASSINI, Romedi. **Wayfinding in Architecture**. New York: Van Nostrand Reinhold, 1992.

PAULINO, Erika Heim. **Intervir sem descaracterizar: uma análise sobre posturas adotadas em estabelecimentos comerciais situados no Centro Histórico do Município de João**

Pessoa – PB. Trabalho de Pós Graduação (Arquitetura Comercial e Projetos Corporativos). UNIPÊ – João Pessoa, 2019.

PEREIRA, Jônatas. **O Inesquecível Posto Esso.** Retalhos Históricos de Campina Grande, 2019. Disponível em: <<http://cgretalhos.blogspot.com/2018/06/o-inesquecivel-posto-esso-por-jonatas.html#.YgsHdoTMLIU>>. Acesso em 20.12.21

PORTELLA, Adriana Araújo. **Qualidade visual dos centros de comércio e a legibilidade dos anúncios comerciais.** Dissertação de mestrado. Faculdade de Arquitetura e Urbanismo. Universidade Federal do Rio Grande do Sul. Porto Alegre, 2003.

PREFEITURA MUNICIPAL DE BLUMENAU. **Orientações para Valorização da Cultura e da História – Centro Histórico, Blumenau.** Blumenau, 2018.

Prefeito de Goiânia sanciona lei para despoluição visual do Centro de Campinas. Rota Jurídica, 2020. Disponível em: <<https://www.rotajuridica.com.br/prefeito-de-goiania-sanciona-lei-para-despoluicao-visual-do-centro-e-campinas/>> Acesso em 22.01.21

Prefeitura lança isenção de imposto para fachadas limpas. O Popular, 2020. Disponível em: <<https://www.opopular.com.br/noticias/cidades/prefeitura-lanca-isencao-de-imposto-para-fachadas-limpas-1.1970546>> Acesso em: 22.01.21.

Prefeitura vai lançar nova edição de ‘Manual de Publicidade’ para o centro histórico. Prefeitura de Manaus, 2021. Disponível em: <<https://www.manaus.am.gov.br/noticia/prefeitura-vai-lancar-nova-edicao-de-manual-de-publicidade-para-o-centro-historico/>>. Acesso em: 19.05.21.

QUEIROZ, Marcus Vinicius Dantas de. **Art Déco em Campina Grande (PB): valorização, patrimonialização e esqueci-**

mento. In: Dossiê Art Déco, Revista UFG, ano XII Nº8, Julho, 2010.

_____. **Pré-inventário de edificações do Centro Histórico de Campina Grande (PB) [livro eletrônico] Volume 1.** Campina Grande: PB, 2021.

_____. **Pré-inventário de edificações do Centro Histórico de Campina Grande (PB) [livro eletrônico] Volume 2.** Campina Grande: PB, 2021.

_____. **Quem te vê não te conhece mais: Campina Grande em transformação (1930-1950).** Campina Grande: EDUFPG, 2016.

_____. **Quem te vê não te conhece mais: arquitetura e cidade de Campina Grande em transformação (1930-1950).** Dissertação de Mestrado. Programa de Pós Graduação em Arquitetura e Urbanismo da Escola de Engenharia de São Carlos, Universidade de São Paulo. São Carlos, 2008.

QUIXABEIRA, Larissa. **Prefeitura estuda dar desconto no IPTU para limpar fachadas do Centro de Goiânia.** Jornal Opção, 2018. Disponível em: <<https://www.jornalopcao.com.br/ultimas-noticias/prefeitura-estuda-dar-desconto-no-ip-tu-para-limpar-fachadas-do-centro-de-goiania-127187/>>. Acesso em: 19.05.21.

ROSSI, Lia Mônica. **Art Déco Sertanejo e uma Revitalização Possível: Programa Campina Déco.** In: Dossiê Art Déco, Revista UFG, ano XII Nº8, Julho, 2010.

SCENIC AMERICA. **Scenic Beauty Benefits Business: design guidelines for Business and Historic Districts.** Facts for Action, Scenic America Technical Information Series. Washing-

ton: Scenic America, ago. 2000.

SILVA, Francisco Allyson Barbosa. **CENTRO (RE) HABITAR: Reabilitação Urbana com diversidade habitacional no Centro de Campina Grande**. Trabalho de conclusão de curso submetido ao curso de Arquitetura e Urbanismo da Universidade Federal de Campina Grande. Campina Grande, 2019.

SYLVESTRE, Josué. **Lutas de vida e morte: fatos e personagens da história de Campina Grande (1945-1953)**. Brasília, 1982.

_____. **Know the Opposition**. Fighting Billboard Blight: An Action Guide Citizens and Public officials. Washington: Scenic America, 1999.

_____. **Scenic America Technical Information Series**. v. 1 n. 6. Washington: Scenic America, 1993.

SÃO PAULO (Cidade). **Lei nº 14.223, de 26 de setembro de 2006. Lei Cidade Limpa**. Disponível em: <<http://www.mpsp.mp.br/portal/page/portal/Cartilhas/Lei%20Cidade%20Limpa.pdf>> Acesso em: 21.05.20

_____. **Decreto nº 47.950, de 5 de dezembro de 2006**. Regulamenta a Lei nº 14.223, de 26 de setembro de 2006, que dispõe sobre a ordenação dos elementos que compõem a paisagem urbana do Município de São Paulo. Disponível em: <<http://legislacao.prefeitura.sp.gov.br/leis/decreto-47950-de-05-de-dezembro-de-2006>>. Acesso em: 21.05.20

SCHEER, Brenda C.; PREISER, Wolfgang F. E. **Design Review: Challenging Urban Aesthetic Control**. New York: Chapman & Hall, 1994.

Secretaria da Cultura cria manual ilustrado de publicidade e propaganda. Agência de notícias do Paraná, 2017. Disponível em: <<http://www.aen.pr.gov.br/modules/noticias/article.php?storyid=94292&tit=Secretaria-da-Cultura-cria>

-manual-ilustrado-de-publicidade-e-propaganda>. Acesso em: 19.05.21.

CURITIBA. **Normativa para Publicidade e Propaganda na Paisagem Urbana da Rua XV de Novembro**. Secretaria de Estado da Cultura do Paraná. Curitiba, 2017.

SEVERO, Fernanda. **Espaço Arquitetônico e Espaço Turístico: Memória, História e Simulacros**. In: Construções Teóricas no Campo do Urbanismo, 2004, Caxias do Sul. Anais II Seminário de Pesquisa em Turismo do Mercosul. Caxias do Sul: Universidade de Caxias do Sul, 2004. Disponível em: <<https://www.ucs.br/site/midia/arquivos/27-espaco-arquitetonico.pdf>> Acesso em: 30.04.21.

SOUZA, Fabio G. R. B. de. **Campina Grande: Cartografias de uma reforma urbana no Nordeste (1930-1945)**. In: Revista Brasileira de História. São Paulo, v.23, nº 46, pp. 61-92, 2003.

STAMPS, Arthur E. **Psychology and aesthetics of the built environment**. São Francisco: Kluwe Academic Publisher, 2000.

TUNGAT, Mark. **A história da propaganda mundial**. São Paulo, Ed. Cultrix, 2009.

VASCONCELOS, M. L. C. de, & Granato, M. (2017). **A noção de integridade aplicada à conservação e restauro de bens culturais móveis: alguns antecedentes e desdobramentos**. Revista CPC, (23), 93-113. <https://doi.org/10.11606/issn.1980-4466.v0i23p93-113>

VENTURI, R.; BROWN, D. S.; IZENOUR, S. **Aprendendo com Las Vegas**. São Paulo: Cosac Naify, 2003.

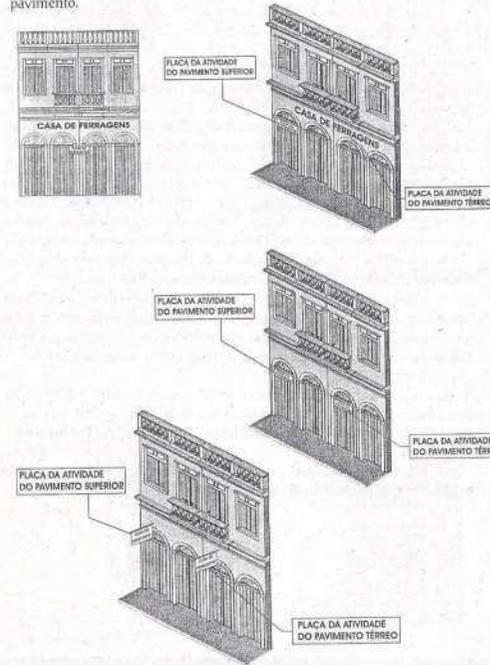
WEBER, Ralf. **On The Aesthetics of Architecture, A Psychological Approach to the Structure and the Order of Perceived Architectural Space**. São Francisco: Ashgate Publishing Company, 1995.

Anexos

Normativa Ilustrada de Publicidade em Centros Históricos

Decreto Estadual Nº 33.816 de 05 de abril de 2013 – Da Publicidade.

Edificações com mais de um pavimento e atividades diferentes por pavimento.



As placas poderão ter no máximo um dos dois tipos de iluminação abaixo:

1. Iluminação embutida na própria placa, e;
2. Iluminação externa, conforme os desenhos abaixo

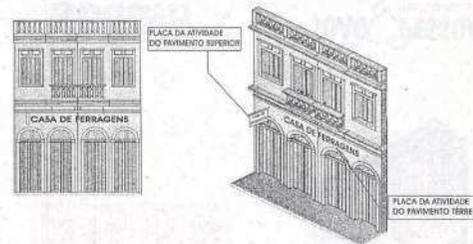
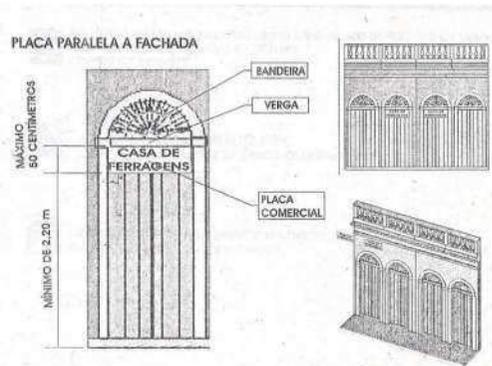
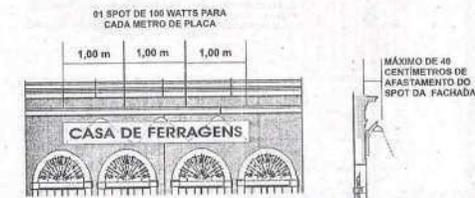
PLACA PARALELA A FACHADA



PLACA PERPENDICULAR A FACHADA

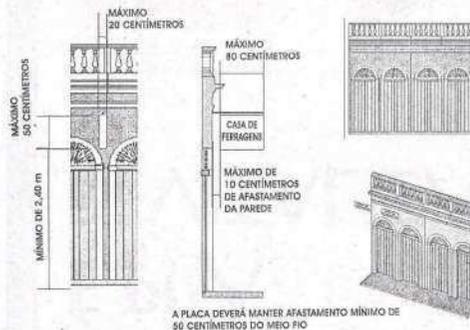


LETREIRO SOBRE A FACHADA

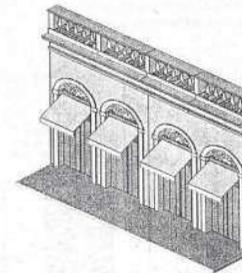


As placas e letreiros perpendiculares devem ter, no máximo, 80 centímetros de comprimento e 50 centímetros de altura e 20 centímetros de espessura, podendo distanciar-se também, 10 centímetros da parede.

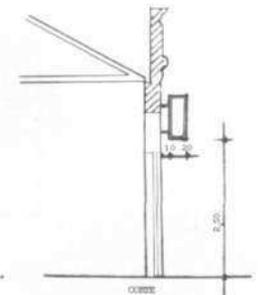
PLACA PERPENDICULAR A FACHADA



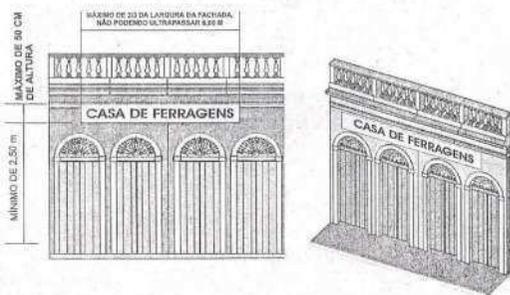
TIPOS DE TOLDOS PERMITIDOS



AVANÇO LATERAL DA PUBLICIDADE



LETREIRO SOBRE A FACHADA

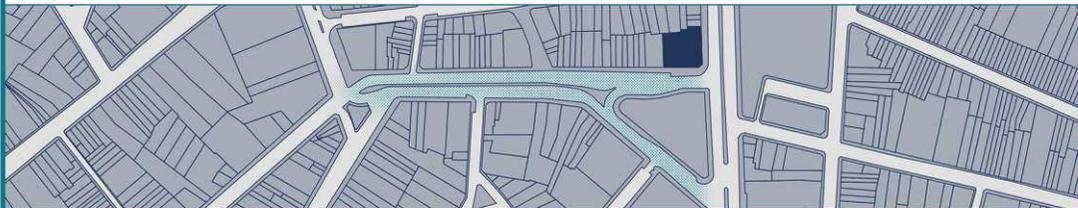


Rua Marquês do Herval

FICHA DE IDENTIFICAÇÃO E CARACTERIZAÇÃO DE BENS

Ficha: 01	Rua: Marquês do Herval	Nº da Edificação: 38	Estilo Arquitetônico Original: Contemporâneo
-----------	------------------------	----------------------	--

Localização do Imóvel na Via:



Fachada:	Legislação Incidente:	Uso da Edificação:
----------	-----------------------	--------------------



Lei Municipal Nº 3.721/1999 Decreto 25.139/2004 Lei Complementar Nº 003/2006 Decreto 33.816/2013	<input type="checkbox"/> Residencial <input checked="" type="checkbox"/> Comercial <input type="checkbox"/> Institucional <input type="checkbox"/> Serviços <input type="checkbox"/> Misto <input type="checkbox"/> Vazio
Descrição dos Usos: 1. Shopping Edson Diniz	Estado da Conservação: <input checked="" type="checkbox"/> Bom <input type="checkbox"/> Regular <input type="checkbox"/> Ruim <input type="checkbox"/> Ruína
Grau de Modificação: <input checked="" type="checkbox"/> Íntegro <input type="checkbox"/> Pouco Alterado <input type="checkbox"/> Muito Alterado <input type="checkbox"/> Descaracterizado <input type="checkbox"/> Não se Aplica	Identificação da Publicidade: <input checked="" type="checkbox"/> Marquise <input checked="" type="checkbox"/> Toldo <input checked="" type="checkbox"/> Anúncio <input checked="" type="checkbox"/> Letreiro <input type="checkbox"/> Totem <input type="checkbox"/> Outros
Análise de posturas quanto à publicidade: "S" para SIM e "N" para NÃO (N) Dimensão correta de letreiros, anúncios, toldos, marquises e demais elementos parametrizados. (S) Posicionamento de elementos, sem interferir na leitura da linguagem da edificação. (S) Letreiro paralelo ou perpendicular à edificação, não apresentando o uso simultâneo dos dois tipos. (N) Regularidade de toldos e marquises.	

Detalhes:

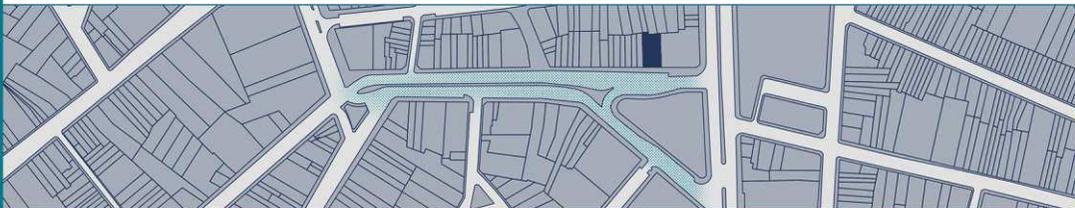


Caracterização dos elementos publicitários: Quanto a materialidade: letreiros em ACM e acrílico, anúncios adesivos sob as esquadrias, marquise fixa com toldo em lona embutido. Quanto a originalidade: elementos não originais da edificação.
Observações: A edificação, apesar de contemporânea possui publicidade não original, visto que os letreiros e anúncios originais foram trocados diversas vezes em reformas e de acordo com a inserção de novos comércios no Shopping.

FICHA DE IDENTIFICAÇÃO E CARACTERIZAÇÃO DE BENS

Ficha: 02	Rua: Marquês do Herval	Nº da Edificação: 50	Estilo Arquitetônico Original: Art Déco
-----------	------------------------	----------------------	---

Localização do Imóvel na Via:



Fachada:	Legislação Incidente:	Uso da Edificação:
----------	-----------------------	--------------------



Lei Municipal Nº 3.721/1999 Decreto 25.139/2004 Lei Complementar Nº 003/2006 Decreto 33.816/2013	<input type="checkbox"/> Residencial <input type="checkbox"/> Comercial <input type="checkbox"/> Institucional <input type="checkbox"/> Serviços <input checked="" type="checkbox"/> Misto <input type="checkbox"/> Vazio
Descrição dos Usos: 1. Casa do Colegial (Comércio) 2. Eydental Centro Odontológico (Serviço)	Estado da Conservação: <input checked="" type="checkbox"/> Bom <input type="checkbox"/> Regular <input type="checkbox"/> Ruim <input type="checkbox"/> Ruína
Grau de Modificação: <input type="checkbox"/> Íntegro <input checked="" type="checkbox"/> Pouco Alterado <input type="checkbox"/> Muito Alterado <input type="checkbox"/> Descaracterizado <input type="checkbox"/> Não se Aplica	Identificação da Publicidade: <input checked="" type="checkbox"/> Marquise <input checked="" type="checkbox"/> Toldo <input checked="" type="checkbox"/> Anúncio <input checked="" type="checkbox"/> Letreiro <input type="checkbox"/> Totem <input checked="" type="checkbox"/> Outros
Análise de posturas quanto à publicidade: "S" para SIM e "N" para NÃO (N) Dimensão correta de letreiros, anúncios, toldos, marquises e demais elementos parametrizados. (N) Posicionamento de elementos, sem interferir na leitura da linguagem da edificação. (N) Letreiro paralelo ou perpendicular à edificação, não apresentando o uso simultâneo dos dois tipos. (N) Regularidade de toldos e marquises.	

Detalhes:

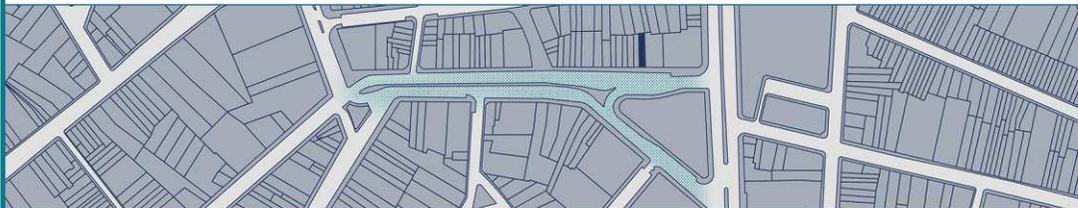


Caracterização dos elementos publicitários: Quanto a materialidade: letreiros, anúncios e marquises em ACM, toldo retrátil em lona embutido na marquise, wind flag banner para propaganda. Quanto a originalidade: elementos não originais da edificação.
Observações: A edificação apresenta letreiros, anúncios, marquise e toldo fora do dimensionamento proposto pela normativa, ocultando parte da edificação. Além disso, utiliza de placas perpendiculares e paralelas ao mesmo tempo, entre outras infrações.

FICHA DE IDENTIFICAÇÃO E CARACTERIZAÇÃO DE BENS

Ficha: 03 Rua: Marquês do Herval Nº da Edificação: 62 Estilo Arquitetônico Original: Art Déco

Localização do Imóvel na Via:



Fachada: Legislação Incidente: Uso da Edificação:

Lei Municipal Nº 3.721/1999
Decreto 25.139/2004
Lei Complementar Nº 003/2006
Decreto 33.816/2013

() Residencial
(x) Comercial
() Institucional
() Serviços
() Misto
() Vazio

Descrição dos Usos: Estado da Conservação:

1. Bombom Love (x) Bom
() Regular
() Ruim
() Ruína

Grau de Modificação: Identificação da Publicidade:

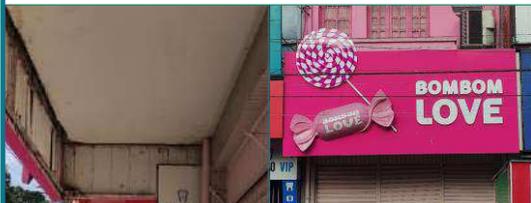
() Íntegro
(x) Pouco Alterado
() Muito Alterado
() Descaracterizado
() Não se Aplica

(x) Marquise
(x) Toldo
() Anúncio
(x) Letreiro
() Totem
() Outros

Análise de posturas quanto à publicidade: "S" para SIM e "N" para NÃO

- (N) Dimensão correta de letreiros, anúncios, toldos, marquises e demais elementos parametrizados.
- (N) Posicionamento de elementos, sem interferir na leitura da linguagem da edificação.
- (S) Letreiro paralelo ou perpendicular à edificação, não apresentando o uso simultâneo dos dois tipos.
- (N) Regularidade de toldos e marquises.

Detalhes:



Caracterização dos elementos publicitários:

Quanto a materialidade: marquise com letreiro fixa em ACM.
Quanto a originalidade: a marquise em ACM (não original) contorna a marquise de concreto (original da edificação).

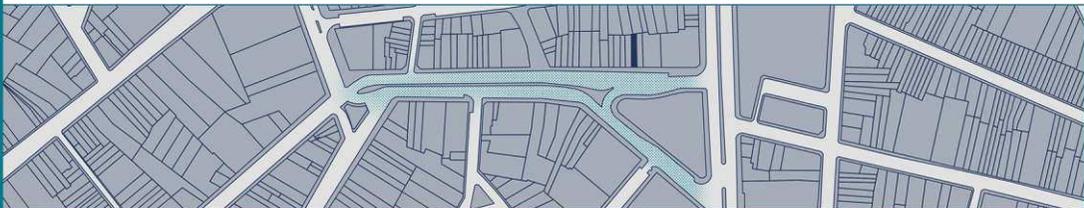
Observações:

Apesar da marquise cobrir parcialmente a fachada da edificação por possuir dimensionamento incorreto quanto a norma, ainda é possível visualizar a edificação original pouco modificada.

FICHA DE IDENTIFICAÇÃO E CARACTERIZAÇÃO DE BENS

Ficha: 04 Rua: Marquês do Herval Nº da Edificação: 68 Estilo Arquitetônico Original: Art Déco

Localização do Imóvel na Via:



Fachada: Legislação Incidente: Uso da Edificação:

Lei Municipal Nº 3.721/1999
Decreto 25.139/2004
Lei Complementar Nº 003/2006
Decreto 33.816/2013

() Residencial
() Comercial
() Institucional
() Serviços
(x) Misto
() Vazio

Descrição dos Usos: Estado da Conservação:

1. JB Imports (Comércio) () Bom
2. Amore Sleepwear (Comércio) (x) Regular
3. Odonto VIP (Serviço) () Ruim
() Ruína

Grau de Modificação: Identificação da Publicidade:

() Íntegro
(x) Pouco Alterado
() Muito Alterado
() Descaracterizado
() Não se Aplica

(x) Marquise
(x) Toldo
(x) Anúncio
(x) Letreiro
() Totem
(x) Outros

Análise de posturas quanto à publicidade: "S" para SIM e "N" para NÃO

- (N) Dimensão correta de letreiros, anúncios, toldos, marquises e demais elementos parametrizados.
- (N) Posicionamento de elementos, sem interferir na leitura da linguagem da edificação.
- (N) Letreiro paralelo ou perpendicular à edificação, não apresentando o uso simultâneo dos dois tipos.
- (N) Regularidade de toldos e marquises.

Detalhes:



Caracterização dos elementos publicitários:

Quanto a materialidade: letreiros e anúncios em ACM e materiais plásticos. Marquise com toldo em lona embutido. Anúncio "CONCERTO" em LED.
Quanto a originalidade: elementos não originais da edificação.

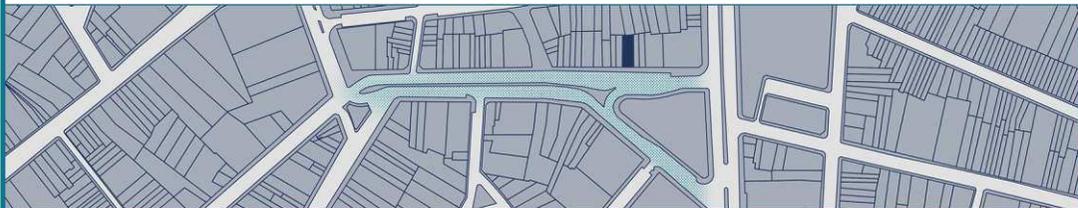
Observações:

Uma mesma edificação veicula publicidade de distintos comércios, além de abrigar cartazes do comércio informal que ocupa as calçadas em horário comercial e anúncios giratórios em LED colocados pendurados sob a marquise em horário comercial.

FICHA DE IDENTIFICAÇÃO E CARACTERIZAÇÃO DE BENS

Ficha: 05 Rua: Marquês do Herval Nº da Edificação: 72 Estilo Arquitetônico Original: Art Déco

Localização do Imóvel na Via:



Fachada: Legislação Incidente: Uso da Edificação:



Lei Municipal Nº 3.721/1999
Decreto 25.139/2004
Lei Complementar Nº 003/2006
Decreto 33.816/2013

() Residencial
(x) Comercial
() Institucional
() Serviços
() Misto
() Vazio

Descrição dos Usos: Estado da Conservação:

1. Danilo Bijuterias e Brinquedos (x) Bom
() Regular
() Ruim
() Ruína

Grau de Modificação: Identificação da Publicidade:

() Íntegro
() Pouco Alterado
(x) Muito Alterado
() Descaracterizado
() Não se Aplica

(x) Marquise
(x) Toldo
() Anúncio
(x) Letreiro
() Totem
() Outros

Análise de posturas quanto à publicidade: "S" para SIM e "N" para NÃO

(N) Dimensão correta de letreiros, anúncios, toldos, marquises e demais elementos parametrizados.
(N) Posicionamento de elementos, sem interferir na leitura da linguagem da edificação.
(N) Letreiro paralelo ou perpendicular à edificação, não apresentando o uso simultâneo dos dois tipos.
(N) Regularidade de toldos e marquises.

Detalhes:



Caracterização dos elementos publicitários:

Quanto a materialidade: Marquise, letreiros e anúncios em materiais plásticos; toldos retráteis em lona embutidos na marquise.
Quanto a originalidade: Elementos não originais da edificação.

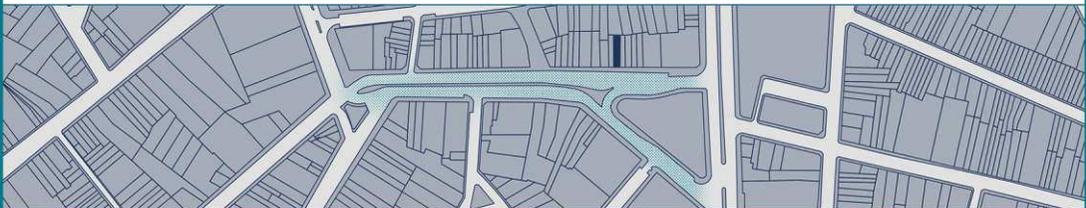
Observações:

A edificação ocupa dois lotes. A publicidade é irregular, ultrapassando o dimensionamento proposto na normativa, cobrindo parte da fachada. São utilizados letreiros tanto paralelos, quanto perpendiculares as fachadas. Os toldos criam um corredor no passeio em frente a edificação.

FICHA DE IDENTIFICAÇÃO E CARACTERIZAÇÃO DE BENS

Ficha: 06 Rua: Marquês do Herval Nº da Edificação: Estilo Arquitetônico Original: Não Identificado

Localização do Imóvel na Via:



Fachada: Legislação Incidente: Uso da Edificação:



Lei Municipal Nº 3.721/1999
Decreto 25.139/2004
Lei Complementar Nº 003/2006
Decreto 33.816/2013

() Residencial
(x) Comercial
() Institucional
() Serviços
() Misto
() Vazio

Descrição dos Usos: Estado da Conservação:

1. Loja de Variedades () Bom
() Regular
(x) Ruim
() Ruína

Grau de Modificação: Identificação da Publicidade:

() Íntegro
() Pouco Alterado
() Muito Alterado
() Descaracterizado
(x) Não se Aplica

(x) Marquise
(x) Toldo
() Anúncio
() Letreiro
() Totem
() Outros

Análise de posturas quanto à publicidade: "S" para SIM e "N" para NÃO

(N) Dimensão correta de letreiros, anúncios, toldos, marquises e demais elementos parametrizados.
(N) Posicionamento de elementos, sem interferir na leitura da linguagem da edificação.
(S) Letreiro paralelo ou perpendicular à edificação, não apresentando o uso simultâneo dos dois tipos.
(N) Regularidade de toldos e marquises.

Detalhes:



Caracterização dos elementos publicitários:

Quanto a materialidade: marquise em alumínio e ACM, toldo embutido em lona.
Quanto a originalidade: elementos não originais da edificação.

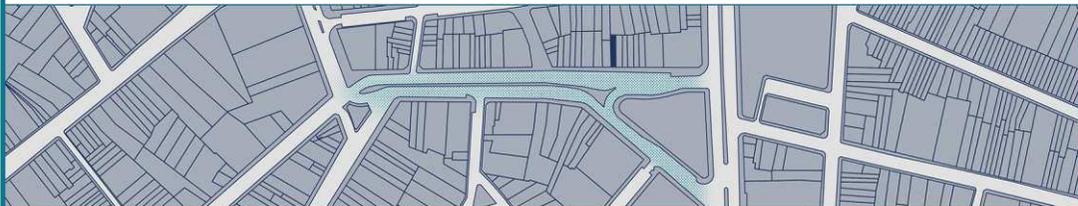
Observações:

A marquise teve o anúncio veiculado retirado porém, oculta parte da fachada, não sendo possível identificar o grau de modificação do bem.

FICHA DE IDENTIFICAÇÃO E CARACTERIZAÇÃO DE BENS

Ficha: 07	Rua: Marquês do Herval	Nº da Edificação: 86	Estilo Arquitetônico Original: Não Identificado
-----------	------------------------	----------------------	---

Localização do Imóvel na Via:

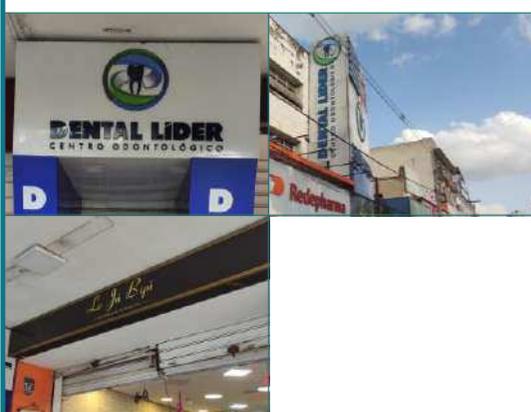


Fachada:	Legislação Incidente:	Uso da Edificação:
----------	-----------------------	--------------------



Lei Municipal Nº 3.721/1999 Decreto 25.139/2004 Lei Complementar Nº 003/2006 Decreto 33.816/2013	<input type="checkbox"/> Residencial <input type="checkbox"/> Comercial <input type="checkbox"/> Institucional <input type="checkbox"/> Serviços <input checked="" type="checkbox"/> Misto <input type="checkbox"/> Vazio
Descrição dos Usos: 1. Le Ju Bijú (Comercial) 2. Dental Líder (Serviço)	Estado da Conservação: <input checked="" type="checkbox"/> Bom <input type="checkbox"/> Regular <input type="checkbox"/> Ruim <input type="checkbox"/> Ruína
Grau de Modificação: <input type="checkbox"/> Íntegro <input type="checkbox"/> Pouco Alterado <input type="checkbox"/> Muito Alterado <input type="checkbox"/> Descaracterizado <input checked="" type="checkbox"/> Não se Aplica	Identificação da Publicidade: <input checked="" type="checkbox"/> Marquise <input checked="" type="checkbox"/> Toldo <input checked="" type="checkbox"/> Anúncio <input checked="" type="checkbox"/> Letreiro <input type="checkbox"/> Totem <input type="checkbox"/> Outros
Análise de posturas quanto à publicidade: "S" para SIM e "N" para NÃO (N) Dimensão correta de letreiros, anúncios, toldos, marquises e demais elementos parametrizados. (N) Posicionamento de elementos, sem interferir na leitura da linguagem da edificação. (N) Letreiro paralelo ou perpendicular à edificação, não apresentando o uso simultâneo dos dois tipos. (N) Regularidade de toldos e marquises.	

Detalhes:

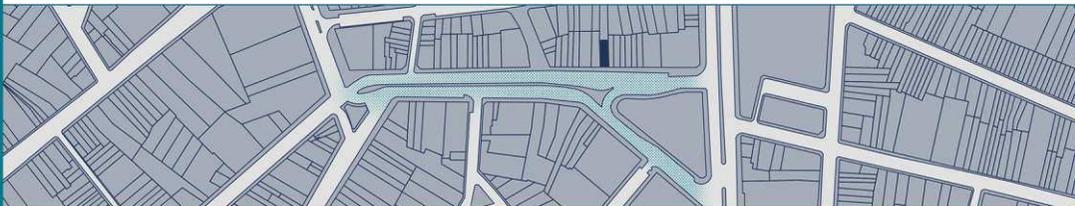


Caracterização dos elementos publicitários: Quanto a materialidade: marquise, anúncios e letreiros em materiais plásticos e ACM; toldo em lona retrátil embutido na marquise. Quanto a originalidade: elementos não originais da edificação.
Observações: A publicidade presente na edificação cobre quase totalmente a fachada da edificação impossibilitando a precisão na identificação do grau de modificação e estado da conservação.

FICHA DE IDENTIFICAÇÃO E CARACTERIZAÇÃO DE BENS

Ficha: 08	Rua: Marquês do Herval	Nº da Edificação: 92	Estilo Arquitetônico Original: Contemporâneo
-----------	------------------------	----------------------	--

Localização do Imóvel na Via:

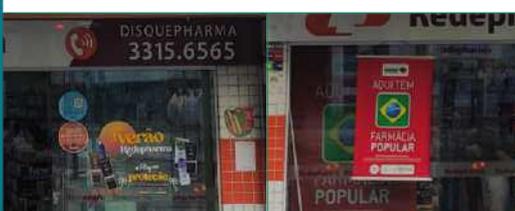


Fachada:	Legislação Incidente:	Uso da Edificação:
----------	-----------------------	--------------------



Lei Municipal Nº 3.721/1999 Decreto 25.139/2004 Lei Complementar Nº 003/2006 Decreto 33.816/2013	<input type="checkbox"/> Residencial <input checked="" type="checkbox"/> Comercial <input type="checkbox"/> Institucional <input type="checkbox"/> Serviços <input type="checkbox"/> Misto <input type="checkbox"/> Vazio
Descrição dos Usos: 1. Redepharma	Estado da Conservação: <input type="checkbox"/> Bom <input checked="" type="checkbox"/> Regular <input type="checkbox"/> Ruim <input type="checkbox"/> Ruína
Grau de Modificação: <input checked="" type="checkbox"/> Íntegro <input type="checkbox"/> Pouco Alterado <input type="checkbox"/> Muito Alterado <input type="checkbox"/> Descaracterizado <input type="checkbox"/> Não se Aplica	Identificação da Publicidade: <input checked="" type="checkbox"/> Marquise <input checked="" type="checkbox"/> Toldo <input checked="" type="checkbox"/> Anúncio <input checked="" type="checkbox"/> Letreiro <input type="checkbox"/> Totem <input type="checkbox"/> Outros
Análise de posturas quanto à publicidade: "S" para SIM e "N" para NÃO (N) Dimensão correta de letreiros, anúncios, toldos, marquises e demais elementos parametrizados. (S) Posicionamento de elementos, sem interferir na leitura da linguagem da edificação. (S) Letreiro paralelo ou perpendicular à edificação, não apresentando o uso simultâneo dos dois tipos. (N) Regularidade de toldos e marquises.	

Detalhes:

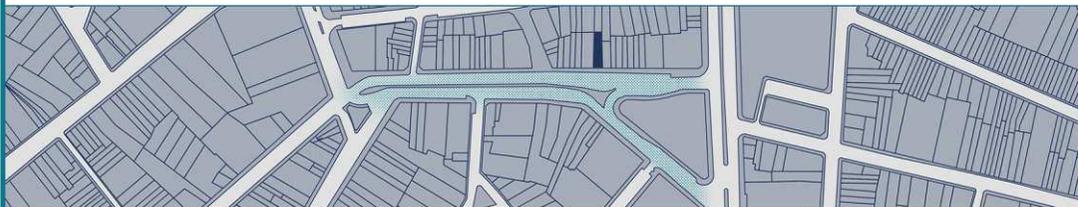


Caracterização dos elementos publicitários: Quanto a materialidade: marquise em ACM com toldo embutido retrátil em lona, letreiro em ACM, banner em lona, anúncios adesivos. Quanto a originalidade: elementos não originais da edificação.
Observações: Apesar de contemporânea a edificação por estar inserida na área do Centro Histórico deve seguir o dimensionamento da publicidade, não interferindo na leitura das demais edificações.

FICHA DE IDENTIFICAÇÃO E CARACTERIZAÇÃO DE BENS

Ficha: 09	Rua: Marquês do Herval	Nº da Edificação: 98	Estilo Arquitetônico Original: Não Identificado
-----------	------------------------	----------------------	---

Localização do Imóvel na Via:



Fachada:	Legislação Incidente:	Uso da Edificação:
	Lei Municipal Nº 3.721/1999 Decreto 25.139/2004 Lei Complementar Nº 003/2006 Decreto 33.816/2013	<input type="checkbox"/> Residencial <input checked="" type="checkbox"/> Comercial <input type="checkbox"/> Institucional <input type="checkbox"/> Serviços <input type="checkbox"/> Misto <input type="checkbox"/> Vazio
Descrição dos Usos:	Estado da Conservação:	
1. Varejão Torres	<input checked="" type="checkbox"/> Bom <input type="checkbox"/> Regular <input type="checkbox"/> Ruim <input type="checkbox"/> Ruína	
Grau de Modificação:	Identificação da Publicidade:	
<input type="checkbox"/> Íntegro <input type="checkbox"/> Pouco Alterado <input type="checkbox"/> Muito Alterado <input type="checkbox"/> Descaracterizado <input checked="" type="checkbox"/> Não se Aplica	<input checked="" type="checkbox"/> Marquise <input type="checkbox"/> Toldo <input checked="" type="checkbox"/> Anúncio <input checked="" type="checkbox"/> Letreiro <input type="checkbox"/> Totem <input type="checkbox"/> Outros	
Análise de posturas quanto à publicidade: "S" para SIM e "N" para NÃO		
(N) Dimensão correta de letreiros, anúncios, toldos, marquises e demais elementos parametrizados. (N) Posicionamento de elementos, sem interferir na leitura da linguagem da edificação. (S) Letreiro paralelo ou perpendicular à edificação, não apresentando o uso simultâneo dos dois tipos. (N) Regularidade de toldos e marquises.		

Detalhes:



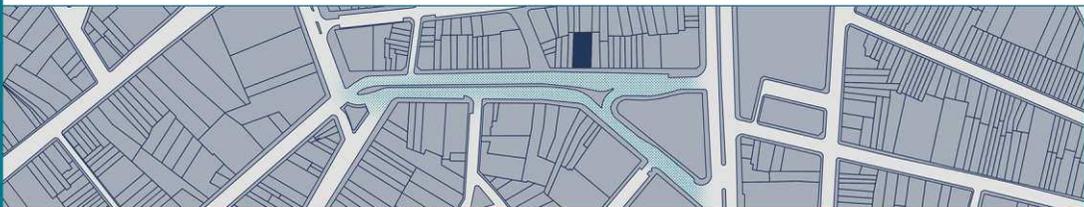
Caracterização dos elementos publicitários:
Quanto a materialidade: marquise em ACM, letreiro incorporado. Quanto a originalidade: não original da edificação.

Observações:
A edificação tem sua fachada original completamente coberta pela publicidade. Dessa forma, foi possível identificar seu estilo original por meio da ferramenta Street View.

FICHA DE IDENTIFICAÇÃO E CARACTERIZAÇÃO DE BENS

Ficha: 10	Rua: Marquês do Herval	Nº da Edificação: 108	Estilo Arquitetônico Original: Não Identificado
-----------	------------------------	-----------------------	---

Localização do Imóvel na Via:



Fachada:	Legislação Incidente:	Uso da Edificação:
	Lei Municipal Nº 3.721/1999 Decreto 25.139/2004 Lei Complementar Nº 003/2006 Decreto 33.816/2013	<input type="checkbox"/> Residencial <input checked="" type="checkbox"/> Comercial <input type="checkbox"/> Institucional <input type="checkbox"/> Serviços <input type="checkbox"/> Misto <input type="checkbox"/> Vazio
Descrição dos Usos:	Estado da Conservação:	
1. Farmácia Pague Menos	<input type="checkbox"/> Bom <input checked="" type="checkbox"/> Regular <input type="checkbox"/> Ruim <input type="checkbox"/> Ruína	
Grau de Modificação:	Identificação da Publicidade:	
<input type="checkbox"/> Íntegro <input type="checkbox"/> Pouco Alterado <input type="checkbox"/> Muito Alterado <input type="checkbox"/> Descaracterizado <input checked="" type="checkbox"/> Não se Aplica	<input checked="" type="checkbox"/> Marquise <input type="checkbox"/> Toldo <input type="checkbox"/> Anúncio <input checked="" type="checkbox"/> Letreiro <input type="checkbox"/> Totem <input checked="" type="checkbox"/> Outros	
Análise de posturas quanto à publicidade: "S" para SIM e "N" para NÃO		
(N) Dimensão correta de letreiros, anúncios, toldos, marquises e demais elementos parametrizados. (N) Posicionamento de elementos, sem interferir na leitura da linguagem da edificação. (S) Letreiro paralelo ou perpendicular à edificação, não apresentando o uso simultâneo dos dois tipos. (N) Regularidade de toldos e marquises.		

Detalhes:



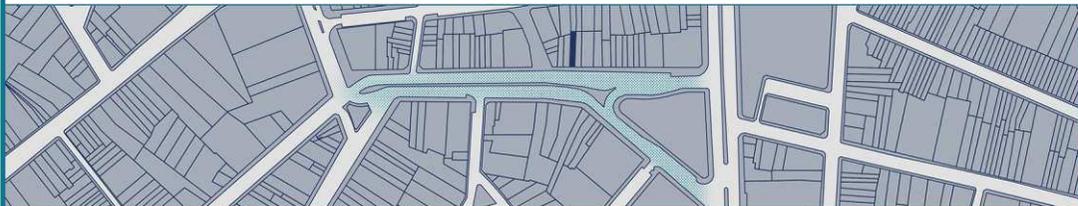
Caracterização dos elementos publicitários:
Quanto a materialidade: marquise em ACM e demais materiais plásticos; letreiro incorporado; banners sob a fachada. Quanto a originalidade: não original da edificação.

Observações:
Pouco da edificação original está à mostra, tornando incompreensível o estilo arquitetônico da edificação.

FICHA DE IDENTIFICAÇÃO E CARACTERIZAÇÃO DE BENS

Ficha: 11	Rua: Marquês do Herval	Nº da Edificação: 120	Estilo Arquitetônico Original: Não Identificado
-----------	------------------------	-----------------------	---

Localização do Imóvel na Via:



Fachada:	Legislação Incidente:	Uso da Edificação:
----------	-----------------------	--------------------



Lei Municipal Nº 3.721/1999 Decreto 25.139/2004 Lei Complementar Nº 003/2006 Decreto 33.816/2013	<input type="checkbox"/> Residencial <input checked="" type="checkbox"/> Comercial <input type="checkbox"/> Institucional <input type="checkbox"/> Serviços <input type="checkbox"/> Misto <input type="checkbox"/> Vazio
Descrição dos Usos: 1. Óticas Diniz	Estado da Conservação: <input checked="" type="checkbox"/> Bom <input type="checkbox"/> Regular <input type="checkbox"/> Ruim <input type="checkbox"/> Ruína
Grau de Modificação: <input type="checkbox"/> Íntegro <input type="checkbox"/> Pouco Alterado <input type="checkbox"/> Muito Alterado <input type="checkbox"/> Descaracterizado <input checked="" type="checkbox"/> Não se Aplica	Identificação da Publicidade: <input checked="" type="checkbox"/> Marquise <input type="checkbox"/> Toldo <input type="checkbox"/> Anúncio <input checked="" type="checkbox"/> Letreiro <input type="checkbox"/> Totem <input type="checkbox"/> Outros

Análise de posturas quanto à publicidade: "S" para SIM e "N" para NÃO

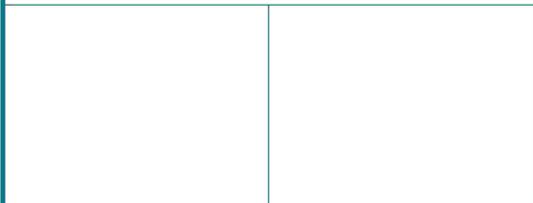
(N) Dimensão correta de letreiros, anúncios, toldos, marquises e demais elementos parametrizados.

(N) Posicionamento de elementos, sem interferir na leitura da linguagem da edificação.

(S) Letreiro paralelo ou perpendicular à edificação, não apresentando o uso simultâneo dos dois tipos.

(N) Regularidade de toldos e marquises.

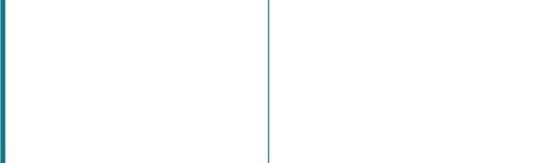
Detalhes:	Caracterização dos elementos publicitários:
-----------	---



Quanto a materialidade: marquise em ACM, com letreiro

Quanto a originalidade: não original da edificação.

Observações:



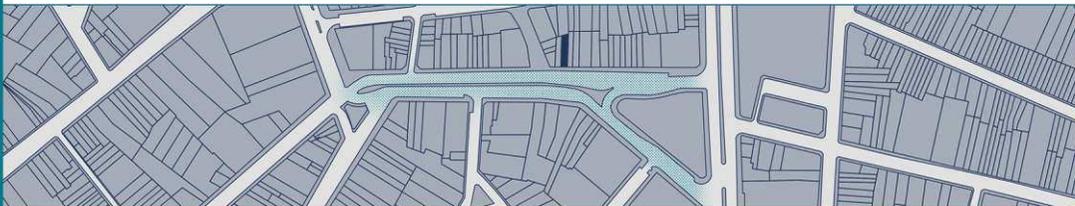
A foto foi retirada em um domingo, no qual carros de lanche põem bancos sob as calçadas como ferramenta de apoio.

A edificação tem sua fachada original completamente coberta pela publicidade. Não foi possível identificar seu estilo original.

FICHA DE IDENTIFICAÇÃO E CARACTERIZAÇÃO DE BENS

Ficha: 12	Rua: Marquês do Herval	Nº da Edificação: 124	Estilo Arquitetônico Original: Art Déco
-----------	------------------------	-----------------------	---

Localização do Imóvel na Via:



Fachada:	Legislação Incidente:	Uso da Edificação:
----------	-----------------------	--------------------



Lei Municipal Nº 3.721/1999 Decreto 25.139/2004 Lei Complementar Nº 003/2006 Decreto 33.816/2013	<input type="checkbox"/> Residencial <input checked="" type="checkbox"/> Comercial <input type="checkbox"/> Institucional <input type="checkbox"/> Serviços <input type="checkbox"/> Misto <input type="checkbox"/> Vazio
Descrição dos Usos: 1. Dentista Meu Sorriso	Estado da Conservação: <input type="checkbox"/> Bom <input type="checkbox"/> Regular <input checked="" type="checkbox"/> Ruim <input type="checkbox"/> Ruína
Grau de Modificação: <input type="checkbox"/> Íntegro <input checked="" type="checkbox"/> Pouco Alterado <input type="checkbox"/> Muito Alterado <input type="checkbox"/> Descaracterizado <input type="checkbox"/> Não se Aplica	Identificação da Publicidade: <input checked="" type="checkbox"/> Marquise <input checked="" type="checkbox"/> Toldo <input checked="" type="checkbox"/> Anúncio <input checked="" type="checkbox"/> Letreiro <input type="checkbox"/> Totem <input type="checkbox"/> Outros

Análise de posturas quanto à publicidade: "S" para SIM e "N" para NÃO

(N) Dimensão correta de letreiros, anúncios, toldos, marquises e demais elementos parametrizados.

(N) Posicionamento de elementos, sem interferir na leitura da linguagem da edificação.

(S) Letreiro paralelo ou perpendicular à edificação, não apresentando o uso simultâneo dos dois tipos.

(N) Regularidade de toldos e marquises.

Detalhes:	Caracterização dos elementos publicitários:
-----------	---



Quanto a materialidade: marquise, letreiros e anúncios em ACM; toldo em lona embutido na marquise.

Quanto a originalidade: não original da edificação.

Observações:

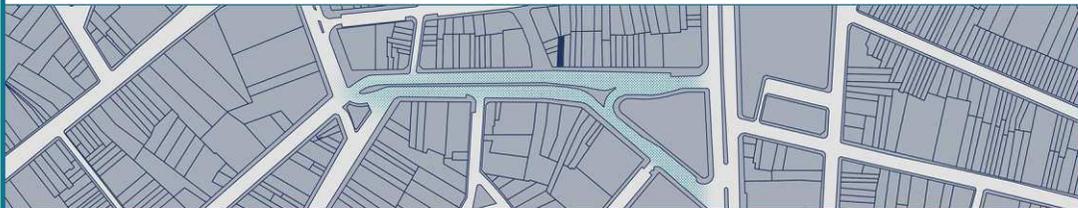


As placas ocultam grande parte da fachada, sendo possível notar apenas partes da edificação que definem seu estilo arquitetônico.

FICHA DE IDENTIFICAÇÃO E CARACTERIZAÇÃO DE BENS

Ficha: 13 Rua: Marquês do Herval Nº da Edificação: 128 Estilo Arquitetônico Original: Não Identificado

Localização do Imóvel na Via:



Fachada: Legislação Incidente: Uso da Edificação:



Lei Municipal Nº 3.721/1999
Decreto 25.139/2004
Lei Complementar Nº 003/2006
Decreto 33.816/2013

Residencial
 Comercial
 Institucional
 Serviços
 Misto
 Vazio

Descrição dos Usos: Estado da Conservação:

1. Casa Lotérica Bom
 Regular
 Ruim
 Ruína

Grau de Modificação: Identificação da Publicidade:

Íntegro
 Pouco Alterado
 Muito Alterado
 Descaracterizado
 Não se Aplica

Marquise
 Toldo
 Anúncio
 Letreiro
 Totem
 Outros

Análise de posturas quanto à publicidade: "S" para SIM e "N" para NÃO

(N) Dimensão correta de letreiros, anúncios, toldos, marquises e demais elementos parametrizados.
(N) Posicionamento de elementos, sem interferir na leitura da linguagem da edificação.
(S) Letreiro paralelo ou perpendicular à edificação, não apresentando o uso simultâneo dos dois tipos.
(N) Regularidade de toldos e marquises.

Detalhes: Caracterização dos elementos publicitários:



Quanto a materialidade: marquise em lona e estrutura metálica, toldo retrátil em lona.
Quanto a originalidade: não foi possível identificar.



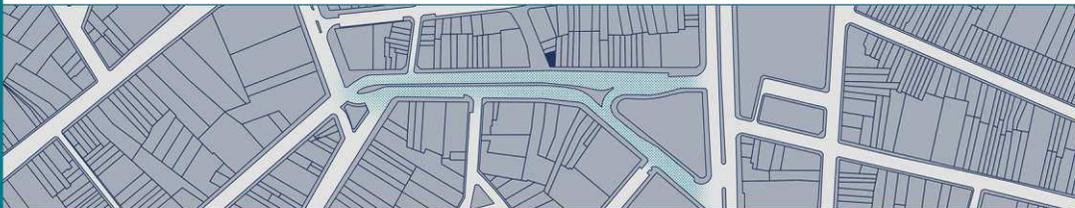
Observações:

Pela presença da marquise a frente da fachada não é possível identificar o estilo original da edificação, porém é possível notar que os elementos construtivos estão em más condições. À frente da construção existe ainda um fiteiro.

FICHA DE IDENTIFICAÇÃO E CARACTERIZAÇÃO DE BENS

Ficha: 14 Rua: Marquês do Herval/Cardoso Vieira Nº da Edificação: 132 Estilo Arquitetônico Original: Art Déco

Localização do Imóvel na Via:



Fachada: Legislação Incidente: Uso da Edificação:



Lei Municipal Nº 3.721/1999
Decreto 25.139/2004
Lei Complementar Nº 003/2006
Decreto 33.816/2013

Residencial
 Comercial
 Institucional
 Serviços
 Misto
 Vazio

Descrição dos Usos: Estado da Conservação:

1. Dentista Meu Sorriso Bom
 Regular
 Ruim
 Ruína

Grau de Modificação: Identificação da Publicidade:

Íntegro
 Pouco Alterado
 Muito Alterado
 Descaracterizado
 Não se Aplica

Marquise
 Toldo
 Anúncio
 Letreiro
 Totem
 Outros

Análise de posturas quanto à publicidade: "S" para SIM e "N" para NÃO

(N) Dimensão correta de letreiros, anúncios, toldos, marquises e demais elementos parametrizados.
(S) Posicionamento de elementos, sem interferir na leitura da linguagem da edificação.
(S) Letreiro paralelo ou perpendicular à edificação, não apresentando o uso simultâneo dos dois tipos.
(N) Regularidade de toldos e marquises.

Detalhes: Caracterização dos elementos publicitários:



Quanto a materialidade: marquise, letreiros e anúncios em ACM; toldo em lona embutido na marquise.
Quanto a originalidade: não original da edificação.



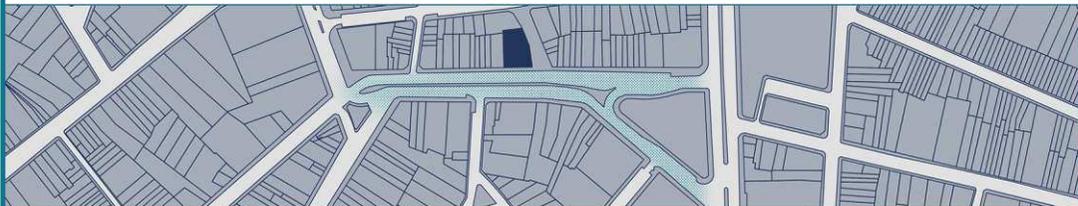
Observações:

Edificação de esquina com o Calçadão da Cardoso Vieira. O mesmo fiteiro que oculta a edificação anterior, também está a frente de parte dessa edificação.

FICHA DE IDENTIFICAÇÃO E CARACTERIZAÇÃO DE BENS

Ficha: 15 Rua: Marquês do Herval/Cardoso Vieira Nº da Edificação: 16 Estilo Arquitetônico Original: Modernista

Localização do Imóvel na Via:



Fachada:	Legislação Incidente:	Uso da Edificação:
	Lei Municipal Nº 3.721/1999 Decreto 25.139/2004 Lei Complementar Nº 003/2006 Decreto 33.816/2013	<input type="checkbox"/> Residencial <input type="checkbox"/> Comercial <input type="checkbox"/> Institucional <input type="checkbox"/> Serviços <input checked="" type="checkbox"/> Misto <input type="checkbox"/> Vazio
	Descrição dos Usos:	Estado da Conservação:
	1. Lojas Treze, Redebella, e Mundo das Capas (Comercial) 2. 6º Cartório, Loteria, Jhan Alves Barber Shop, Salão Sertanejo (Serviço) 3. Habitações e Empresarial	<input checked="" type="checkbox"/> Bom <input type="checkbox"/> Regular <input type="checkbox"/> Ruim <input type="checkbox"/> Ruína
	Grau de Modificação:	Identificação da Publicidade:
	<input type="checkbox"/> Íntegro <input checked="" type="checkbox"/> Pouco Alterado <input type="checkbox"/> Muito Alterado <input type="checkbox"/> Descaracterizado <input type="checkbox"/> Não se Aplica	<input checked="" type="checkbox"/> Marquise <input checked="" type="checkbox"/> Toldo <input checked="" type="checkbox"/> Anúncio <input checked="" type="checkbox"/> Letreiro <input type="checkbox"/> Totem <input checked="" type="checkbox"/> Outros
Análise de posturas quanto à publicidade: "S" para SIM e "N" para NÃO		
(N) Dimensão correta de letreiros, anúncios, toldos, marquises e demais elementos parametrizados. (S) Posicionamento de elementos, sem interferir na leitura da linguagem da edificação. (N) Letreiro paralelo ou perpendicular à edificação, não apresentando o uso simultâneo dos dois tipos. (N) Regularidade de toldos e marquises.		

Detalhes:



Caracterização dos elementos publicitários:

Quanto a materialidade: letreiro "Edifício Lucas" em concreto; letreiro "Redebella" em ACM com toldo embutido retrátil em lona; letreiros paralelo e perpendicular "6º cartório" em plástico e ACM; letreiros "Loja Treze e Mimos Importados" em lona e metalon; marquise "o rei das capas" em ACM; anúncio "salão sertanejo" lona e metalon; marquise "loteria do calçado" em alumínio e telha galvanizada; letreiro "loteria do calçado" em lona e metalon; placa "Jhan Alves" em acrílico e tubos de aço.

Quanto a originalidade: o letreiro "Edifício Lucas" é o único original da edificação.

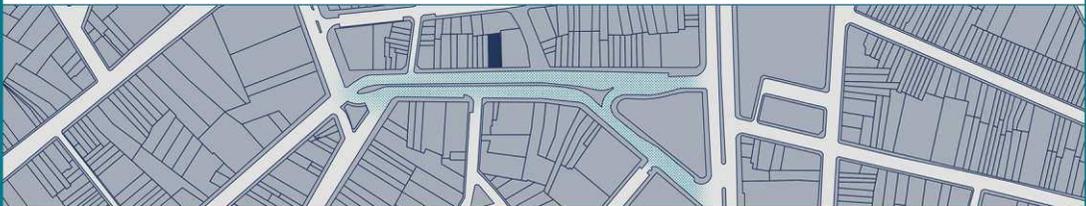
Observações:

O imóvel é de esquina com o Calçado da Cardoso Vieira, abrigando diversos comércios e serviços em seu térreo além de pequenos empreendimentos e escritórios nos seus pavimentos em meio a algumas habitações.

FICHA DE IDENTIFICAÇÃO E CARACTERIZAÇÃO DE BENS

Ficha: 16 Rua: Marquês do Herval Nº da Edificação: 36 Estilo Arquitetônico Original: Modernista

Localização do Imóvel na Via:



Fachada:	Legislação Incidente:	Uso da Edificação:
	Lei Municipal Nº 3.721/1999 Decreto 25.139/2004 Lei Complementar Nº 003/2006 Decreto 33.816/2013	<input type="checkbox"/> Residencial <input checked="" type="checkbox"/> Comercial <input type="checkbox"/> Institucional <input type="checkbox"/> Serviços <input type="checkbox"/> Misto <input type="checkbox"/> Vazio
	Descrição dos Usos:	Estado da Conservação:
	1. Redepharma	<input checked="" type="checkbox"/> Bom <input type="checkbox"/> Regular <input type="checkbox"/> Ruim <input type="checkbox"/> Ruína
	Grau de Modificação:	Identificação da Publicidade:
	<input type="checkbox"/> Íntegro <input checked="" type="checkbox"/> Pouco Alterado <input type="checkbox"/> Muito Alterado <input type="checkbox"/> Descaracterizado <input type="checkbox"/> Não se Aplica	<input checked="" type="checkbox"/> Marquise <input checked="" type="checkbox"/> Toldo <input checked="" type="checkbox"/> Anúncio <input checked="" type="checkbox"/> Letreiro <input type="checkbox"/> Totem <input type="checkbox"/> Outros
Análise de posturas quanto à publicidade: "S" para SIM e "N" para NÃO		
(N) Dimensão correta de letreiros, anúncios, toldos, marquises e demais elementos parametrizados. (S) Posicionamento de elementos, sem interferir na leitura da linguagem da edificação. (S) Letreiro paralelo ou perpendicular à edificação, não apresentando o uso simultâneo dos dois tipos. (N) Regularidade de toldos e marquises.		

Detalhes:



Caracterização dos elementos publicitários:

Quanto a materialidade: marquise em ACM; toldos em lona embutidos na marquise; letreiro em metalon e lona; anúncios adesivos.

Quanto a originalidade: não original da edificação.

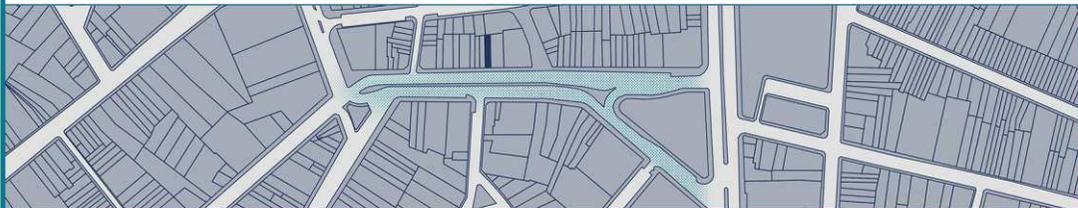
Observações:

Repetição do letreiro em marquise e abaixo da mesma.

FICHA DE IDENTIFICAÇÃO E CARACTERIZAÇÃO DE BENS

Ficha: 17 Rua: Marquês do Herval N° da Edificação: 46 Estilo Arquitetônico Original: Vernacular

Localização do Imóvel na Via:



Fachada: Legislação Incidente: Uso da Edificação:



Lei Municipal N° 3.721/1999
Decreto 25.139/2004
Lei Complementar N° 003/2006
Decreto 33.816/2013

Descrição dos Usos: Estado da Conservação:

1. Magazine Vitória () Bom () Regular (x) Ruim () Ruína

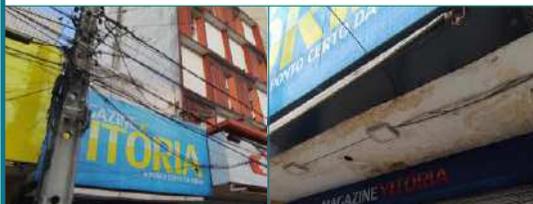
Grau de Modificação: Identificação da Publicidade:

() Integro (x) Pouco Alterado () Muito Alterado () Descaracterizado () Não se Aplica (x) Marquise (x) Toldo () Anúncio (x) Letreiro () Totem () Outros

Análise de posturas quanto à publicidade: "S" para SIM e "N" para NÃO

(N) Dimensão correta de letreiros, anúncios, toldos, marquises e demais elementos parametrizados.
(N) Posicionamento de elementos, sem interferir na leitura da linguagem da edificação.
(S) Letreiro paralelo ou perpendicular à edificação, não apresentando o uso simultâneo dos dois tipos.
(N) Regularidade de toldos e marquises.

Detalhes:



Caracterização dos elementos publicitários:

Quanto a materialidade: marquise em lona e metalon, com toldo retrátil embutido em lona; letreiro em lona.
Quanto a originalidade: elementos não originais da edificação.

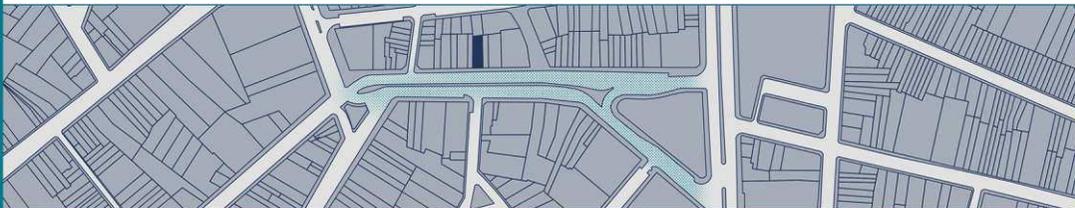
Observações:

A marquise publicitária está acima e a frente da marquise em concreto original da construção.

FICHA DE IDENTIFICAÇÃO E CARACTERIZAÇÃO DE BENS

Ficha: 18 Rua: Marquês do Herval N° da Edificação: 50 Estilo Arquitetônico Original: Art Déco

Localização do Imóvel na Via:



Fachada: Legislação Incidente: Uso da Edificação:



Lei Municipal N° 3.721/1999
Decreto 25.139/2004
Lei Complementar N° 003/2006
Decreto 33.816/2013

Descrição dos Usos: Estado da Conservação:

1. Aluisio Fashion () Bom () Regular (x) Ruim () Ruína
2. Lauri Foto
3. Ricardo Tattoo

Grau de Modificação: Identificação da Publicidade:

() Integro (x) Pouco Alterado () Muito Alterado () Descaracterizado () Não se Aplica (x) Marquise (x) Toldo (x) Anúncio (x) Letreiro () Totem () Outros

Análise de posturas quanto à publicidade: "S" para SIM e "N" para NÃO

(N) Dimensão correta de letreiros, anúncios, toldos, marquises e demais elementos parametrizados.
(N) Posicionamento de elementos, sem interferir na leitura da linguagem da edificação.
(N) Letreiro paralelo ou perpendicular à edificação, não apresentando o uso simultâneo dos dois tipos.
(N) Regularidade de toldos e marquises.

Detalhes:



Caracterização dos elementos publicitários:

Quanto a materialidade: marquise "Aluisio Fashion" em ACM com toldos em lona embutidos; anúncio paralelo "Ricardo Tattoo" em lona; placa perpendicular "Lauri Foto" em metal e lona; anúncio "Lauri Foto" em chapa metálica.
Quanto a originalidade: elementos não originais da edificação.

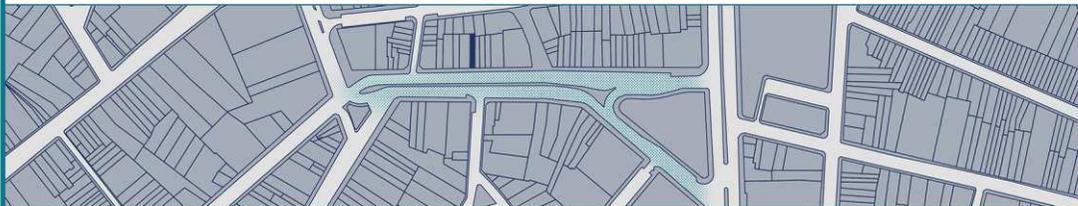
Observações:

A marquise publicitária contorna a marquise em concreto, original da edificação.

FICHA DE IDENTIFICAÇÃO E CARACTERIZAÇÃO DE BENS

Ficha: 19 Rua: Marquês do Herval Nº da Edificação: 58 Estilo Arquitetônico Original: Art Déco

Localização do Imóvel na Via:



Legislação Incidente:
 Lei Municipal Nº 3.721/1999
 Decreto 25.139/2004
 Lei Complementar Nº 003/2006
 Decreto 33.816/2013

Uso da Edificação:
 Residencial
 Comercial
 Institucional
 Serviços
 Misto
 Vazio

Descrição dos Usos:

Estado da Conservação:

1. Fechine 4º Cartório

Bom
 Regular
 Ruim
 Ruína

Grau de Modificação:

Identificação da Publicidade:

Íntegro
 Pouco Alterado
 Muito Alterado
 Descaracterizado
 Não se Aplica

Marquise
 Toldo
 Anúncio
 Letreiro
 Totem
 Outros

Análise de posturas quanto à publicidade: "S" para SIM e "N" para NÃO

(N) Dimensão correta de letreiros, anúncios, toldos, marquises e demais elementos parametrizados.
 (N) Posicionamento correto de elementos, sem interferir na leitura da linguagem da edificação.
 (N) Letreiro paralelo ou perpendicular à edificação, não apresentando o uso simultâneo dos dois tipos.
 (N) Regularidade de toldos e marquises.

Detalhes:



Caracterização dos elementos publicitários:

Quanto a materialidade: marquise em lona e metalon; placa perpendicular a fachada em lona e metal.
 Quanto a originalidade: elementos não originais da edificação.

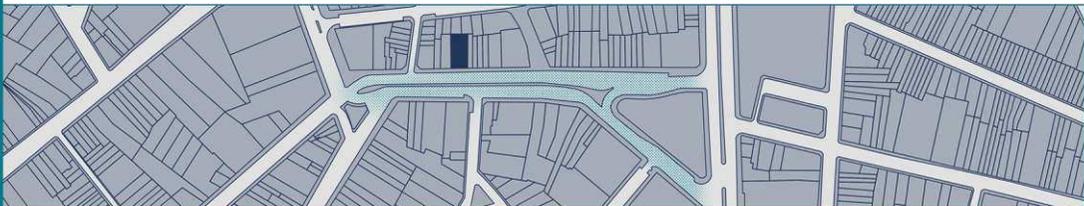
Observações:

A marquise publicitária está acima da marquise em concreto original da construção.

FICHA DE IDENTIFICAÇÃO E CARACTERIZAÇÃO DE BENS

Ficha: 20 Rua: Marquês do Herval Nº da Edificação: 66 Estilo Arquitetônico Original: Art Déco

Localização do Imóvel na Via:



Legislação Incidente:
 Lei Municipal Nº 3.721/1999
 Decreto 25.139/2004
 Lei Complementar Nº 003/2006
 Decreto 33.816/2013

Uso da Edificação:
 Residencial
 Comercial
 Institucional
 Serviços
 Misto
 Vazio

Descrição dos Usos:

Estado da Conservação:

1. Aluisio Fashion

Bom
 Regular
 Ruim
 Ruína

Grau de Modificação:

Identificação da Publicidade:

Íntegro
 Pouco Alterado
 Muito Alterado
 Descaracterizado
 Não se Aplica

Marquise
 Toldo
 Anúncio
 Letreiro
 Totem
 Outros

Análise de posturas quanto à publicidade: "S" para SIM e "N" para NÃO

(N) Dimensão correta de letreiros, anúncios, toldos, marquises e demais elementos parametrizados.
 (N) Posicionamento de elementos, sem interferir na leitura da linguagem da edificação.
 (N) Letreiro paralelo ou perpendicular à edificação, não apresentando o uso simultâneo dos dois tipos.
 (N) Regularidade de toldos e marquises.

Detalhes:



Caracterização dos elementos publicitários:

Quanto a materialidade: marquise em PVC, lona e metalon; toldos retrateis em lona; placa perpendicular em metal e lona.
 Quanto a originalidade: elementos não originais da edificação.

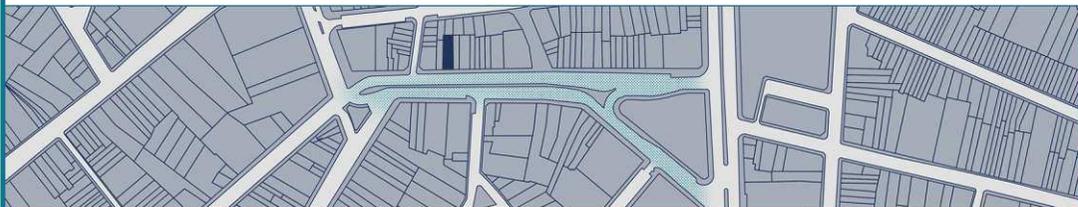
Observações:

A edificação ocupa dois lotes.

FICHA DE IDENTIFICAÇÃO E CARACTERIZAÇÃO DE BENS

Ficha: 21 Rua: Marquês do Herval N° da Edificação: 80 Estilo Arquitetônico Original: Não Identificado

Localização do Imóvel na Via:



Fachada: Legislação Incidente: Uso da Edificação:



Lei Municipal N° 3.721/1999
Decreto 25.139/2004
Lei Complementar N° 003/2006
Decreto 33.816/2013

() Residencial
(x) Comercial
() Institucional
() Serviços
() Misto
() Vazio

Descrição dos Usos: Estado da Conservação:

1. Farmácia Ultra Popular () Bom
(x) Regular
() Ruim
() Ruína

Grau de Modificação: Identificação da Publicidade:

() Íntegro (x) Marquise
() Pouco Alterado (x) Toldo
() Muito Alterado (x) Anúncio
() Descaracterizado (x) Letreiro
(x) Não se Aplica () Totem
(x) Outros

Análise de posturas quanto à publicidade: "S" para SIM e "N" para NÃO

(N) Dimensão correta de letreiros, anúncios, toldos, marquises e demais elementos parametrizados.
(N) Posicionamento de elementos, sem interferir na leitura da linguagem da edificação.
(S) Letreiro paralelo ou perpendicular à edificação, não apresentando o uso simultâneo dos dois tipos.
(N) Regularidade de toldos e marquises.

Detalhes:



Caracterização dos elementos publicitários:

Quanto a materialidade: marquise em ACM; toldo em lona em estrutura fixa; anúncios e banners em lona e matérias adesivos.
Quanto a originalidade: elementos não originais da edificação.

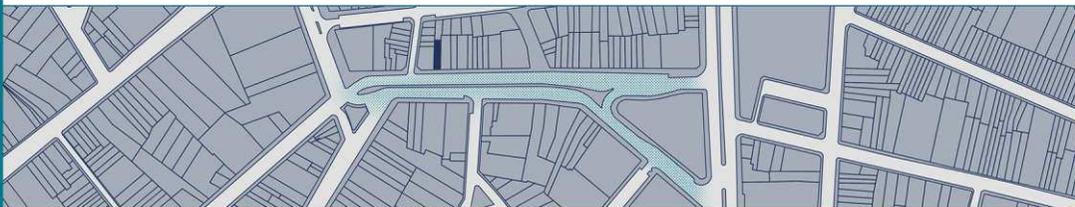
Observações:

A marquise publicitária está acima da marquise em concreto original da construção, cobrindo quase totalmente a fachada.

FICHA DE IDENTIFICAÇÃO E CARACTERIZAÇÃO DE BENS

Ficha: 22 Rua: Marquês do Herval N° da Edificação: 86 Estilo Arquitetônico Original: Vernacular

Localização do Imóvel na Via:



Fachada: Legislação Incidente: Uso da Edificação:



Lei Municipal N° 3.721/1999
Decreto 25.139/2004
Lei Complementar N° 003/2006
Decreto 33.816/2013

() Residencial
(x) Comercial
() Institucional
() Serviços
() Misto
() Vazio

Descrição dos Usos: Estado da Conservação:

1. Lanchonete e Pastelaria Iki () Bom
() Regular
(x) Ruim
() Ruína

Grau de Modificação: Identificação da Publicidade:

() Íntegro (x) Marquise
() Pouco Alterado (x) Toldo
(x) Muito Alterado () Anúncio
() Descaracterizado (x) Letreiro
() Não se Aplica () Totem
() Outros

Análise de posturas quanto à publicidade: "S" para SIM e "N" para NÃO

(N) Dimensão correta de letreiros, anúncios, toldos, marquises e demais elementos parametrizados.
(S) Posicionamento de elementos, sem interferir na leitura da linguagem da edificação.
(N) Letreiro paralelo ou perpendicular à edificação, não apresentando o uso simultâneo dos dois tipos.
(N) Regularidade de toldos e marquises.

Detalhes:



Caracterização dos elementos publicitários:

Quanto a materialidade: marquise em lona e metalon; toldos em lona e estrutura fixa metálica; anúncio paralelo em metal e lona; placa perpendicular em aço.
Quanto a originalidade: elementos não originais da edificação.

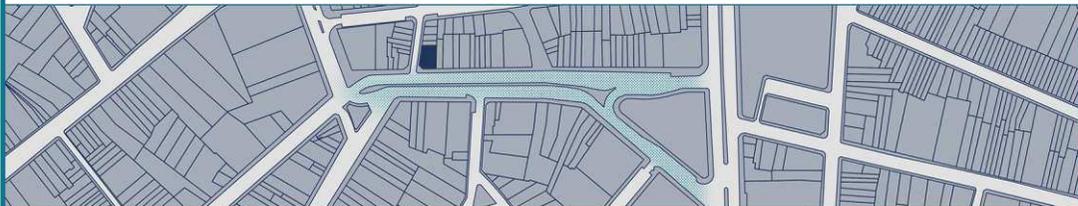
Observações:

Marquise publicitária acima da marquise construtiva original do prédio.

FICHA DE IDENTIFICAÇÃO E CARACTERIZAÇÃO DE BENS

Ficha: 23 Rua: Marquês do Herval/Monsenhor Sales N° da Edificação: 98 Estilo Arquitetônico Original: Art Déco

Localização do Imóvel na Via:



Fachada: Legislação Incidente: Uso da Edificação:



Lei Municipal Nº 3.721/1999
Decreto 25.139/2004
Lei Complementar Nº 003/2006
Decreto 33.816/2013

Descrição dos Usos: Estado da Conservação:

1. Redepharma

Grau de Modificação: Identificação da Publicidade:

() Integro
() Pouco Alterado
(x) Muito Alterado
() Descaracterizado
() Não se Aplica

() Residencial
(x) Comercial
() Institucional
() Serviços
() Misto
() Vazio

(x) Bom
() Regular
() Ruim
() Ruína

(x) Marquise
(x) Toldo
(x) Anúncio
(x) Letreiro
() Totem
(x) Outros

Análise de posturas quanto à publicidade: "S" para SIM e "N" para NÃO

(N) Dimensão correta de letreiros, anúncios, toldos, marquises e demais elementos parametrizados.
(S) Posicionamento de elementos, sem interferir na leitura da linguagem da edificação.
(S) Letreiro paralelo ou perpendicular à edificação, não apresentando o uso simultâneo dos dois tipos.
(N) Regularidade de toldos e marquises.

Detalhes:



Caracterização dos elementos publicitários:

Quanto a materialidade: marquise em ACM com toldo em lona retrátil; placas paralelas em ACM; coberta em estrutura metálica e letreiros em lona; anúncios e banners em lona e materiais adesivos; cartazes em papel; pinturas de logomarca sob as portas de alumínio.
Quanto a originalidade: elementos não originais da edificação.

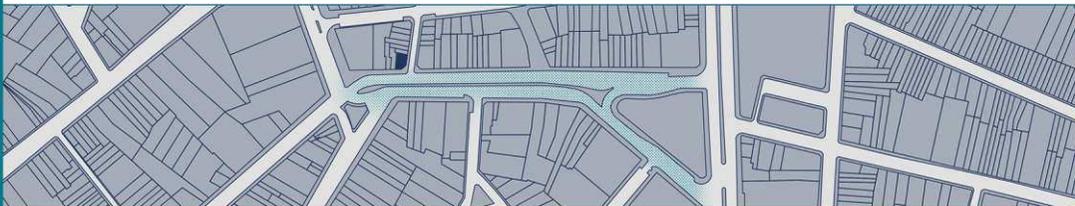
Observações:

Uma cobertura independente foi construída no ultimo pavimento da edificação veiculando logomarca da empresa que ocupa o prédio em todas as suas laterais.

FICHA DE IDENTIFICAÇÃO E CARACTERIZAÇÃO DE BENS

Ficha: 24 Rua: Marquês do Herval/Monsenhor Sales N° da Edificação: 114 Estilo Arquitetônico Original: Art Déco

Localização do Imóvel na Via:



Fachada: Legislação Incidente: Uso da Edificação:



Lei Municipal Nº 3.721/1999
Decreto 25.139/2004
Lei Complementar Nº 003/2006
Decreto 33.816/2013

Descrição dos Usos: Estado da Conservação:

1. Redepharma Naturais

Grau de Modificação: Identificação da Publicidade:

() Integro
(x) Pouco Alterado
() Muito Alterado
() Descaracterizado
() Não se Aplica

() Residencial
(x) Comercial
() Institucional
() Serviços
() Misto
() Vazio

() Bom
(x) Regular
() Ruim
() Ruína

(x) Marquise
(x) Toldo
(x) Anúncio
(x) Letreiro
() Totem
(x) Outros

Análise de posturas quanto à publicidade: "S" para SIM e "N" para NÃO

(N) Dimensão correta de letreiros, anúncios, toldos, marquises e demais elementos parametrizados.
(S) Posicionamento de elementos, sem interferir na leitura da linguagem da edificação.
(S) Letreiro paralelo ou perpendicular à edificação, não apresentando o uso simultâneo dos dois tipos.
(N) Regularidade de toldos e marquises.

Detalhes:



Caracterização dos elementos publicitários:

Quanto a materialidade: letreiro "Edifício São João" em concreto; marquise com letreiro em ACM; toldos em lona e estrutura fixa metálica; anúncios paralelos em metal e lona; pinturas de logomarca sob as portas de alumínio; anúncios adesivos.
Quanto a originalidade: letreiro "Edifício São João" original da edificação, demais elementos publicitários não são originais do prédio..

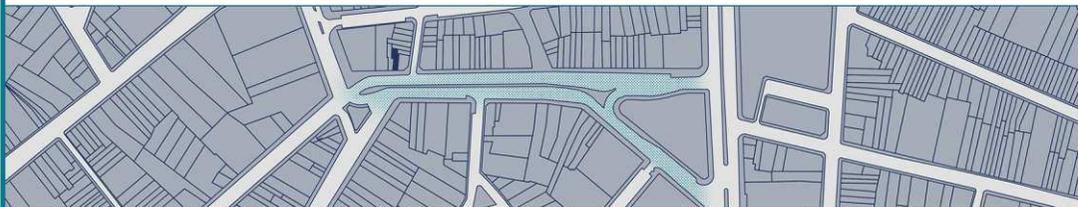
Observações:

Marquise publicitária envolve a marquise em concreto original da edificação. Um fititeiro existe no passeio, a frente da fachada.

FICHA DE IDENTIFICAÇÃO E CARACTERIZAÇÃO DE BENS

Ficha: 25 Rua: Marquês do Herval Nº da Edificação: 120 Estilo Arquitetônico Original: Não Identificado

Localização do Imóvel na Via:



Fachada: Legislação Incidente: Uso da Edificação:



Lei Municipal Nº 3.721/1999
Decreto 25.139/2004
Lei Complementar Nº 003/2006
Decreto 33.816/2013

() Residencial
(x) Comercial
() Institucional
() Serviços
() Misto
() Vazio

Descrição dos Usos: Estado da Conservação:

1. WG Bolos (x) Bom
() Regular
() Ruim
() Ruína

Grau de Modificação: Identificação da Publicidade:

() Íntegro (x) Marquise
() Pouco Alterado (x) Toldo
() Muito Alterado () Anúncio
() Descaracterizado (x) Letreiro
(x) Não se Aplica () Totem
() Outros

Análise de posturas quanto à publicidade: "S" para SIM e "N" para NÃO

(N) Dimensão correta de letreiros, anúncios, toldos, marquises e demais elementos parametrizados.
(N) Posicionamento de elementos, sem interferir na leitura da linguagem da edificação.
(N) Letreiro paralelo ou perpendicular à edificação, não apresentando o uso simultâneo dos dois tipos.
(N) Regularidade de toldos e marquises.

Detalhes: Caracterização dos elementos publicitários:



Quanto a materialidade: marquise em metalon com letreiro plástico e toldo em lona, placa perpendicular em aço e acrílico.
Quanto a originalidade: elementos não originais da edificação.



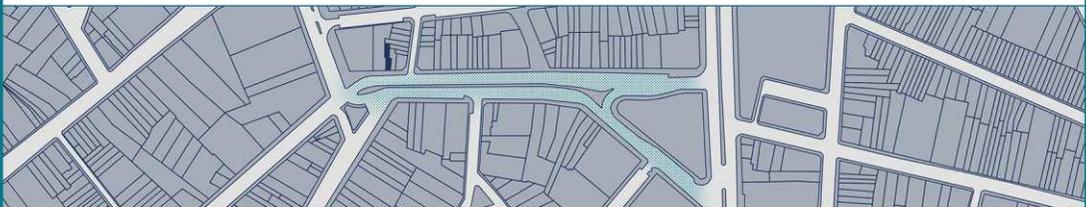
Observações:

A marquise está posicionada acima da marquise original da edificação. Não é possível identificar seu estilo e grau de conservação visto que a publicidade oculta grande parte da fachadas.

FICHA DE IDENTIFICAÇÃO E CARACTERIZAÇÃO DE BENS

Ficha: 26 Rua: Marquês do Herval Nº da Edificação: 124 Estilo Arquitetônico Original: Não Identificado

Localização do Imóvel na Via:



Fachada: Legislação Incidente: Uso da Edificação:



Lei Municipal Nº 3.721/1999
Decreto 25.139/2004
Lei Complementar Nº 003/2006
Decreto 33.816/2013

() Residencial
(x) Comercial
() Institucional
() Serviços
() Misto
() Vazio

Descrição dos Usos: Estado da Conservação:

1. Danda Farma (x) Bom
() Regular
() Ruim
() Ruína

Grau de Modificação: Identificação da Publicidade:

() Íntegro (x) Marquise
() Pouco Alterado (x) Toldo
() Muito Alterado (x) Anúncio
() Descaracterizado (x) Letreiro
(x) Não se Aplica () Totem
() Outros

Análise de posturas quanto à publicidade: "S" para SIM e "N" para NÃO

(N) Dimensão correta de letreiros, anúncios, toldos, marquises e demais elementos parametrizados.
(N) Posicionamento de elementos, sem interferir na leitura da linguagem da edificação.
(N) Letreiro paralelo ou perpendicular à edificação, não apresentando o uso simultâneo dos dois tipos.
(N) Regularidade de toldos e marquises.

Detalhes: Caracterização dos elementos publicitários:



Quanto a materialidade: marquise com letreiro em ACM, com toldo em lona retrátil; anúncio paralelo em metal e lona; letreiro perpendicular a fachada em ACM.
Quanto a originalidade: elementos não originais da edificação.



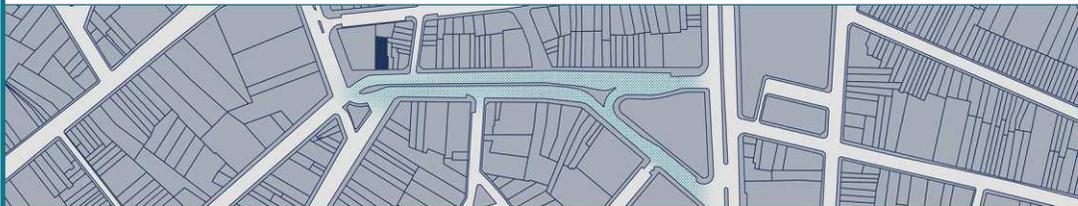
Observações:

Marquise publicitária envolve a marquise em concreto original da edificação. Um fiteiro existe no passeio, a frente da fachada.

FICHA DE IDENTIFICAÇÃO E CARACTERIZAÇÃO DE BENS

Ficha: 27	Rua: Marquês do Herval	Nº da Edificação: 132	Estilo Arquitetônico Original: Não Identificado
-----------	------------------------	-----------------------	---

Localização do Imóvel na Via:



Fachada:	Legislação Incidente:	Uso da Edificação:
----------	-----------------------	--------------------



Lei Municipal Nº 3.721/1999 Decreto 25.139/2004 Lei Complementar Nº 003/2006 Decreto 33.816/2013	<input type="checkbox"/> Residencial <input checked="" type="checkbox"/> Comercial <input type="checkbox"/> Institucional <input type="checkbox"/> Serviços <input type="checkbox"/> Misto <input type="checkbox"/> Vazio
Descrição dos Usos: 1. Redepharma Naturais	Estado da Conservação: <input checked="" type="checkbox"/> Bom <input type="checkbox"/> Regular <input type="checkbox"/> Ruim <input type="checkbox"/> Ruína
Grau de Modificação: <input type="checkbox"/> Íntegro <input type="checkbox"/> Pouco Alterado <input type="checkbox"/> Muito Alterado <input type="checkbox"/> Descaracterizado <input checked="" type="checkbox"/> Não se Aplica	Identificação da Publicidade: <input type="checkbox"/> Marquise <input checked="" type="checkbox"/> Toldo <input checked="" type="checkbox"/> Anúncio <input checked="" type="checkbox"/> Letreiro <input type="checkbox"/> Totem <input type="checkbox"/> Outros
Análise de posturas quanto à publicidade: "S" para SIM e "N" para NÃO (N) Dimensão correta de letreiros, anúncios, toldos, marquises e demais elementos parametrizados. (N) Posicionamento de elementos, sem interferir na leitura da linguagem da edificação. (S) Letreiro paralelo ou perpendicular à edificação, não apresentando o uso simultâneo dos dois tipos. (N) Regularidade de toldos e marquises.	

Detalhes:



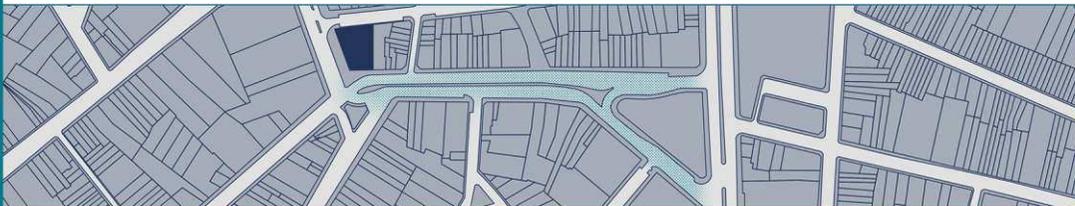
Caracterização dos elementos publicitários: Quanto a materialidade: letreiros e caixilhos em ACM; esquadrias em policarbonato; anúncio paralelo em lona; toldos retráteis em lona. Quanto a originalidade: elementos não originais da edificação.

Observações: A fachada quase totalmente composta por ACM e policarbonato cobre totalmente a edificação original, sendo possível notar essa intervenção por meio da lateral da edificação. Mesmo assim, não é possível identificar seu estilo e grau de modificação, sendo provavelmente uma modificação total.

FICHA DE IDENTIFICAÇÃO E CARACTERIZAÇÃO DE BENS

Ficha: 28	Rua: Marquês do Herval/Sete de Setembro	Nº da Edificação: s/n	Estilo Arquitetônico Original: Modernista
-----------	---	-----------------------	---

Localização do Imóvel na Via:



Fachada:	Legislação Incidente:	Uso da Edificação:
----------	-----------------------	--------------------



Lei Municipal Nº 3.721/1999 Decreto 25.139/2004 Lei Complementar Nº 003/2006 Decreto 33.816/2013	<input type="checkbox"/> Residencial <input type="checkbox"/> Comercial <input type="checkbox"/> Institucional <input type="checkbox"/> Serviços <input checked="" type="checkbox"/> Misto <input type="checkbox"/> Vazio
Descrição dos Usos: 1. Edifício João Rique (Residencial) 2. Atacadão dos Eletros	Estado da Conservação: <input type="checkbox"/> Bom <input checked="" type="checkbox"/> Regular <input type="checkbox"/> Ruim <input type="checkbox"/> Ruína
Grau de Modificação: <input type="checkbox"/> Íntegro <input checked="" type="checkbox"/> Pouco Alterado <input type="checkbox"/> Muito Alterado <input type="checkbox"/> Descaracterizado <input type="checkbox"/> Não se Aplica	Identificação da Publicidade: <input checked="" type="checkbox"/> Marquise <input checked="" type="checkbox"/> Toldo <input checked="" type="checkbox"/> Anúncio <input checked="" type="checkbox"/> Letreiro <input type="checkbox"/> Totem <input type="checkbox"/> Outros
Análise de posturas quanto à publicidade: "S" para SIM e "N" para NÃO (N) Dimensão correta de letreiros, anúncios, toldos, marquises e demais elementos parametrizados. (S) Posicionamento de elementos, sem interferir na leitura da linguagem da edificação. (S) Letreiro paralelo ou perpendicular à edificação, não apresentando o uso simultâneo dos dois tipos. (N) Regularidade de toldos e marquises.	

Detalhes:



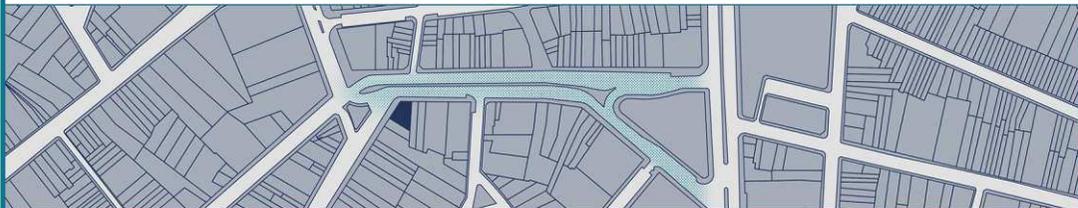
Caracterização dos elementos publicitários: Quanto a materialidade: marquise em lona e metalon com toldos em lona; letreiro em ACM, e anúncio em lona anexa a marquise, wind flag banner para propaganda. Quanto a originalidade: elementos não originais da edificação.
--

Observações: A Edificação abriga outros comércios não analisados nessa ficha por se encontrarem nas Ruas Venâncio Neiva (analisado posteriormente) e Sete de Setembro.

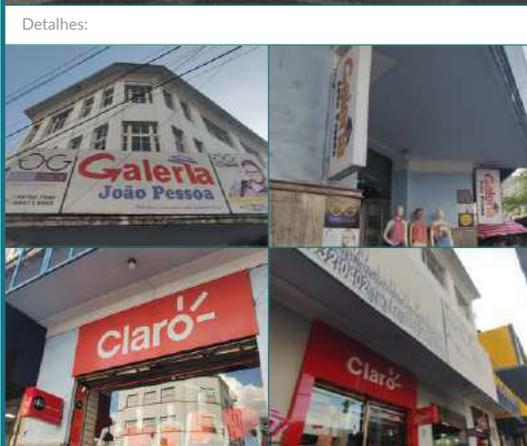
FICHA DE IDENTIFICAÇÃO E CARACTERIZAÇÃO DE BENS

Ficha: 29 Rua: Marquês do Herval/João Pessoa Nº da Edificação: 151 Estilo Arquitetônico Original: Art Déco

Localização do Imóvel na Via:



Fachada:	Legislação Incidente:	Uso da Edificação:
	Lei Municipal Nº 3.721/1999 Decreto 25.139/2004 Lei Complementar Nº 003/2006 Decreto 33.816/2013	<input type="checkbox"/> Residencial <input checked="" type="checkbox"/> Comercial <input type="checkbox"/> Institucional <input type="checkbox"/> Serviços <input type="checkbox"/> Misto <input type="checkbox"/> Vazio
	Descrição dos Usos:	Estado da Conservação:
	1. Galeria João Pessoa	<input type="checkbox"/> Bom <input checked="" type="checkbox"/> Regular <input type="checkbox"/> Ruim <input type="checkbox"/> Ruína
	Grau de Modificação:	Identificação da Publicidade:
	<input type="checkbox"/> Íntegro <input checked="" type="checkbox"/> Pouco Alterado <input type="checkbox"/> Muito Alterado <input type="checkbox"/> Descaracterizado <input type="checkbox"/> Não se Aplica	<input checked="" type="checkbox"/> Marquise <input checked="" type="checkbox"/> Toldo <input checked="" type="checkbox"/> Anúncio <input checked="" type="checkbox"/> Letreiro <input type="checkbox"/> Totem <input checked="" type="checkbox"/> Outros
	Análise de posturas quanto à publicidade: "S" para SIM e "N" para NÃO	
	(N) Dimensão correta de letreiros, anúncios, toldos, marquises e demais elementos parametrizados. (S) Posicionamento de elementos, sem interferir na leitura da linguagem da edificação. (N) Letreiro paralelo ou perpendicular à edificação, não apresentando o uso simultâneo dos dois tipos. (N) Regularidade de toldos e marquises.	

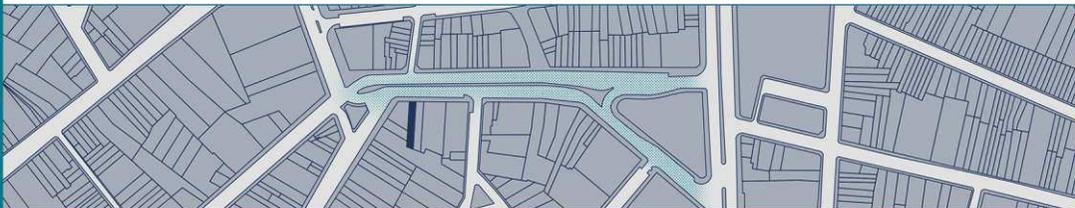


Caracterização dos elementos publicitários:
Quanto a materialidade: Quanto a originalidade: elementos não originais da edificação.
Observações:

FICHA DE IDENTIFICAÇÃO E CARACTERIZAÇÃO DE BENS

Ficha: 30 Rua: Marquês do Herval Nº da Edificação: 145 Estilo Arquitetônico Original: Art Déco

Localização do Imóvel na Via:



Fachada:	Legislação Incidente:	Uso da Edificação:
	Lei Municipal Nº 3.721/1999 Decreto 25.139/2004 Lei Complementar Nº 003/2006 Decreto 33.816/2013	<input type="checkbox"/> Residencial <input checked="" type="checkbox"/> Comercial <input type="checkbox"/> Institucional <input type="checkbox"/> Serviços <input type="checkbox"/> Misto <input type="checkbox"/> Vazio
	Descrição dos Usos:	Estado da Conservação:
	1. Amarelinha	<input checked="" type="checkbox"/> Bom <input type="checkbox"/> Regular <input type="checkbox"/> Ruim <input type="checkbox"/> Ruína
	Grau de Modificação:	Identificação da Publicidade:
	<input type="checkbox"/> Íntegro <input checked="" type="checkbox"/> Pouco Alterado <input type="checkbox"/> Muito Alterado <input type="checkbox"/> Descaracterizado <input type="checkbox"/> Não se Aplica	<input checked="" type="checkbox"/> Marquise <input type="checkbox"/> Toldo <input type="checkbox"/> Anúncio <input checked="" type="checkbox"/> Letreiro <input type="checkbox"/> Totem <input type="checkbox"/> Outros
	Análise de posturas quanto à publicidade: "S" para SIM e "N" para NÃO	
	(N) Dimensão correta de letreiros, anúncios, toldos, marquises e demais elementos parametrizados. (S) Posicionamento de elementos, sem interferir na leitura da linguagem da edificação. (S) Letreiro paralelo ou perpendicular à edificação, não apresentando o uso simultâneo dos dois tipos. (N) Regularidade de toldos e marquises.	

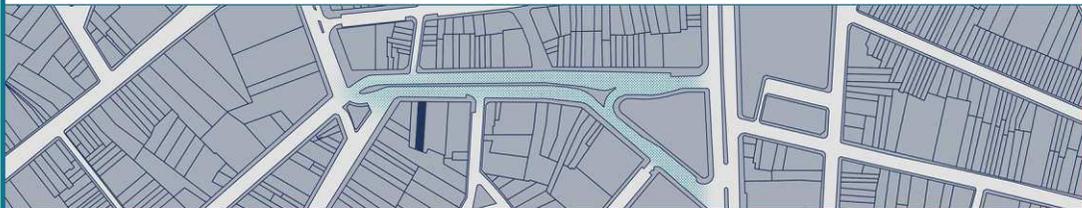


Caracterização dos elementos publicitários:
Quanto a materialidade: marquise em ACM. Quanto a originalidade: elementos não originais da edificação.
Observações:

FICHA DE IDENTIFICAÇÃO E CARACTERIZAÇÃO DE BENS

Ficha: 31 Rua: Marquês do Herval/João Pessoa N° da Edificação: 139 Estilo Arquitetônico Original: Vernacular

Localização do Imóvel na Via:



Fachada:	Legislação Incidente:	Uso da Edificação:
	Lei Municipal N° 3.721/1999 Decreto 25.139/2004 Lei Complementar N° 003/2006 Decreto 33.816/2013	<input type="checkbox"/> Residencial <input checked="" type="checkbox"/> Comercial <input type="checkbox"/> Institucional <input type="checkbox"/> Serviços <input type="checkbox"/> Misto <input type="checkbox"/> Vazio
Descrição dos Usos:	Estado da Conservação:	
1. JB Imports	<input type="checkbox"/> Bom <input checked="" type="checkbox"/> Regular <input type="checkbox"/> Ruim <input type="checkbox"/> Ruína	
Grau de Modificação:	Identificação da Publicidade:	
<input type="checkbox"/> Íntegro <input type="checkbox"/> Pouco Alterado <input checked="" type="checkbox"/> Muito Alterado <input type="checkbox"/> Descaracterizado <input type="checkbox"/> Não se Aplica	<input checked="" type="checkbox"/> Marquise <input checked="" type="checkbox"/> Toldo <input type="checkbox"/> Anúncio <input checked="" type="checkbox"/> Letreiro <input type="checkbox"/> Totem <input type="checkbox"/> Outros	
Análise de posturas quanto à publicidade: "S" para SIM e "N" para NÃO		
(N) Dimensão correta de letreiros, anúncios, toldos, marquises e demais elementos parametrizados. (S) Posicionamento de elementos, sem interferir na leitura da linguagem da edificação. (N) Letreiro paralelo ou perpendicular à edificação, não apresentando o uso simultâneo dos dois tipos. (N) Regularidade de toldos e marquises.		



Caracterização dos elementos publicitários:

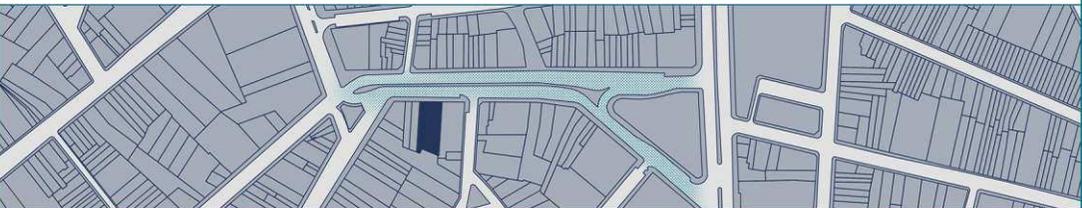
Quanto a materialidade: marquise em ACM com toldos em lona; letreiro perpendicular a fachada em ACM; wind flag banner para propaganda.
Quanto a originalidade: elementos não originais da edificação.

Observações:

FICHA DE IDENTIFICAÇÃO E CARACTERIZAÇÃO DE BENS

Ficha: 32 Rua: Marquês do Herval N° da Edificação: 129 Estilo Arquitetônico Original: Contemporâneo

Localização do Imóvel na Via:



Fachada:	Legislação Incidente:	Uso da Edificação:
	Lei Municipal N° 3.721/1999 Decreto 25.139/2004 Lei Complementar N° 003/2006 Decreto 33.816/2013	<input type="checkbox"/> Residencial <input type="checkbox"/> Comercial <input type="checkbox"/> Institucional <input checked="" type="checkbox"/> Serviços <input type="checkbox"/> Misto <input type="checkbox"/> Vazio
Descrição dos Usos:	Estado da Conservação:	
1. Banco Bradesco	<input checked="" type="checkbox"/> Bom <input type="checkbox"/> Regular <input type="checkbox"/> Ruim <input type="checkbox"/> Ruína	
Grau de Modificação:	Identificação da Publicidade:	
<input checked="" type="checkbox"/> Íntegro <input type="checkbox"/> Pouco Alterado <input type="checkbox"/> Muito Alterado <input type="checkbox"/> Descaracterizado <input type="checkbox"/> Não se Aplica	<input type="checkbox"/> Marquise <input type="checkbox"/> Toldo <input type="checkbox"/> Anúncio <input checked="" type="checkbox"/> Letreiro <input type="checkbox"/> Totem <input type="checkbox"/> Outros	
Análise de posturas quanto à publicidade: "S" para SIM e "N" para NÃO		
(S) Dimensão correta de letreiros, anúncios, toldos, marquises e demais elementos parametrizados. (S) Posicionamento de elementos, sem interferir na leitura da linguagem da edificação. (S) Letreiro paralelo ou perpendicular à edificação, não apresentando o uso simultâneo dos dois tipos. (S) Regularidade de toldos e marquises.		



Caracterização dos elementos publicitários:

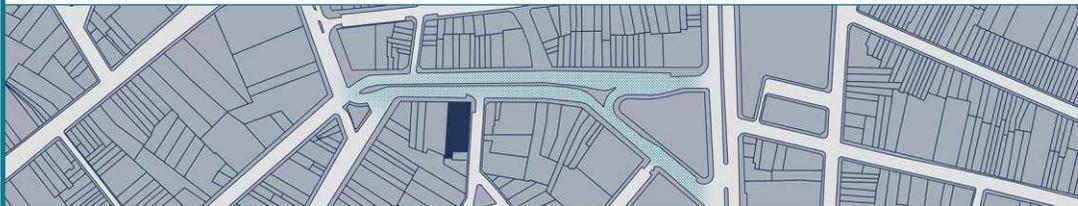
Quanto a materialidade: letreiro em acrílico.
Quanto a originalidade: elemento não original da edificação.

Observações:

FICHA DE IDENTIFICAÇÃO E CARACTERIZAÇÃO DE BENS

Ficha: 33 Rua: Marquês do Herval /Rui Barbosa Nº da Edificação: 107 Estilo Arquitetônico Original: Art Déco

Localização do Imóvel na Via:



Fachada: Legislação Incidente: Uso da Edificação:



Lei Municipal Nº 3.721/1999
Decreto 25.139/2004
Lei Complementar Nº 003/2006
Decreto 33.816/2013

() Residencial
() Comercial
() Institucional
(x) Serviços
() Misto
() Vazio

Descrição dos Usos: Estado da Conservação:

1. Banco Bradesco (x) Bom
() Regular
() Ruim
() Ruína

Grau de Modificação: Identificação da Publicidade:

(x) Íntegro (x) Marquise
() Pouco Alterado () Toldo
() Muito Alterado () Anúncio
() Descaracterizado (x) Letreiro
() Não se Aplica () Totem
() Outros

Análise de posturas quanto à publicidade: "S" para SIM e "N" para NÃO

(N) Dimensão correta de letreiros, anúncios, toldos, marquises e demais elementos parametrizados.
(S) Posicionamento de elementos, sem interferir na leitura da linguagem da edificação.
(S) Letreiro paralelo ou perpendicular à edificação, não apresentando o uso simultâneo dos dois tipos.
(N) Regularidade de toldos e marquises.

Detalhes: Caracterização dos elementos publicitários:



Quanto a materialidade: marquise em ACM.
Quanto a originalidade: elemento não original da edificação.

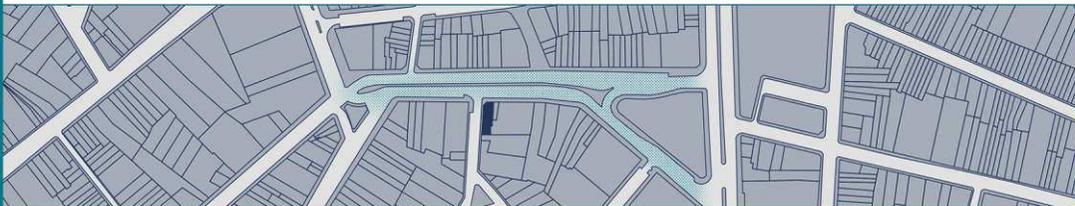


Observações:

FICHA DE IDENTIFICAÇÃO E CARACTERIZAÇÃO DE BENS

Ficha: 34 Rua: Marquês do Herval/Rui Barbosa Nº da Edificação: 37 Estilo Arquitetônico Original: Art Déco

Localização do Imóvel na Via:



Fachada: Legislação Incidente: Uso da Edificação:



Lei Municipal Nº 3.721/1999
Decreto 25.139/2004
Lei Complementar Nº 003/2006
Decreto 33.816/2013

() Residencial
() Comercial
() Institucional
(x) Serviços
() Misto
() Vazio

Descrição dos Usos: Estado da Conservação:

1. Sorriso One () Bom
2. 8º Cartório (x) Regular
3. Promotoria de Crédito Padrão de Vida () Ruim
4. 6Y Serviços () Ruína

Grau de Modificação: Identificação da Publicidade:

() Íntegro (x) Marquise
(x) Pouco Alterado () Toldo
() Muito Alterado (x) Anúncio
() Descaracterizado (x) Letreiro
() Não se Aplica () Totem
(x) Outros

Análise de posturas quanto à publicidade: "S" para SIM e "N" para NÃO

(N) Dimensão correta de letreiros, anúncios, toldos, marquises e demais elementos parametrizados.
(N) Posicionamento de elementos, sem interferir na leitura da linguagem da edificação.
(S) Letreiro paralelo ou perpendicular à edificação, não apresentando o uso simultâneo dos dois tipos.
(N) Regularidade de toldos e marquises.

Detalhes: Caracterização dos elementos publicitários:



Quanto a materialidade:
Sorriso One: marquise e letreiro em lona e metal; anúncio adesivo colocado sob a forra da porta;
Lucy Cred: marquise em lona, metal e ACM; anúncios adesivos sob placas de ACM; anúncios adesivos sob as esquadrias.
Padrão de Vida: marquise em PVC e ACM, anúncios adesivos sob as esquadrias.
6Y: anúncios em lona e metal; anúncio pintado sob a parede; anúncio sob banner em lona.
Cartório: anúncio em chapa metálica; letreiro adesivo sob a parede; letreiro em chapa metálica sob as forras da porta.
Quanto a originalidade: elementos não originais da edificação.

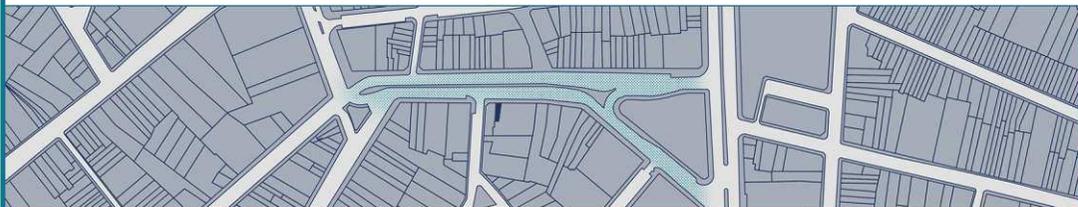


Observações:

FICHA DE IDENTIFICAÇÃO E CARACTERIZAÇÃO DE BENS

Ficha: 35	Rua: Marquês do Herval	Nº da Edificação: 77	Estilo Arquitetônico Original: Não Identificado
-----------	------------------------	----------------------	---

Localização do Imóvel na Via:



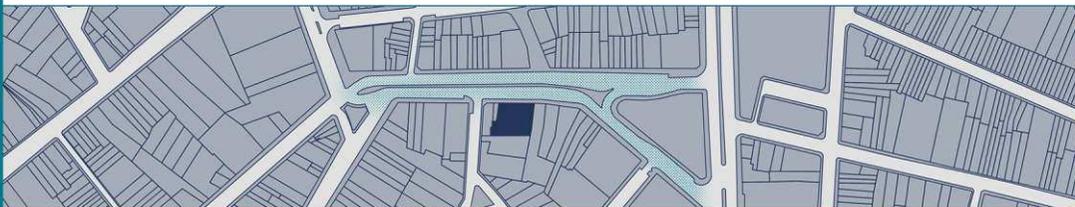
Fachada:	Legislação Incidente:	Uso da Edificação:
	Lei Municipal Nº 3.721/1999 Decreto 25.139/2004 Lei Complementar Nº 003/2006 Decreto 33.816/2013	<input type="checkbox"/> Residencial <input type="checkbox"/> Comercial <input type="checkbox"/> Institucional <input checked="" type="checkbox"/> Serviços <input type="checkbox"/> Misto <input type="checkbox"/> Vazio
	Descrição dos Usos:	Estado da Conservação:
	1. Empresta Bem Melhor	<input type="checkbox"/> Bom <input checked="" type="checkbox"/> Regular <input type="checkbox"/> Ruim <input type="checkbox"/> Ruína
	Grau de Modificação:	Identificação da Publicidade:
	<input type="checkbox"/> Íntegro <input type="checkbox"/> Pouco Alterado <input type="checkbox"/> Muito Alterado <input type="checkbox"/> Descaracterizado <input checked="" type="checkbox"/> Não se Aplica	<input checked="" type="checkbox"/> Marquise <input type="checkbox"/> Toldo <input type="checkbox"/> Anúncio <input checked="" type="checkbox"/> Letreiro <input type="checkbox"/> Totem <input type="checkbox"/> Outros
	Análise de posturas quanto à publicidade: "S" para SIM e "N" para NÃO	
	(N) Dimensão correta de letreiros, anúncios, toldos, marquises e demais elementos parametrizados. (N) Posicionamento de elementos, sem interferir na leitura da linguagem da edificação. (N) Letreiro paralelo ou perpendicular à edificação, não apresentando o uso simultâneo dos dois tipos. (N) Regularidade de toldos e marquises.	

Detalhes:	Caracterização dos elementos publicitários:
	Quanto a materialidade: marquise em lona, metalon e telha galvanizada; placa paralela em lona e metalon. Quanto a originalidade: elemento não original da edificação.
	Observações: A marquise original da edificação pode ser vista sustentando a marquise publicitária que cobre totalmente a fachada superior.

FICHA DE IDENTIFICAÇÃO E CARACTERIZAÇÃO DE BENS

Ficha: 36	Rua: Marquês do Herval	Nº da Edificação: 39	Estilo Arquitetônico Original: Art Déco
-----------	------------------------	----------------------	---

Localização do Imóvel na Via:



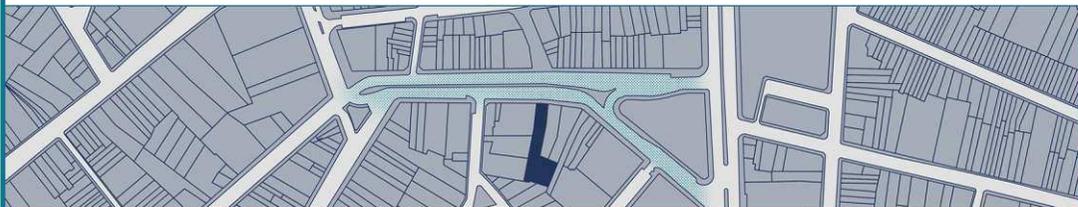
Fachada:	Legislação Incidente:	Uso da Edificação:
	Lei Municipal Nº 3.721/1999 Decreto 25.139/2004 Lei Complementar Nº 003/2006 Decreto 33.816/2013	<input type="checkbox"/> Residencial <input type="checkbox"/> Comercial <input checked="" type="checkbox"/> Institucional <input type="checkbox"/> Serviços <input type="checkbox"/> Misto <input type="checkbox"/> Vazio
	Descrição dos Usos:	Estado da Conservação:
	1. Colégio Alfredo Dantas	<input checked="" type="checkbox"/> Bom <input type="checkbox"/> Regular <input type="checkbox"/> Ruim <input type="checkbox"/> Ruína
	Grau de Modificação:	Identificação da Publicidade:
	<input type="checkbox"/> Íntegro <input checked="" type="checkbox"/> Pouco Alterado <input type="checkbox"/> Muito Alterado <input type="checkbox"/> Descaracterizado <input type="checkbox"/> Não se Aplica	<input type="checkbox"/> Marquise <input type="checkbox"/> Toldo <input checked="" type="checkbox"/> Anúncio <input checked="" type="checkbox"/> Letreiro <input type="checkbox"/> Totem <input checked="" type="checkbox"/> Outros
	Análise de posturas quanto à publicidade: "S" para SIM e "N" para NÃO	
	(N) Dimensão correta de letreiros, anúncios, toldos, marquises e demais elementos parametrizados. (S) Posicionamento de elementos, sem interferir na leitura da linguagem da edificação. (S) Letreiro paralelo ou perpendicular à edificação, não apresentando o uso simultâneo dos dois tipos. (S) Regularidade de toldos e marquises.	

Detalhes:	Caracterização dos elementos publicitários:
	Quanto a materialidade: letreiro "Colégio Alfredo Dantas" em ACM; logomarca em ACM; placas paralelas a edificação em lona e metalon; cartazes em papel. Quanto a originalidade: elementos não originais da edificação.
	Observações:

FICHA DE IDENTIFICAÇÃO E CARACTERIZAÇÃO DE BENS

Ficha: 37	Rua: Marquês do Herval	Nº da Edificação: 21	Estilo Arquitetônico Original: Art Déco
-----------	------------------------	----------------------	---

Localização do Imóvel na Via:



Fachada:	Legislação Incidente:	Uso da Edificação:
	Lei Municipal Nº 3.721/1999 Decreto 25.139/2004 Lei Complementar Nº 003/2006 Decreto 33.816/2013	<input type="checkbox"/> Residencial <input checked="" type="checkbox"/> Comercial <input type="checkbox"/> Institucional <input type="checkbox"/> Serviços <input type="checkbox"/> Misto <input type="checkbox"/> Vazio
	Descrição dos Usos:	Estado da Conservação:
	1. Aluizio Fashion Megastore	<input type="checkbox"/> Bom <input checked="" type="checkbox"/> Regular <input type="checkbox"/> Ruim <input type="checkbox"/> Ruína
	Grau de Modificação:	Identificação da Publicidade:
	<input type="checkbox"/> Íntegro <input checked="" type="checkbox"/> Pouco Alterado <input type="checkbox"/> Muito Alterado <input type="checkbox"/> Descaracterizado <input type="checkbox"/> Não se Aplica	<input checked="" type="checkbox"/> Marquise <input type="checkbox"/> Toldo <input type="checkbox"/> Anúncio <input checked="" type="checkbox"/> Letreiro <input type="checkbox"/> Totem <input type="checkbox"/> Outros
	Análise de posturas quanto à publicidade: "S" para SIM e "N" para NÃO	
	(N) Dimensão correta de letreiros, anúncios, toldos, marquises e demais elementos parametrizados. (N) Posicionamento de elementos, sem interferir na leitura da linguagem da edificação. (S) Letreiro paralelo ou perpendicular à edificação, não apresentando o uso simultâneo dos dois tipos. (N) Regularidade de toldos e marquises.	

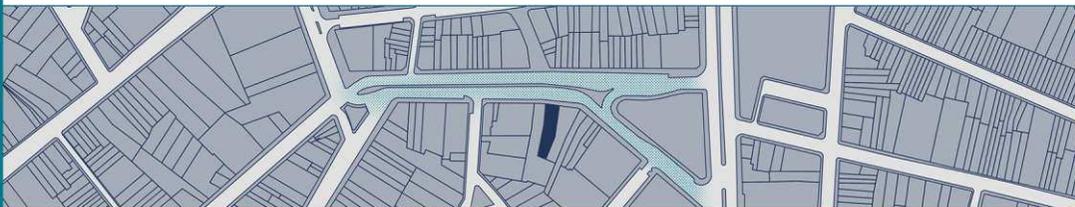
Detalhes:	Caracterização dos elementos publicitários:
	Quanto a materialidade: marquise e fachada inferior em ACM; Quanto a originalidade: elemento não original da edificação.

Observações:

FICHA DE IDENTIFICAÇÃO E CARACTERIZAÇÃO DE BENS

Ficha: 38	Rua: Marquês do Herval	Nº da Edificação: 31	Estilo Arquitetônico Original: Art Déco
-----------	------------------------	----------------------	---

Localização do Imóvel na Via:



Fachada:	Legislação Incidente:	Uso da Edificação:
	Lei Municipal Nº 3.721/1999 Decreto 25.139/2004 Lei Complementar Nº 003/2006 Decreto 33.816/2013	<input type="checkbox"/> Residencial <input checked="" type="checkbox"/> Comercial <input type="checkbox"/> Institucional <input type="checkbox"/> Serviços <input type="checkbox"/> Misto <input type="checkbox"/> Vazio
	Descrição dos Usos:	Estado da Conservação:
	1. Icasa Móveis	<input checked="" type="checkbox"/> Bom <input type="checkbox"/> Regular <input type="checkbox"/> Ruim <input type="checkbox"/> Ruína
	Grau de Modificação:	Identificação da Publicidade:
	<input type="checkbox"/> Íntegro <input type="checkbox"/> Pouco Alterado <input checked="" type="checkbox"/> Muito Alterado <input type="checkbox"/> Descaracterizado <input type="checkbox"/> Não se Aplica	<input checked="" type="checkbox"/> Marquise <input type="checkbox"/> Toldo <input type="checkbox"/> Anúncio <input checked="" type="checkbox"/> Letreiro <input type="checkbox"/> Totem <input type="checkbox"/> Outros
	Análise de posturas quanto à publicidade: "S" para SIM e "N" para NÃO	
	(N) Dimensão correta de letreiros, anúncios, toldos, marquises e demais elementos parametrizados. (S) Posicionamento de elementos, sem interferir na leitura da linguagem da edificação. (S) Letreiro paralelo ou perpendicular à edificação, não apresentando o uso simultâneo dos dois tipos. (N) Regularidade de toldos e marquises.	

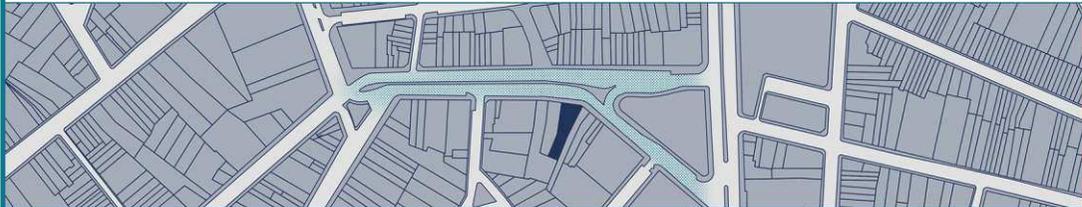
Detalhes:	Caracterização dos elementos publicitários:
	Quanto a materialidade: marquise em lona e alumínio Quanto a originalidade: elementos não originais da edificação.

Observações:

FICHA DE IDENTIFICAÇÃO E CARACTERIZAÇÃO DE BENS

Ficha: 39 Rua: Marquês do Herval Nº da Edificação: 09-17 Estilo Arquitetônico Original: Art Déco

Localização do Imóvel na Via:



Fachada: Legislação Incidente: Uso da Edificação:



Lei Municipal Nº 3.721/1999
Decreto 25.139/2004
Lei Complementar Nº 003/2006
Decreto 33.816/2013

() Residencial
() Comercial
() Institucional
() Serviços
 Misto
() Vazio

Descrição dos Usos: Estado da Conservação:

1. Oficina da Moda (Comercial)
2. ECS Maluketii (Comercial)
3. Eydental Prime (Serviço)

() Bom
 Regular
() Ruim
() Ruína

Grau de Modificação: Identificação da Publicidade:

() Íntegro
() Pouco Alterado
 Muito Alterado
() Descaracterizado
() Não se Aplica

() Marquise
() Toldo
 Anúncio
 Letreiro
() Totem
() Outros

Análise de posturas quanto à publicidade: "S" para SIM e "N" para NÃO

(N) Dimensão correta de letreiros, anúncios, toldos, marquises e demais elementos parametrizados.
(S) Posicionamento de elementos, sem interferir na leitura da linguagem da edificação.
(N) Letreiro paralelo ou perpendicular à edificação, não apresentando o uso simultâneo dos dois tipos.
(S) Regularidade de toldos e marquises.

Detalhes:



Caracterização dos elementos publicitários:

Quanto a materialidade: letreiro "Oficina da Moda" em lona e alumínio; placa em aço perpendicular "ECS Maluketii"; adesivos sob as esquadrias "eydental prime".
Quanto a originalidade: elementos não originais da edificação.

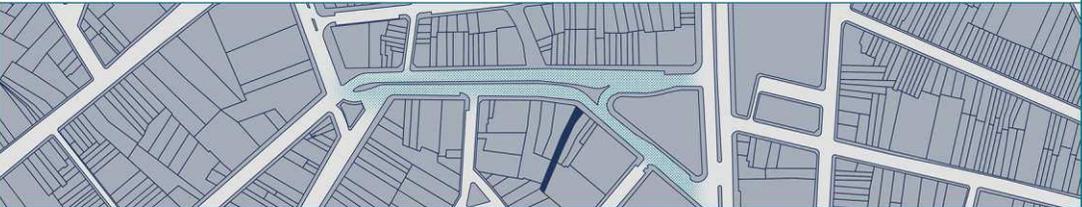


Observações:

FICHA DE IDENTIFICAÇÃO E CARACTERIZAÇÃO DE BENS

Ficha: 40 Rua: Marquês do Herval Nº da Edificação: 117 Estilo Arquitetônico Original: Não Identificado

Localização do Imóvel na Via:



Fachada: Legislação Incidente: Uso da Edificação:



Lei Municipal Nº 3.721/1999
Decreto 25.139/2004
Lei Complementar Nº 003/2006
Decreto 33.816/2013

() Residencial
() Comercial
() Institucional
() Serviços
 Misto
() Vazio

Descrição dos Usos: Estado da Conservação:

1. Instituto de Formação Profissional (Institucional)
2. Doutor na Hora (Serviço)

(x) Bom
() Regular
() Ruim
() Ruína

Grau de Modificação: Identificação da Publicidade:

() Íntegro
() Pouco Alterado
() Muito Alterado
() Descaracterizado
 Não se Aplica

() Marquise
() Toldo
 Anúncio
 Letreiro
() Totem
() Outros

Análise de posturas quanto à publicidade: "S" para SIM e "N" para NÃO

(N) Dimensão correta de letreiros, anúncios, toldos, marquises e demais elementos parametrizados.
(N) Posicionamento de elementos, sem interferir na leitura da linguagem da edificação.
(N) Letreiro paralelo ou perpendicular à edificação, não apresentando o uso simultâneo dos dois tipos.
(S) Regularidade de toldos e marquises.

Detalhes:



Caracterização dos elementos publicitários:

Quanto a materialidade: letreiro "IFF" em acrílico; placa IFP em lona e alumínio; letreiro e revestimentos "Doutor na Hora" em ACM; placa perpendicular a edificação em ACM.
Quanto a originalidade: elementos não originais da edificação.

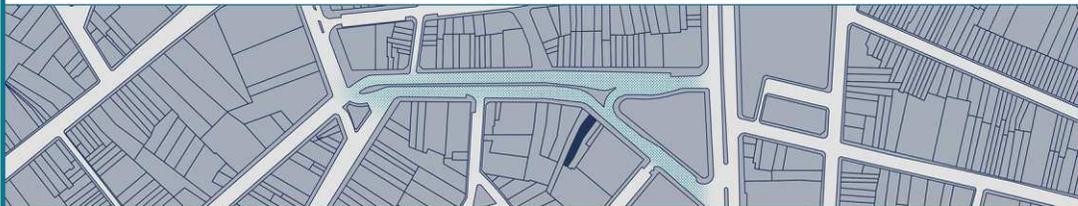


Observações:

FICHA DE IDENTIFICAÇÃO E CARACTERIZAÇÃO DE BENS

Ficha: 41	Rua: Marquês do Herval	Nº da Edificação: 109	Estilo Arquitetônico Original: Vernacular
-----------	------------------------	-----------------------	---

Localização do Imóvel na Via:



Fachada:	Legislação Incidente:	Uso da Edificação:
----------	-----------------------	--------------------



Lei Municipal Nº 3.721/1999 Decreto 25.139/2004 Lei Complementar Nº 003/2006 Decreto 33.816/2013	() Residencial (x) Comercial () Institucional () Serviços () Misto () Vazio
Descrição dos Usos:	Estado da Conservação:
1. Mara Burger n' Fries	() Bom (x) Regular () Ruim () Ruína
Grau de Modificação:	Identificação da Publicidade:
() Íntegro () Pouco Alterado () Muito Alterado (x) Descaracterizado () Não se Aplica	(x) Marquise () Toldo () Anúncio (x) Letreiro () Totem () Outros

Análise de posturas quanto à publicidade: "S" para SIM e "N" para NÃO

(S) Dimensão correta de letreiros, anúncios, toldos, marquises e demais elementos parametrizados.
 (S) Posicionamento de elementos, sem interferir na leitura da linguagem da edificação.
 (S) Letreiro paralelo ou perpendicular à edificação, não apresentando o uso simultâneo dos dois tipos.
 (S) Regularidade de toldos e marquises.

Detalhes:	Caracterização dos elementos publicitários:
-----------	---



Quanto a materialidade: marquise "Mara Burger n' Fries" em lona e alumínio; pintura sob o portão metálico e sob a marquise construtiva.
 Quanto a originalidade: a marquise do pavimento superior apesar de veicular a identidade visual do empreendimento, é um elemento original da edificação, quanto a publicidade restante, são elementos não originais.

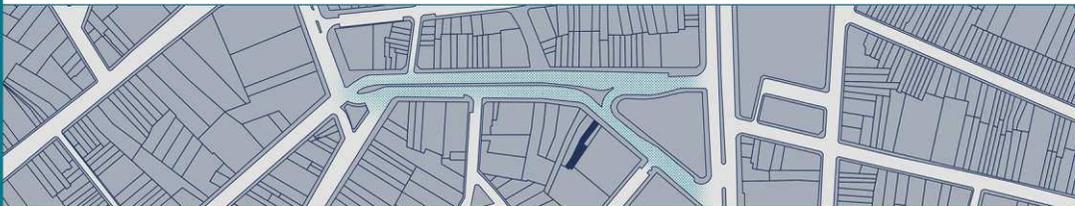


Observações:

FICHA DE IDENTIFICAÇÃO E CARACTERIZAÇÃO DE BENS

Ficha: 42	Rua: Marquês do Herval	Nº da Edificação: 105	Estilo Arquitetônico Original: Vernacular
-----------	------------------------	-----------------------	---

Localização do Imóvel na Via:



Fachada:	Legislação Incidente:	Uso da Edificação:
----------	-----------------------	--------------------



Lei Municipal Nº 3.721/1999 Decreto 25.139/2004 Lei Complementar Nº 003/2006 Decreto 33.816/2013	() Residencial () Comercial () Institucional (x) Serviços () Misto () Vazio
Descrição dos Usos:	Estado da Conservação:
1. Tabelionato de Notas	(x) Bom () Regular () Ruim () Ruína
Grau de Modificação:	Identificação da Publicidade:
() Íntegro (x) Pouco Alterado () Muito Alterado () Descaracterizado () Não se Aplica	() Marquise () Toldo (x) Anúncio (x) Letreiro () Totem () Outros

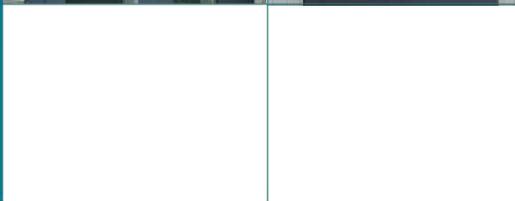
Análise de posturas quanto à publicidade: "S" para SIM e "N" para NÃO

(N) Dimensão correta de letreiros, anúncios, toldos, marquises e demais elementos parametrizados.
 (S) Posicionamento de elementos, sem interferir na leitura da linguagem da edificação.
 (S) Letreiro paralelo ou perpendicular à edificação, não apresentando o uso simultâneo dos dois tipos.
 (S) Regularidade de toldos e marquises.

Detalhes:	Caracterização dos elementos publicitários:
-----------	---



Quanto a materialidade: letreiro em ACM; anúncios adesivos sob as esquadrias.
 Quanto a originalidade: elementos não originais da edificação.

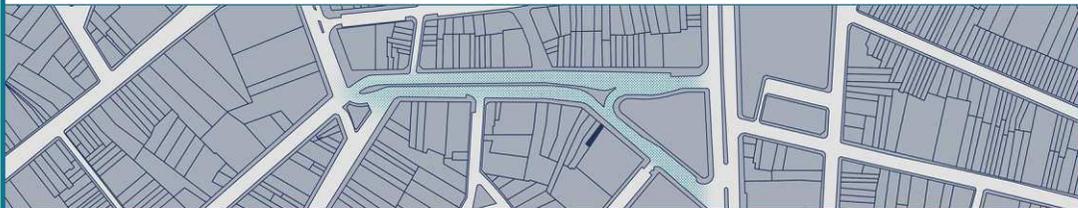


Observações:

FICHA DE IDENTIFICAÇÃO E CARACTERIZAÇÃO DE BENS

Ficha: 43	Rua: Marquês do Herval	Nº da Edificação: 109	Estilo Arquitetônico Original: Contemporâneo
-----------	------------------------	-----------------------	--

Localização do Imóvel na Via:



Fachada:	Legislação Incidente:	Uso da Edificação:
----------	-----------------------	--------------------



Lei Municipal Nº 3.721/1999 Decreto 25.139/2004 Lei Complementar Nº 003/2006 Decreto 33.816/2013	<input type="checkbox"/> Residencial <input checked="" type="checkbox"/> Comercial <input type="checkbox"/> Institucional <input type="checkbox"/> Serviços <input type="checkbox"/> Misto <input type="checkbox"/> Vazio
Descrição dos Usos: 1. Com Certeza Informática	Estado da Conservação: <input type="checkbox"/> Bom <input checked="" type="checkbox"/> Regular <input type="checkbox"/> Ruim <input type="checkbox"/> Ruína
Grau de Modificação: <input checked="" type="checkbox"/> Íntegro <input type="checkbox"/> Pouco Alterado <input type="checkbox"/> Muito Alterado <input type="checkbox"/> Descaracterizado <input type="checkbox"/> Não se Aplica	Identificação da Publicidade: <input checked="" type="checkbox"/> Marquise <input type="checkbox"/> Toldo <input type="checkbox"/> Anúncio <input checked="" type="checkbox"/> Letreiro <input type="checkbox"/> Totem <input type="checkbox"/> Outros
Análise de posturas quanto à publicidade: "S" para SIM e "N" para NÃO (N) Dimensão correta de letreiros, anúncios, toldos, marquises e demais elementos parametrizados. (S) Posicionamento de elementos, sem interferir na leitura da linguagem da edificação. (S) Letreiro paralelo ou perpendicular à edificação, não apresentando o uso simultâneo dos dois tipos. (N) Regularidade de toldos e marquises.	

Detalhes:



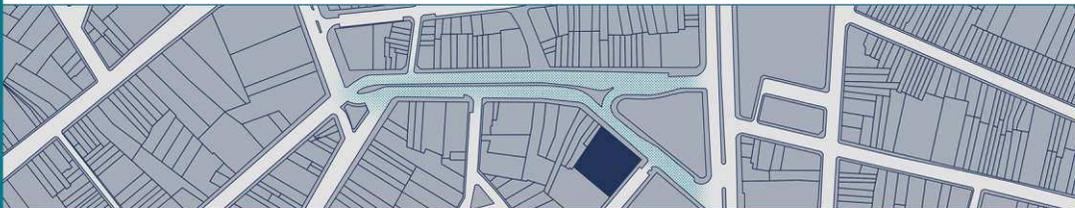
Caracterização dos elementos publicitários: Quanto a materialidade: marquise em ACM, com anúncio em LED. Quanto a originalidade: elemento não original da edificação.

Observações:

FICHA DE IDENTIFICAÇÃO E CARACTERIZAÇÃO DE BENS

Ficha: 44	Rua: Marquês do Herval	Nº da Edificação: 71	Estilo Arquitetônico Original: Art Déco
-----------	------------------------	----------------------	---

Localização do Imóvel na Via:



Fachada:	Legislação Incidente:	Uso da Edificação:
----------	-----------------------	--------------------



Lei Municipal Nº 3.721/1999 Decreto 25.139/2004 Lei Complementar Nº 003/2006 Decreto 33.816/2013	<input type="checkbox"/> Residencial <input type="checkbox"/> Comercial <input type="checkbox"/> Institucional <input checked="" type="checkbox"/> Serviços <input type="checkbox"/> Misto <input type="checkbox"/> Vazio
Descrição dos Usos: 1. Correios de Campina Grande	Estado da Conservação: <input checked="" type="checkbox"/> Bom <input type="checkbox"/> Regular <input type="checkbox"/> Ruim <input type="checkbox"/> Ruína
Grau de Modificação: <input type="checkbox"/> Íntegro <input checked="" type="checkbox"/> Pouco Alterado <input type="checkbox"/> Muito Alterado <input type="checkbox"/> Descaracterizado <input type="checkbox"/> Não se Aplica	Identificação da Publicidade: <input type="checkbox"/> Marquise <input type="checkbox"/> Toldo <input type="checkbox"/> Anúncio <input checked="" type="checkbox"/> Letreiro <input type="checkbox"/> Totem <input type="checkbox"/> Outros
Análise de posturas quanto à publicidade: "S" para SIM e "N" para NÃO (S) Dimensão correta de letreiros, anúncios, toldos, marquises e demais elementos parametrizados. (S) Posicionamento de elementos, sem interferir na leitura da linguagem da edificação. (S) Letreiro paralelo ou perpendicular à edificação, não apresentando o uso simultâneo dos dois tipos. (S) Regularidade de toldos e marquises.	

Detalhes:



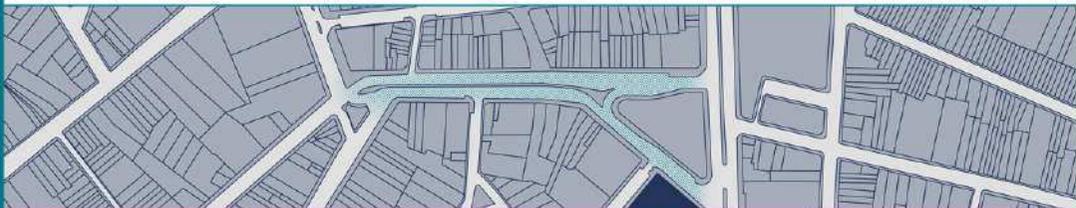
Caracterização dos elementos publicitários: Quanto a materialidade: letreiros em acrílico. Quanto a originalidade: elementos não originais da edificação.

Observações:

FICHA DE IDENTIFICAÇÃO E CARACTERIZAÇÃO DE BENS

Ficha: 45 Rua: Marquês do Herval/Floriano Peixoto N° da Edificação: 23 Estilo Arquitetônico Original: Eclético

Localização do Imóvel na Via:



Fachada: Legislação Incidente: Uso da Edificação:



Lei Municipal N° 3.721/1999
Decreto 25.139/2004
Lei Complementar N° 003/2006
Decreto 33.816/2013

Residencial
 Comercial
 Institucional
 Serviços
 Misto
 Vazio

Descrição dos Usos: Estado da Conservação:

1. Colégio Imaculada Conceição (Damas)

Bom
 Regular
 Ruim
 Ruína

Grau de Modificação: Identificação da Publicidade:

Integro
 Pouco Alterado
 Muito Alterado
 Descaracterizado
 Não se Aplica

Marquise
 Toldo
 Anúncio
 Letreiro
 Totem
 Outros

Análise de posturas quanto à publicidade: "S" para SIM e "N" para NÃO

(S) Dimensão correta de letreiros, anúncios, toldos, marquises e demais elementos parametrizados.
(S) Posicionamento de elementos, sem interferir na leitura da linguagem da edificação.
(S) Letreiro paralelo ou perpendicular à edificação, não apresentando o uso simultâneo dos dois tipos.
(N) Regularidade de toldos e marquises.

Detalhes: Caracterização dos elementos publicitários:



Quanto a materialidade: marquise em ACM e metalon com letreiro em acrílico; placas em lona e metal.
Quanto a originalidade: elementos não originais da edificação.



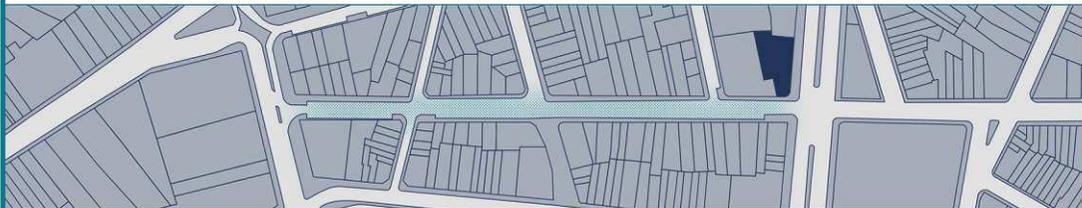
Observações:

Rua Venâncio Neiva

FICHA DE IDENTIFICAÇÃO E CARACTERIZAÇÃO DE BENS

Ficha: 46	Rua: Venâncio Neiva	Nº da Edificação: 550	Estilo Arquitetônico Original: Art Déco
-----------	---------------------	-----------------------	---

Localização do Imóvel na Via:



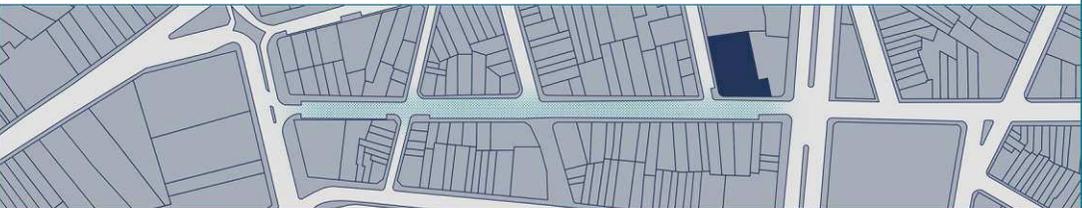
Fachada:	Legislação Incidente:	Uso da Edificação:
	Lei Municipal Nº 3.721/1999 Decreto 25.139/2004 Lei Complementar Nº 003/2006 Decreto 33.816/2013	<input type="checkbox"/> Residencial <input type="checkbox"/> Comercial <input checked="" type="checkbox"/> Institucional <input type="checkbox"/> Serviços <input type="checkbox"/> Misto <input type="checkbox"/> Vazio
	Descrição dos Usos:	Estado da Conservação:
	1. Recebedoria de Rendas de Campina Grande	<input checked="" type="checkbox"/> Bom <input type="checkbox"/> Regular <input type="checkbox"/> Ruim <input type="checkbox"/> Ruína
	Grau de Modificação:	Identificação da Publicidade:
	<input type="checkbox"/> Íntegro <input checked="" type="checkbox"/> Pouco Alterado <input type="checkbox"/> Muito Alterado <input type="checkbox"/> Descaracterizado <input type="checkbox"/> Não se Aplica	<input type="checkbox"/> Marquise <input type="checkbox"/> Toldo <input type="checkbox"/> Anúncio <input checked="" type="checkbox"/> Letreiro <input type="checkbox"/> Totem <input type="checkbox"/> Outros
	Análise de posturas quanto à publicidade: "S" para SIM e "N" para NÃO	
	(S) Dimensão correta de letreiros, anúncios, toldos, marquises e demais elementos parametrizados. (S) Posicionamento de elementos, sem interferir na leitura da linguagem da edificação. (S) Letreiro paralelo ou perpendicular à edificação, não apresentando o uso simultâneo dos dois tipos. (S) Regularidade de toldos e marquises.	

Detalhes:	Caracterização dos elementos publicitários:
	Quanto a materialidade: letreiro paralelo em vidro. Quanto a originalidade: não original da edificação.
	Observações:

FICHA DE IDENTIFICAÇÃO E CARACTERIZAÇÃO DE BENS

Ficha: 47	Rua: Venâncio Neiva	Nº da Edificação: S/N	Estilo Arquitetônico Original: Art Déco
-----------	---------------------	-----------------------	---

Localização do Imóvel na Via:



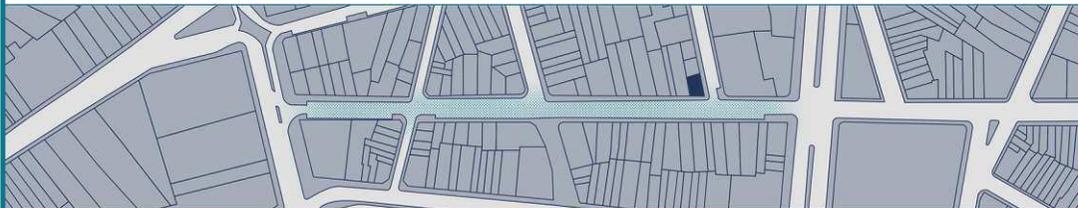
Fachada:	Legislação Incidente:	Uso da Edificação:
	Lei Municipal Nº 3.721/1999 Decreto 25.139/2004 Lei Complementar Nº 003/2006 Decreto 33.816/2013	<input type="checkbox"/> Residencial <input type="checkbox"/> Comercial <input type="checkbox"/> Institucional <input checked="" type="checkbox"/> Serviços <input type="checkbox"/> Misto <input type="checkbox"/> Vazio
	Descrição dos Usos:	Estado da Conservação:
	1. Centro de Saúde Dr. Francisco Pinto	<input type="checkbox"/> Bom <input type="checkbox"/> Regular <input checked="" type="checkbox"/> Ruim <input type="checkbox"/> Ruína
	Grau de Modificação:	Identificação da Publicidade:
	<input type="checkbox"/> Íntegro <input checked="" type="checkbox"/> Pouco Alterado <input type="checkbox"/> Muito Alterado <input type="checkbox"/> Descaracterizado <input type="checkbox"/> Não se Aplica	<input type="checkbox"/> Marquise <input type="checkbox"/> Toldo <input type="checkbox"/> Anúncio <input type="checkbox"/> Letreiro <input type="checkbox"/> Totem <input type="checkbox"/> Outros
	Análise de posturas quanto à publicidade: "S" para SIM e "N" para NÃO *	
	(*) Dimensão correta de letreiros, anúncios, toldos, marquises e demais elementos parametrizados. (*) Posicionamento de elementos, sem interferir na leitura da linguagem da edificação. (*) Letreiro paralelo ou perpendicular à edificação, não apresentando o uso simultâneo dos dois tipos. (*) Regularidade de toldos e marquises.	

Detalhes:	Caracterização dos elementos publicitários:
	Quanto a materialidade: * Quanto a originalidade: *
	Observações:
	O prédio apesar de ser o Centro de Saúde que atende o Centro da cidade, não apresenta nenhuma placa ou identificação visual dos serviços ali encontrados.

FICHA DE IDENTIFICAÇÃO E CARACTERIZAÇÃO DE BENS

Ficha: 48 Rua: Venâncio Neiva/Semeão Leal N° da Edificação: 07 Estilo Arquitetônico Original: Contemporâneo

Localização do Imóvel na Via:



Fachada: Legislação Incidente: Uso da Edificação:



Lei Municipal N° 3.721/1999
Decreto 25.139/2004
Lei Complementar N° 003/2006
Decreto 33.816/2013

() Residencial
() Comercial
() Institucional
() Serviços
 Misto
() Vazio

Descrição dos Usos: Estado da Conservação:

1. Aídeé Bolsas (Comércio)
2. Par Perfeito (Comércio)
3. Ótica Popular (Comércio)
4. Habitação

() Bom
 Regular
() Ruim
() Ruína

Grau de Modificação: Identificação da Publicidade:

Íntegro
() Pouco Alterado
() Muito Alterado
() Descaracterizado
() Não se Aplica

(x) Marquise
() Toldo
() Anúncio
 Letreiro
() Totem
() Outros

Análise de posturas quanto à publicidade: "S" para SIM e "N" para NÃO

(N) Dimensão correta de letreiros, anúncios, toldos, marquises e demais elementos parametrizados.
(S) Posicionamento de elementos, sem interferir na leitura da linguagem da edificação.
(N) Letreiro paralelo ou perpendicular à edificação, não apresentando o uso simultâneo dos dois tipos.
(N) Regularidade de toldos e marquises.

Detalhes:



Caracterização dos elementos publicitários:

Quanto a materialidade: marquise "Aídeé", letreiro e placa "Pousada Guarany" e letreiro e placa "La Belle" em lona e metalon; letreiro e placa "Par Perfeito" em ACM.
Quanto a originalidade: elementos não originais da edificação.

Observações:

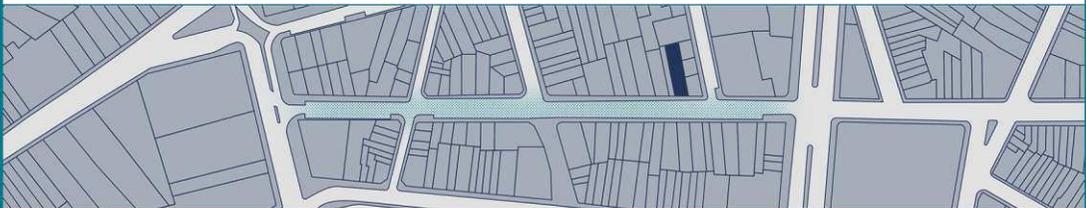
A frente do prédio existe a Banca do Abelardo, ocupando parte da calçada.



FICHA DE IDENTIFICAÇÃO E CARACTERIZAÇÃO DE BENS

Ficha: 49 Rua: Venâncio Neiva N° da Edificação: 82-82A Estilo Arquitetônico Original: Art Déco

Localização do Imóvel na Via:



Fachada: Legislação Incidente: Uso da Edificação:



Lei Municipal N° 3.721/1999
Decreto 25.139/2004
Lei Complementar N° 003/2006
Decreto 33.816/2013

() Residencial
 Comercial
() Institucional
() Serviços
() Misto
() Vazio

Descrição dos Usos: Estado da Conservação:

1. Ótica Mundial
2. Perfil Óticas

(x) Bom
() Regular
() Ruim
() Ruína

Grau de Modificação: Identificação da Publicidade:

() Íntegro
 Pouco Alterado
() Muito Alterado
() Descaracterizado
() Não se Aplica

(x) Marquise
() Toldo
 Anúncio
 Letreiro
() Totem
() Outros

Análise de posturas quanto à publicidade: "S" para SIM e "N" para NÃO

(N) Dimensão correta de letreiros, anúncios, toldos, marquises e demais elementos parametrizados.
(S) Posicionamento de elementos, sem interferir na leitura da linguagem da edificação.
(N) Letreiro paralelo ou perpendicular à edificação, não apresentando o uso simultâneo dos dois tipos.
(N) Regularidade de toldos e marquises.

Detalhes:



Caracterização dos elementos publicitários:

Quanto a materialidade: letreiros "Ótica Mundial" em lona e metalon; letreiros "Perfil Óticas" e anúncio "Trabalhamos com Lente de Contato" em ACM; letreiro adesivo "Ótica Mundial".
Quanto a originalidade:

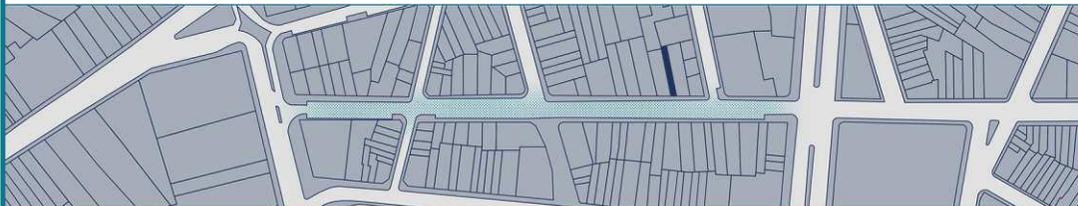
Observações:



FICHA DE IDENTIFICAÇÃO E CARACTERIZAÇÃO DE BENS

Ficha: 50	Rua: Venâncio Neiva	Nº da Edificação: 86	Estilo Arquitetônico Original: Não identificado
-----------	---------------------	----------------------	---

Localização do Imóvel na Via:



Fachada:	Legislação Incidente:	Uso da Edificação:
	Lei Municipal Nº 3.721/1999 Decreto 25.139/2004 Lei Complementar Nº 003/2006 Decreto 33.816/2013	<input type="checkbox"/> Residencial <input checked="" type="checkbox"/> Comercial <input type="checkbox"/> Institucional <input type="checkbox"/> Serviços <input type="checkbox"/> Misto <input type="checkbox"/> Vazio
Descrição dos Usos:	Estado da Conservação:	
1. Ótica Santa Clara	<input checked="" type="checkbox"/> Bom <input type="checkbox"/> Regular <input type="checkbox"/> Ruim <input type="checkbox"/> Ruína	
Grau de Modificação:	Identificação da Publicidade:	
<input type="checkbox"/> Íntegro <input type="checkbox"/> Pouco Alterado <input type="checkbox"/> Muito Alterado <input type="checkbox"/> Descaracterizado <input checked="" type="checkbox"/> Não se Aplica	<input checked="" type="checkbox"/> Marquise <input type="checkbox"/> Toldo <input type="checkbox"/> Anúncio <input checked="" type="checkbox"/> Letreiro <input type="checkbox"/> Totem <input type="checkbox"/> Outros	
Análise de posturas quanto à publicidade: "S" para SIM e "N" para NÃO		
(N) Dimensão correta de letreiros, anúncios, toldos, marquises e demais elementos parametrizados. (N) Posicionamento de elementos, sem interferir na leitura da linguagem da edificação. (N) Letreiro paralelo ou perpendicular à edificação, não apresentando o uso simultâneo dos dois tipos. (N) Regularidade de toldos e marquises.		

Detalhes:

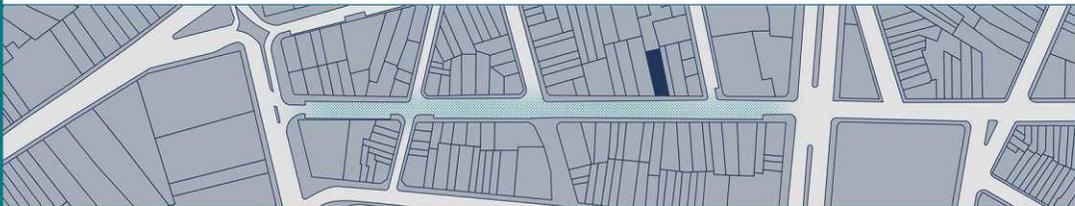


Caracterização dos elementos publicitários:
Quanto a materialidade: marquise com letreiro lona e metalon. Quanto a originalidade: letreiros não originais da edificação.
Observações:
Aparentemente o estabelecimento ocupou o recuo de uma das edificações laterais.

FICHA DE IDENTIFICAÇÃO E CARACTERIZAÇÃO DE BENS

Ficha: 51	Rua: Venâncio Neiva	Nº da Edificação: 92	Estilo Arquitetônico Original: Não identificado
-----------	---------------------	----------------------	---

Localização do Imóvel na Via:



Fachada:	Legislação Incidente:	Uso da Edificação:
	Lei Municipal Nº 3.721/1999 Decreto 25.139/2004 Lei Complementar Nº 003/2006 Decreto 33.816/2013	<input type="checkbox"/> Residencial <input checked="" type="checkbox"/> Comercial <input type="checkbox"/> Institucional <input type="checkbox"/> Serviços <input type="checkbox"/> Misto <input type="checkbox"/> Vazio
Descrição dos Usos:	Estado da Conservação:	
1. Villa Jeans	<input checked="" type="checkbox"/> Bom <input type="checkbox"/> Regular <input type="checkbox"/> Ruim <input type="checkbox"/> Ruína	
Grau de Modificação:	Identificação da Publicidade:	
<input type="checkbox"/> Íntegro <input type="checkbox"/> Pouco Alterado <input type="checkbox"/> Muito Alterado <input type="checkbox"/> Descaracterizado <input checked="" type="checkbox"/> Não se Aplica	<input checked="" type="checkbox"/> Marquise <input type="checkbox"/> Toldo <input checked="" type="checkbox"/> Anúncio <input checked="" type="checkbox"/> Letreiro <input type="checkbox"/> Totem <input type="checkbox"/> Outros	
Análise de posturas quanto à publicidade: "S" para SIM e "N" para NÃO		
(N) Dimensão correta de letreiros, anúncios, toldos, marquises e demais elementos parametrizados. (N) Posicionamento de elementos, sem interferir na leitura da linguagem da edificação. (S) Letreiro paralelo ou perpendicular à edificação, não apresentando o uso simultâneo dos dois tipos. (N) Regularidade de toldos e marquises.		

Detalhes:

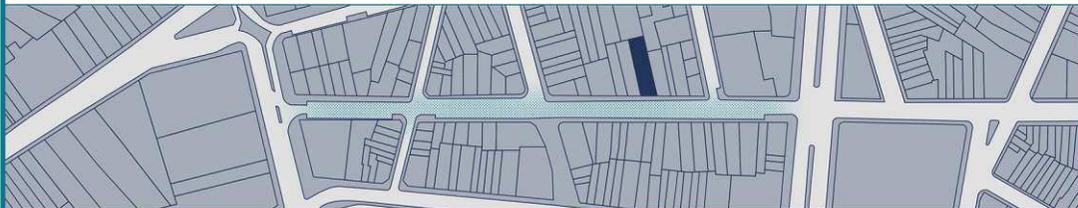


Caracterização dos elementos publicitários:
Quanto a materialidade: marquise com letreiro em ACM, anúncio em adesivo. Quanto a originalidade: elementos não originais da edificação.
Observações:
Na fachada é possível notar um revestimento possivelmente de ACM, que pode ter sido utilizado para veicular um anúncio anteriormente.

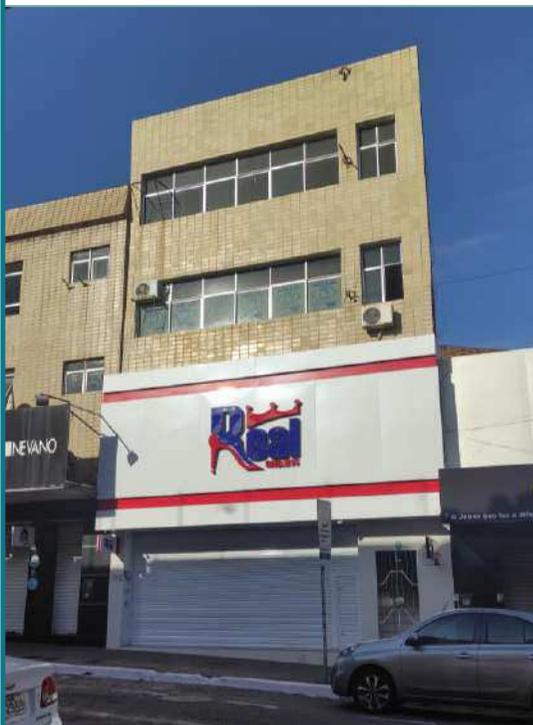
FICHA DE IDENTIFICAÇÃO E CARACTERIZAÇÃO DE BENS

Ficha: 52	Rua: Venâncio Neiva	Nº da Edificação: 100	Estilo Arquitetônico Original: Contemporâneo
-----------	---------------------	-----------------------	--

Localização do Imóvel na Via:



Fachada:	Legislação Incidente:	Uso da Edificação:
----------	-----------------------	--------------------



Lei Municipal Nº 3.721/1999 Decreto 25.139/2004 Lei Complementar Nº 003/2006 Decreto 33.816/2013	<input type="checkbox"/> Residencial <input checked="" type="checkbox"/> Comercial <input type="checkbox"/> Institucional <input type="checkbox"/> Serviços <input type="checkbox"/> Misto <input type="checkbox"/> Vazio
Descrição dos Usos: 1. Real Calçados 2. Mello Laboratório Óptico	Estado da Conservação: <input checked="" type="checkbox"/> Bom <input type="checkbox"/> Regular <input type="checkbox"/> Ruim <input type="checkbox"/> Ruína
Grau de Modificação: <input checked="" type="checkbox"/> Íntegro <input type="checkbox"/> Pouco Alterado <input type="checkbox"/> Muito Alterado <input type="checkbox"/> Descaracterizado <input type="checkbox"/> Não se Aplica	Identificação da Publicidade: <input checked="" type="checkbox"/> Marquise <input type="checkbox"/> Toldo <input checked="" type="checkbox"/> Anúncio <input checked="" type="checkbox"/> Letreiro <input type="checkbox"/> Totem <input type="checkbox"/> Outros
Análise de posturas quanto à publicidade: "S" para SIM e "N" para NÃO (N) Dimensão correta de letreiros, anúncios, toldos, marquises e demais elementos parametrizados. (N) Posicionamento de elementos, sem interferir na leitura da linguagem da edificação. (N) Letreiro paralelo ou perpendicular à edificação, não apresentando o uso simultâneo dos dois tipos. (N) Regularidade de toldos e marquises.	

Detalhes:



Caracterização dos elementos publicitários: Quanto a materialidade: letreiros e anúncio "Real Calçados" em ACM; letreiro "Mello" em aço e acrílico. Quanto a originalidade: elementos não originais da edificação.
--

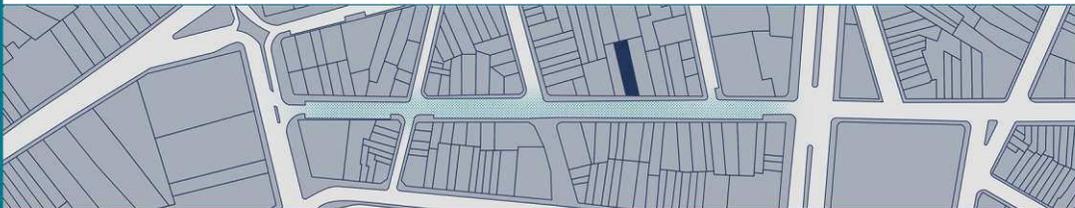


Observações:

FICHA DE IDENTIFICAÇÃO E CARACTERIZAÇÃO DE BENS

Ficha: 53	Rua: Venâncio Neiva	Nº da Edificação: 110	Estilo Arquitetônico Original: Contemporâneo
-----------	---------------------	-----------------------	--

Localização do Imóvel na Via:



Fachada:	Legislação Incidente:	Uso da Edificação:
----------	-----------------------	--------------------



Lei Municipal Nº 3.721/1999 Decreto 25.139/2004 Lei Complementar Nº 003/2006 Decreto 33.816/2013	<input type="checkbox"/> Residencial <input checked="" type="checkbox"/> Comercial <input type="checkbox"/> Institucional <input type="checkbox"/> Serviços <input type="checkbox"/> Misto <input type="checkbox"/> Vazio
Descrição dos Usos: 1. Aluísio Calçados (Comércio) 2. Habitação	Estado da Conservação: <input checked="" type="checkbox"/> Bom <input type="checkbox"/> Regular <input type="checkbox"/> Ruim <input type="checkbox"/> Ruína
Grau de Modificação: <input checked="" type="checkbox"/> Íntegro <input type="checkbox"/> Pouco Alterado <input type="checkbox"/> Muito Alterado <input type="checkbox"/> Descaracterizado <input type="checkbox"/> Não se Aplica	Identificação da Publicidade: <input checked="" type="checkbox"/> Marquise <input type="checkbox"/> Toldo <input checked="" type="checkbox"/> Anúncio <input checked="" type="checkbox"/> Letreiro <input type="checkbox"/> Totem <input type="checkbox"/> Outros
Análise de posturas quanto à publicidade: "S" para SIM e "N" para NÃO (N) Dimensão correta de letreiros, anúncios, toldos, marquises e demais elementos parametrizados. (S) Posicionamento de elementos, sem interferir na leitura da linguagem da edificação. (N) Letreiro paralelo ou perpendicular à edificação, não apresentando o uso simultâneo dos dois tipos. (N) Regularidade de toldos e marquises.	

Detalhes:



Caracterização dos elementos publicitários: Quanto a materialidade: marquise em lona e metalon com toldo em lona; letreiro em aço e acrílico. Quanto a originalidade: elementos não originais da edificação.
--

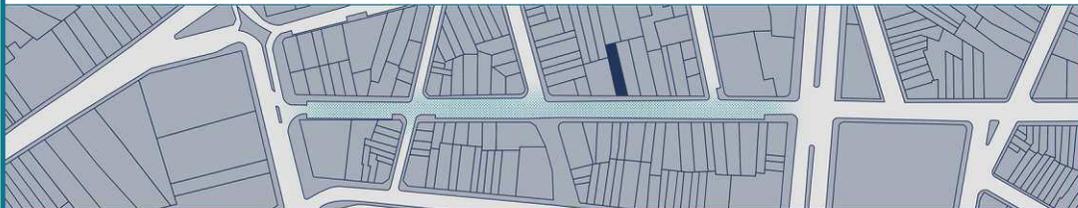


Observações:

FICHA DE IDENTIFICAÇÃO E CARACTERIZAÇÃO DE BENS

Ficha: 54	Rua: Venâncio Neiva	Nº da Edificação: 114	Estilo Arquitetônico Original: Art Déco
-----------	---------------------	-----------------------	---

Localização do Imóvel na Via:



Fachada:	Legislação Incidente:	Uso da Edificação:
----------	-----------------------	--------------------



Lei Municipal Nº 3.721/1999 Decreto 25.139/2004 Lei Complementar Nº 003/2006 Decreto 33.816/2013	<input type="checkbox"/> Residencial <input checked="" type="checkbox"/> Comercial <input type="checkbox"/> Institucional <input type="checkbox"/> Serviços <input type="checkbox"/> Misto <input type="checkbox"/> Vazio
Descrição dos Usos: 1. Gato & Sapato	Estado da Conservação: <input checked="" type="checkbox"/> Bom <input type="checkbox"/> Regular <input type="checkbox"/> Ruim <input type="checkbox"/> Ruína
Grau de Modificação: <input checked="" type="checkbox"/> Íntegro <input type="checkbox"/> Pouco Alterado <input type="checkbox"/> Muito Alterado <input type="checkbox"/> Descaracterizado <input type="checkbox"/> Não se Aplica	Identificação da Publicidade: <input checked="" type="checkbox"/> Marquise <input type="checkbox"/> Toldo <input type="checkbox"/> Anúncio <input checked="" type="checkbox"/> Letreiro <input type="checkbox"/> Totem <input type="checkbox"/> Outros
Análise de posturas quanto à publicidade: "S" para SIM e "N" para NÃO (N) Dimensão correta de letreiros, anúncios, toldos, marquises e demais elementos parametrizados. (S) Posicionamento de elementos, sem interferir na leitura da linguagem da edificação. (S) Letreiro paralelo ou perpendicular à edificação, não apresentando o uso simultâneo dos dois tipos. (N) Regularidade de toldos e marquises.	

Detalhes:	Caracterização dos elementos publicitários:
-----------	---

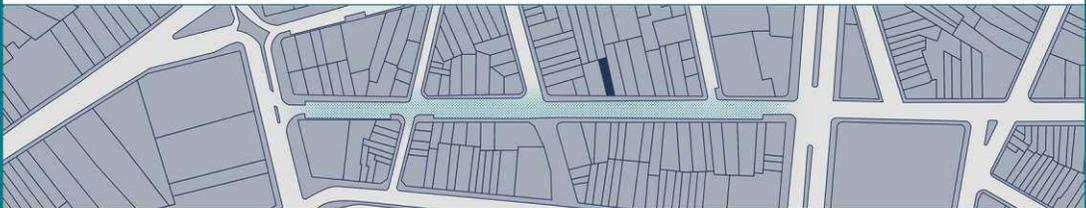
	Quanto a materialidade: marquise em aço, lona e metal com letreiro em acrílico. Quanto a originalidade: elementos não originais da edificação.
--	---

Observações:	
...	

FICHA DE IDENTIFICAÇÃO E CARACTERIZAÇÃO DE BENS

Ficha: 55	Rua: Venâncio Neiva	Nº da Edificação: 122	Estilo Arquitetônico Original: Art Déco
-----------	---------------------	-----------------------	---

Localização do Imóvel na Via:



Fachada:	Legislação Incidente:	Uso da Edificação:
----------	-----------------------	--------------------



Lei Municipal Nº 3.721/1999 Decreto 25.139/2004 Lei Complementar Nº 003/2006 Decreto 33.816/2013	<input type="checkbox"/> Residencial <input type="checkbox"/> Comercial <input type="checkbox"/> Institucional <input checked="" type="checkbox"/> Serviços <input type="checkbox"/> Misto <input type="checkbox"/> Vazio
Descrição dos Usos: 1. 5º Cartório	Estado da Conservação: <input checked="" type="checkbox"/> Bom <input type="checkbox"/> Regular <input type="checkbox"/> Ruim <input type="checkbox"/> Ruína
Grau de Modificação: <input type="checkbox"/> Íntegro <input checked="" type="checkbox"/> Pouco Alterado <input type="checkbox"/> Muito Alterado <input type="checkbox"/> Descaracterizado <input type="checkbox"/> Não se Aplica	Identificação da Publicidade: <input checked="" type="checkbox"/> Marquise <input type="checkbox"/> Toldo <input type="checkbox"/> Anúncio <input type="checkbox"/> Letreiro <input type="checkbox"/> Totem <input type="checkbox"/> Outros
Análise de posturas quanto à publicidade: "S" para SIM e "N" para NÃO (N) Dimensão correta de letreiros, anúncios, toldos, marquises e demais elementos parametrizados. (S) Posicionamento de elementos, sem interferir na leitura da linguagem da edificação. (S) Letreiro paralelo ou perpendicular à edificação, não apresentando o uso simultâneo dos dois tipos. (N) Regularidade de toldos e marquises.	

Detalhes:	Caracterização dos elementos publicitários:
-----------	---

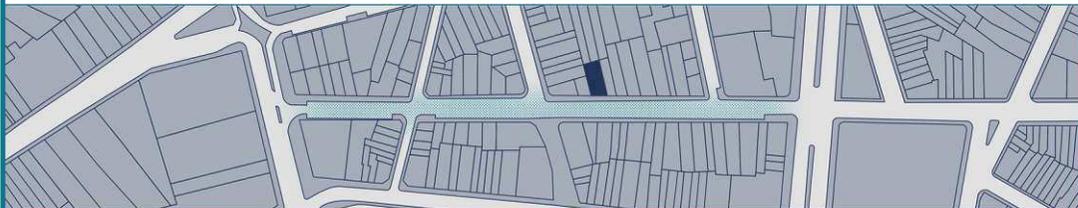
	Quanto a materialidade: marquise em lona, metal e telha galvanizada. Quanto a originalidade: elemento não original da edificação.
--	--

Observações:	
...	

FICHA DE IDENTIFICAÇÃO E CARACTERIZAÇÃO DE BENS

Ficha: 56	Rua: Venâncio Neiva	Nº da Edificação: 128	Estilo Arquitetônico Original: Contemporâneo
-----------	---------------------	-----------------------	--

Localização do Imóvel na Via:



Fachada:	Legislação Incidente:	Uso da Edificação:
----------	-----------------------	--------------------

	Lei Municipal Nº 3.721/1999 Decreto 25.139/2004 Lei Complementar Nº 003/2006 Decreto 33.816/2013	<input type="checkbox"/> Residencial <input checked="" type="checkbox"/> Comercial <input type="checkbox"/> Institucional <input type="checkbox"/> Serviços <input type="checkbox"/> Misto <input type="checkbox"/> Vazio
	Descrição dos Usos: 1. C&A	Estado da Conservação: <input checked="" type="checkbox"/> Bom <input type="checkbox"/> Regular <input type="checkbox"/> Ruim <input type="checkbox"/> Ruína
	Grau de Modificação: <input checked="" type="checkbox"/> Íntegro <input type="checkbox"/> Pouco Alterado <input type="checkbox"/> Muito Alterado <input type="checkbox"/> Descaracterizado <input type="checkbox"/> Não se Aplica	Identificação da Publicidade: <input checked="" type="checkbox"/> Marquise <input type="checkbox"/> Toldo <input type="checkbox"/> Anúncio <input checked="" type="checkbox"/> Letreiro <input type="checkbox"/> Totem <input type="checkbox"/> Outros

Análise de posturas quanto à publicidade: "S" para SIM e "N" para NÃO

- (N) Dimensão correta de letreiros, anúncios, toldos, marquises e demais elementos parametrizados.
- (S) Posicionamento de elementos, sem interferir na leitura da linguagem da edificação.
- (N) Letreiro paralelo ou perpendicular à edificação, não apresentando o uso simultâneo dos dois tipos.
- (N) Regularidade de toldos e marquises.

Detalhes:



Caracterização dos elementos publicitários:

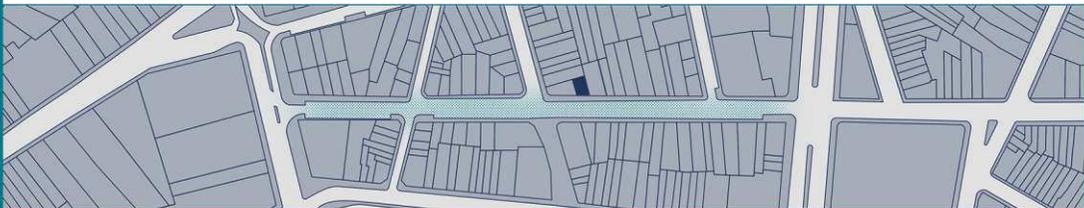
Quanto a materialidade: letreiros em acrílico e marquise em ACM.
Quanto a originalidade: elementos não originais da edificação.

Observações:

FICHA DE IDENTIFICAÇÃO E CARACTERIZAÇÃO DE BENS

Ficha: 57	Rua: Venâncio Neiva	Nº da Edificação: 136-140	Estilo Arquitetônico Original: Contemporâneo
-----------	---------------------	---------------------------	--

Localização do Imóvel na Via:



Fachada:	Legislação Incidente:	Uso da Edificação:
----------	-----------------------	--------------------

	Lei Municipal Nº 3.721/1999 Decreto 25.139/2004 Lei Complementar Nº 003/2006 Decreto 33.816/2013	<input type="checkbox"/> Residencial <input type="checkbox"/> Comercial <input type="checkbox"/> Institucional <input type="checkbox"/> Serviços <input checked="" type="checkbox"/> Misto <input type="checkbox"/> Vazio
	Descrição dos Usos: 1. Ótica Catedral (Comércio) 2. Dentista (Serviço)	Estado da Conservação: <input type="checkbox"/> Bom <input checked="" type="checkbox"/> Regular <input type="checkbox"/> Ruim <input type="checkbox"/> Ruína
	Grau de Modificação: <input checked="" type="checkbox"/> Íntegro <input type="checkbox"/> Pouco Alterado <input type="checkbox"/> Muito Alterado <input type="checkbox"/> Descaracterizado <input type="checkbox"/> Não se Aplica	Identificação da Publicidade: <input checked="" type="checkbox"/> Marquise <input type="checkbox"/> Toldo <input checked="" type="checkbox"/> Anúncio <input checked="" type="checkbox"/> Letreiro <input type="checkbox"/> Totem <input type="checkbox"/> Outros

Análise de posturas quanto à publicidade: "S" para SIM e "N" para NÃO

- (N) Dimensão correta de letreiros, anúncios, toldos, marquises e demais elementos parametrizados.
- (N) Posicionamento de elementos, sem interferir na leitura da linguagem da edificação.
- (N) Letreiro paralelo ou perpendicular à edificação, não apresentando o uso simultâneo dos dois tipos.
- (N) Regularidade de toldos e marquises.

Detalhes:



Caracterização dos elementos publicitários:

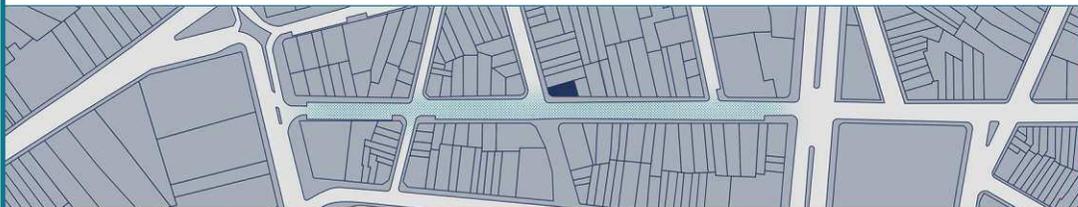
Quanto a materialidade: letreiro "dentista" em placa de lona e metal; letreiro "dentista" em adesivo; marquise e letreiro "Ótica Catedral" em ACM; anúncio "Creative Odontologia" em lona e metal.
Quanto a originalidade: elementos não originais da edificação.

Observações:

FICHA DE IDENTIFICAÇÃO E CARACTERIZAÇÃO DE BENS

Ficha: 58	Rua: Venâncio Neiva/Cardoso Vieira	Nº da Edificação: 144A-146	Estilo Arquitetônico Original: Art Déco
-----------	------------------------------------	----------------------------	---

Localização do Imóvel na Via:



Fachada:	Legislação Incidente:	Uso da Edificação:
----------	-----------------------	--------------------



Lei Municipal Nº 3.721/1999 Decreto 25.139/2004 Lei Complementar Nº 003/2006 Decreto 33.816/2013	<input type="checkbox"/> Residencial <input type="checkbox"/> Comercial <input type="checkbox"/> Institucional <input type="checkbox"/> Serviços <input checked="" type="checkbox"/> Misto <input type="checkbox"/> Vazio
Descrição dos Usos: 1. C&A (Comércio) 2. Aqui Cred (Comércio) 3. Luana Relojoaria (Comércio) 4. Relojoaria Santos (Comércio) 5. Roberto Macedo Advogados (Serviço)	Estado da Conservação: <input type="checkbox"/> Bom <input checked="" type="checkbox"/> Regular <input type="checkbox"/> Ruim <input type="checkbox"/> Ruína
Grau de Modificação: <input type="checkbox"/> Integro <input checked="" type="checkbox"/> Pouco Alterado <input type="checkbox"/> Muito Alterado <input type="checkbox"/> Descaracterizado <input type="checkbox"/> Não se Aplica	Identificação da Publicidade: <input checked="" type="checkbox"/> Marquise <input checked="" type="checkbox"/> Toldo <input checked="" type="checkbox"/> Anúncio <input checked="" type="checkbox"/> Letreiro <input type="checkbox"/> Totem <input type="checkbox"/> Outros
Análise de posturas quanto à publicidade: "S" para SIM e "N" para NÃO (N) Dimensão correta de letreiros, anúncios, toldos, marquises e demais elementos parametrizados. (N) Posicionamento de elementos, sem interferir na leitura da linguagem da edificação. (N) Letreiro paralelo ou perpendicular à edificação, não apresentando o uso simultâneo dos dois tipos. (N) Regularidade de toldos e marquises.	

Detalhes:

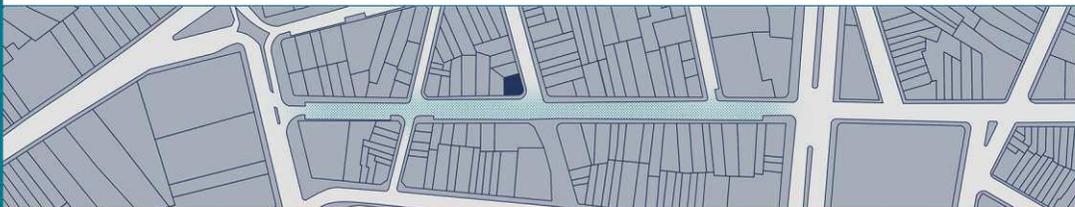


Caracterização dos elementos publicitários: Quanto a materialidade: letreiros "C&A" em acrílico; marquise C&A em ACM; Marquise "Aqui Cred" em lona e metal; anúncios "Luana Relojoaria" em lona e metal; letreiros "Relojoaria Santos" e "Roberto Macedo Advocacia" em lona e metal. Quanto a originalidade: elementos não originais da edificação.
Observações: A parte da edificação que abriga a C&A possui um bom estado da conservação, enquanto a lateral que abriga os demais estabelecimentos possui conservação ruim. Além dos comércios, na lateral do prédio existe um fiteiro utilizado para a venda de variedades.

FICHA DE IDENTIFICAÇÃO E CARACTERIZAÇÃO DE BENS

Ficha: 59	Rua: Venâncio Neiva/Cardoso Vieira	Nº da Edificação: 182	Estilo Arquitetônico Original: Art Déco
-----------	------------------------------------	-----------------------	---

Localização do Imóvel na Via:



Fachada:	Legislação Incidente:	Uso da Edificação:
----------	-----------------------	--------------------



Lei Municipal Nº 3.721/1999 Decreto 25.139/2004 Lei Complementar Nº 003/2006 Decreto 33.816/2013	<input type="checkbox"/> Residencial <input checked="" type="checkbox"/> Comercial <input type="checkbox"/> Institucional <input type="checkbox"/> Serviços <input type="checkbox"/> Misto <input type="checkbox"/> Vazio
Descrição dos Usos: 1. Mioche	Estado da Conservação: <input checked="" type="checkbox"/> Bom <input type="checkbox"/> Regular <input type="checkbox"/> Ruim <input type="checkbox"/> Ruína
Grau de Modificação: <input type="checkbox"/> Integro <input checked="" type="checkbox"/> Pouco Alterado <input type="checkbox"/> Muito Alterado <input type="checkbox"/> Descaracterizado <input type="checkbox"/> Não se Aplica	Identificação da Publicidade: <input checked="" type="checkbox"/> Marquise <input type="checkbox"/> Toldo <input type="checkbox"/> Anúncio <input checked="" type="checkbox"/> Letreiro <input type="checkbox"/> Totem <input type="checkbox"/> Outros
Análise de posturas quanto à publicidade: "S" para SIM e "N" para NÃO (N) Dimensão correta de letreiros, anúncios, toldos, marquises e demais elementos parametrizados. (S) Posicionamento de elementos, sem interferir na leitura da linguagem da edificação. (S) Letreiro paralelo ou perpendicular à edificação, não apresentando o uso simultâneo dos dois tipos. (N) Regularidade de toldos e marquises.	

Detalhes:

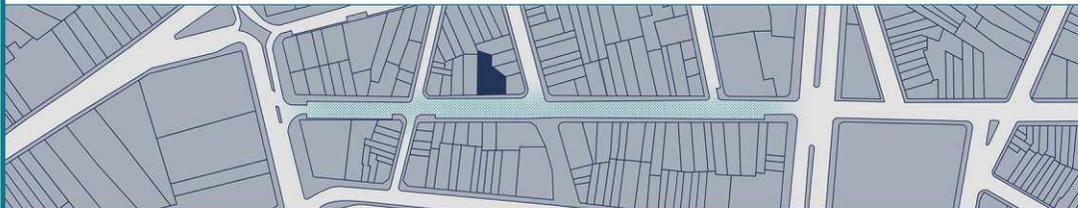


Caracterização dos elementos publicitários: Quanto a materialidade: letreiro "Edifício São Paulo" em concreto; marquise "Mioche" em ACM. Quanto a originalidade: letreiro "Edifício São Paulo" original da edificação, marquise "Mioche" não original da edificação.
Observações: Existe um fiteiro na lateral da edificação para fins de alimentação.

FICHA DE IDENTIFICAÇÃO E CARACTERIZAÇÃO DE BENS

Ficha: 60	Rua: Venâncio Neiva	Nº da Edificação: 190	Estilo Arquitetônico Original: Art Déco
-----------	---------------------	-----------------------	---

Localização do Imóvel na Via:



Fachada:	Legislação Incidente:	Uso da Edificação:
----------	-----------------------	--------------------



Lei Municipal Nº 3.721/1999 Decreto 25.139/2004 Lei Complementar Nº 003/2006 Decreto 33.816/2013	<input type="checkbox"/> Residencial <input checked="" type="checkbox"/> Comercial <input type="checkbox"/> Institucional <input type="checkbox"/> Serviços <input type="checkbox"/> Misto <input type="checkbox"/> Vazio
Descrição dos Usos: 1. Hiper Redepharma	Estado da Conservação: <input checked="" type="checkbox"/> Bom <input type="checkbox"/> Regular <input type="checkbox"/> Ruim <input type="checkbox"/> Ruína
Grau de Modificação: <input type="checkbox"/> Íntegro <input type="checkbox"/> Pouco Alterado <input checked="" type="checkbox"/> Muito Alterado <input type="checkbox"/> Descaracterizado <input type="checkbox"/> Não se Aplica	Identificação da Publicidade: <input checked="" type="checkbox"/> Marquise <input type="checkbox"/> Toldo <input checked="" type="checkbox"/> Anúncio <input type="checkbox"/> Letreiro <input type="checkbox"/> Totem <input type="checkbox"/> Outros
Análise de posturas quanto à publicidade: "S" para SIM e "N" para NÃO (N) Dimensão correta de letreiros, anúncios, toldos, marquises e demais elementos parametrizados. (S) Posicionamento de elementos, sem interferir na leitura da linguagem da edificação. (S) Letreiro paralelo ou perpendicular à edificação, não apresentando o uso simultâneo dos dois tipos. (N) Regularidade de toldos e marquises.	

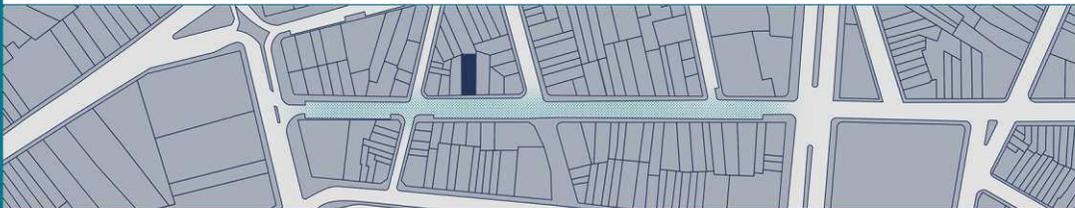


Detalhes: Caracterização dos elementos publicitários: Quanto a materialidade: marquise em ACM; anúncios adesivos. Quanto a originalidade: elementos não originais da edificação.
Observações: A edificação ocupa dois lotes, nos quais é possível notar que foram acrescentados um pavimento, descaracterizando grande parte da linguagem art déco original.

FICHA DE IDENTIFICAÇÃO E CARACTERIZAÇÃO DE BENS

Ficha: 61	Rua: Venâncio Neiva	Nº da Edificação: 204	Estilo Arquitetônico Original: Art Déco
-----------	---------------------	-----------------------	---

Localização do Imóvel na Via:



Fachada:	Legislação Incidente:	Uso da Edificação:
----------	-----------------------	--------------------



Lei Municipal Nº 3.721/1999 Decreto 25.139/2004 Lei Complementar Nº 003/2006 Decreto 33.816/2013	<input type="checkbox"/> Residencial <input type="checkbox"/> Comercial <input type="checkbox"/> Institucional <input type="checkbox"/> Serviços <input checked="" type="checkbox"/> Misto <input type="checkbox"/> Vazio
Descrição dos Usos: 1. BR Financeira (Serviços) 2. Gráfica (Comercial) 3. O Carimbão (Comercial) 4. Pro Assistência Contábil (Serv.)	Estado da Conservação: <input type="checkbox"/> Bom <input type="checkbox"/> Regular <input checked="" type="checkbox"/> Ruim <input type="checkbox"/> Ruína
Grau de Modificação: <input type="checkbox"/> Íntegro <input checked="" type="checkbox"/> Pouco Alterado <input type="checkbox"/> Muito Alterado <input type="checkbox"/> Descaracterizado <input type="checkbox"/> Não se Aplica	Identificação da Publicidade: <input type="checkbox"/> Marquise <input type="checkbox"/> Toldo <input checked="" type="checkbox"/> Anúncio <input checked="" type="checkbox"/> Letreiro <input type="checkbox"/> Totem <input type="checkbox"/> Outros
Análise de posturas quanto à publicidade: "S" para SIM e "N" para NÃO (N) Dimensão correta de letreiros, anúncios, toldos, marquises e demais elementos parametrizados. (N) Posicionamento de elementos, sem interferir na leitura da linguagem da edificação. (N) Letreiro paralelo ou perpendicular à edificação, não apresentando o uso simultâneo dos dois tipos. (S) Regularidade de toldos e marquises.	

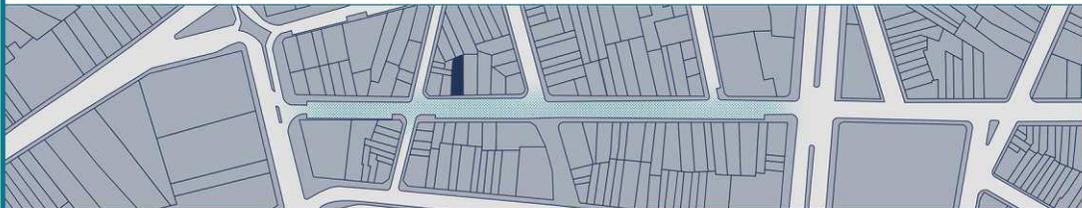


Detalhes: Caracterização dos elementos publicitários: Quanto a materialidade: letreiros "O Carimbão", "BR Financeira" e "Gráfica" em lona e metal; anúncios adesivos "Pro Assistência Contábil". Quanto a originalidade: elementos não originais da edificação.
Observações:

FICHA DE IDENTIFICAÇÃO E CARACTERIZAÇÃO DE BENS

Ficha: 62 Rua: Venâncio Neiva N° da Edificação: 218-214 Estilo Arquitetônico Original: Art Déco

Localização do Imóvel na Via:



Fachada: Legislação Incidente: Uso da Edificação:



Lei Municipal N° 3.721/1999
Decreto 25.139/2004
Lei Complementar N° 003/2006
Decreto 33.816/2013

() Residencial
() Comercial
() Institucional
() Serviços
 Misto
() Vazio

Descrição dos Usos: Estado da Conservação:

1. Óticas Já (Comércio)
2. Óculos Lux (Comércio)
3. Habitação

() Bom
() Regular
 Ruim
() Ruína

Grau de Modificação: Identificação da Publicidade:

() Integro
 Pouco Alterado
() Muito Alterado
() Descaracterizado
() Não se Aplica

(x) Marquise
() Toldo
() Anúncio
 Letreiro
() Totem
() Outros

Análise de posturas quanto à publicidade: "S" para SIM e "N" para NÃO

(N) Dimensão correta de letreiros, anúncios, toldos, marquises e demais elementos parametrizados.
(S) Posicionamento de elementos, sem interferir na leitura da linguagem da edificação.
(N) Letreiro paralelo ou perpendicular à edificação, não apresentando o uso simultâneo dos dois tipos.
(N) Regularidade de toldos e marquises.

Detalhes:



Caracterização dos elementos publicitários:

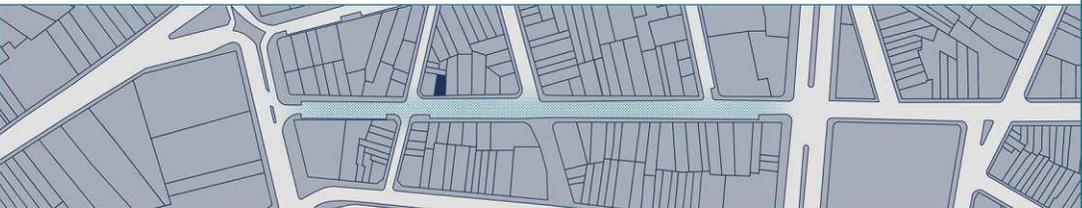
Quanto a materialidade: letreiro paralelo "Óculos Lux" em lona e metal; letreiro perpendicular "Óculos Lux" em PVC; letreiros e marquise Óticas Já" em ACM.
Quanto a originalidade: elementos não originais da edificação.

Observações:

FICHA DE IDENTIFICAÇÃO E CARACTERIZAÇÃO DE BENS

Ficha: 63 Rua: Venâncio Neiva N° da Edificação: 222 Estilo Arquitetônico Original: Art Déco

Localização do Imóvel na Via:



Fachada: Legislação Incidente: Uso da Edificação:



Lei Municipal N° 3.721/1999
Decreto 25.139/2004
Lei Complementar N° 003/2006
Decreto 33.816/2013

() Residencial
 Comercial
() Institucional
() Serviços
() Misto
() Vazio

Descrição dos Usos: Estado da Conservação:

1. Outlet Lingerie
2. Alírio Martins

() Bom
() Regular
 Ruim
() Ruína

Grau de Modificação: Identificação da Publicidade:

() Integro
 Pouco Alterado
() Muito Alterado
() Descaracterizado
() Não se Aplica

(x) Marquise
(x) Toldo
() Anúncio
 Letreiro
() Totem
() Outros

Análise de posturas quanto à publicidade: "S" para SIM e "N" para NÃO

(N) Dimensão correta de letreiros, anúncios, toldos, marquises e demais elementos parametrizados.
(S) Posicionamento de elementos, sem interferir na leitura da linguagem da edificação.
(S) Letreiro paralelo ou perpendicular à edificação, não apresentando o uso simultâneo dos dois tipos.
(N) Regularidade de toldos e marquises.

Detalhes:



Caracterização dos elementos publicitários:

Quanto a materialidade: marquise em ACM com toldo embutido em lona.
Quanto a originalidade: elementos não originais da edificação.

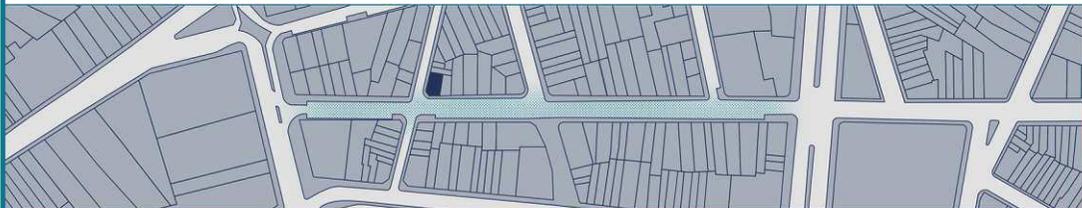
Observações:

A marquise publicitária oculta e envolve totalmente a marquise em concreto, original da edificação.

FICHA DE IDENTIFICAÇÃO E CARACTERIZAÇÃO DE BENS

Ficha: 64	Rua: Venâncio Neiva/Monsenhor Sales	Nº da Edificação: 226	Estilo Arquitetônico Original: Art Déco
-----------	-------------------------------------	-----------------------	---

Localização do Imóvel na Via:



Fachada:	Legislação Incidente:	Uso da Edificação:
----------	-----------------------	--------------------



Lei Municipal Nº 3.721/1999 Decreto 25.139/2004 Lei Complementar Nº 003/2006 Decreto 33.816/2013	<input type="checkbox"/> Residencial <input checked="" type="checkbox"/> Comercial <input type="checkbox"/> Institucional <input type="checkbox"/> Serviços <input type="checkbox"/> Misto <input type="checkbox"/> Vazio
Descrição dos Usos: 1. Ótica Vip	Estado da Conservação: <input checked="" type="checkbox"/> Bom <input type="checkbox"/> Regular <input type="checkbox"/> Ruim <input type="checkbox"/> Ruína
Grau de Modificação: <input type="checkbox"/> Íntegro <input checked="" type="checkbox"/> Pouco Alterado <input type="checkbox"/> Muito Alterado <input type="checkbox"/> Descaracterizado <input type="checkbox"/> Não se Aplica	Identificação da Publicidade: <input checked="" type="checkbox"/> Marquise <input checked="" type="checkbox"/> Toldo <input type="checkbox"/> Anúncio <input checked="" type="checkbox"/> Letreiro <input type="checkbox"/> Totem <input type="checkbox"/> Outros
Análise de posturas quanto à publicidade: "S" para SIM e "N" para NÃO (N) Dimensão correta de letreiros, anúncios, toldos, marquises e demais elementos parametrizados. (S) Posicionamento de elementos, sem interferir na leitura da linguagem da edificação. (S) Letreiro paralelo ou perpendicular à edificação, não apresentando o uso simultâneo dos dois tipos. (N) Regularidade de toldos e marquises.	

Detalhes:



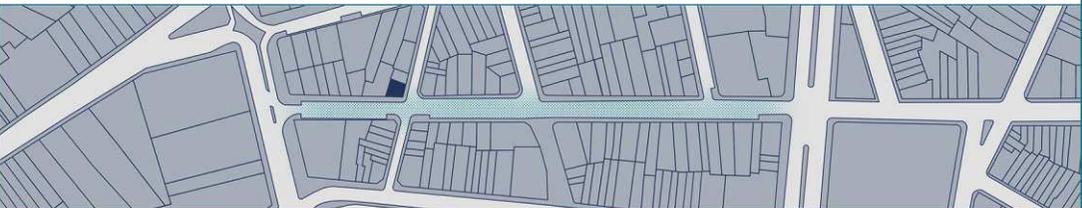
Caracterização dos elementos publicitários: Quanto a materialidade: marquise em lona e metal com toldo em lona, letreiro em ACM e acrílico. Quanto a originalidade: elementos não originais da edificação.
--

Observações:

FICHA DE IDENTIFICAÇÃO E CARACTERIZAÇÃO DE BENS

Ficha: 65	Rua: Venâncio Neiva/Monsenhor Sales	Nº da Edificação: 248	Estilo Arquitetônico Original: Art Déco
-----------	-------------------------------------	-----------------------	---

Localização do Imóvel na Via:



Fachada:	Legislação Incidente:	Uso da Edificação:
----------	-----------------------	--------------------



Lei Municipal Nº 3.721/1999 Decreto 25.139/2004 Lei Complementar Nº 003/2006 Decreto 33.816/2013	<input type="checkbox"/> Residencial <input checked="" type="checkbox"/> Comercial <input type="checkbox"/> Institucional <input type="checkbox"/> Serviços <input type="checkbox"/> Misto <input type="checkbox"/> Vazio
Descrição dos Usos: 1. Vicente Bijuterias 2. Banca ou Fiteiro	Estado da Conservação: <input type="checkbox"/> Bom <input checked="" type="checkbox"/> Regular <input type="checkbox"/> Ruim <input type="checkbox"/> Ruína
Grau de Modificação: <input type="checkbox"/> Íntegro <input checked="" type="checkbox"/> Pouco Alterado <input type="checkbox"/> Muito Alterado <input type="checkbox"/> Descaracterizado <input type="checkbox"/> Não se Aplica	Identificação da Publicidade: <input checked="" type="checkbox"/> Marquise <input type="checkbox"/> Toldo <input checked="" type="checkbox"/> Anúncio <input checked="" type="checkbox"/> Letreiro <input type="checkbox"/> Totem <input type="checkbox"/> Outros
Análise de posturas quanto à publicidade: "S" para SIM e "N" para NÃO (N) Dimensão correta de letreiros, anúncios, toldos, marquises e demais elementos parametrizados. (S) Posicionamento de elementos, sem interferir na leitura da linguagem da edificação. (S) Letreiro paralelo ou perpendicular à edificação, não apresentando o uso simultâneo dos dois tipos. (N) Regularidade de toldos e marquises.	

Detalhes:



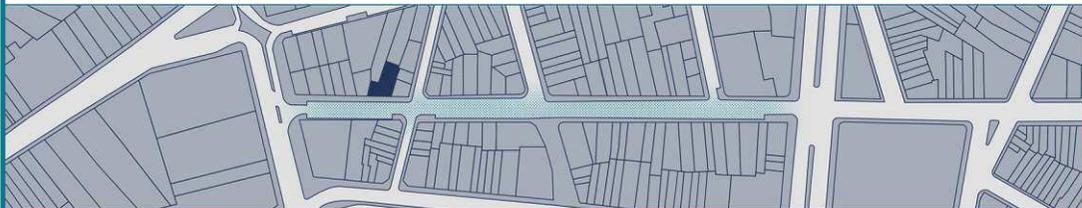
Caracterização dos elementos publicitários: Quanto a materialidade: marquise em ACM; anúncio pintado sob a parede; anúncio adesivo sob as esquadrias. Quanto a originalidade: elementos não originais da edificação.
--

Observações: O Salão de Beleza não funcionais mais no local, porém o adesivo foi deixado na esquadria.

FICHA DE IDENTIFICAÇÃO E CARACTERIZAÇÃO DE BENS

Ficha: 66	Rua: Venâncio Neiva	Nº da Edificação: 260	Estilo Arquitetônico Original: Contemporâneo
-----------	---------------------	-----------------------	--

Localização do Imóvel na Via:



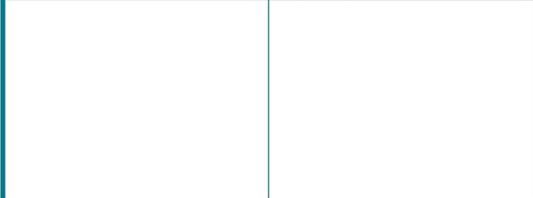
Fachada:	Legislação Incidente:	Uso da Edificação:
	Lei Municipal Nº 3.721/1999 Decreto 25.139/2004 Lei Complementar Nº 003/2006 Decreto 33.816/2013	<input type="checkbox"/> Residencial <input type="checkbox"/> Comercial <input type="checkbox"/> Institucional <input type="checkbox"/> Serviços <input checked="" type="checkbox"/> Misto <input type="checkbox"/> Vazio
	Descrição dos Usos:	Estado da Conservação:
	1. Central Hotel	<input checked="" type="checkbox"/> Bom <input type="checkbox"/> Regular <input type="checkbox"/> Ruim <input type="checkbox"/> Ruína
	Grau de Modificação:	Identificação da Publicidade:
	<input checked="" type="checkbox"/> Íntegro <input type="checkbox"/> Pouco Alterado <input type="checkbox"/> Muito Alterado <input type="checkbox"/> Descaracterizado <input type="checkbox"/> Não se Aplica	<input checked="" type="checkbox"/> Marquise <input type="checkbox"/> Toldo <input type="checkbox"/> Anúncio <input checked="" type="checkbox"/> Letreiro <input type="checkbox"/> Totem <input type="checkbox"/> Outros
Análise de posturas quanto à publicidade: "S" para SIM e "N" para NÃO		
(N) Dimensão correta de letreiros, anúncios, toldos, marquises e demais elementos parametrizados. (S) Posicionamento de elementos, sem interferir na leitura da linguagem da edificação. (S) Letreiro paralelo ou perpendicular à edificação, não apresentando o uso simultâneo dos dois tipos. (N) Regularidade de toldos e marquises.		

Detalhes:



Caracterização dos elementos publicitários:
Quanto a materialidade: marquise em PVC. Quanto a originalidade: não original da edificação.

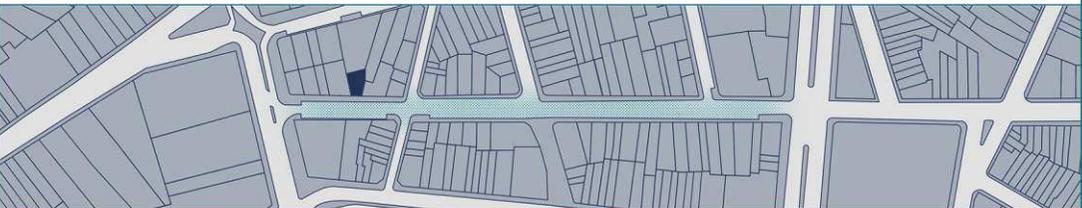
Observações:



FICHA DE IDENTIFICAÇÃO E CARACTERIZAÇÃO DE BENS

Ficha: 67	Rua: Venâncio Neiva	Nº da Edificação: 270	Estilo Arquitetônico Original: Vernacular
-----------	---------------------	-----------------------	---

Localização do Imóvel na Via:



Fachada:	Legislação Incidente:	Uso da Edificação:
	Lei Municipal Nº 3.721/1999 Decreto 25.139/2004 Lei Complementar Nº 003/2006 Decreto 33.816/2013	<input type="checkbox"/> Residencial <input checked="" type="checkbox"/> Comercial <input type="checkbox"/> Institucional <input type="checkbox"/> Serviços <input type="checkbox"/> Misto <input type="checkbox"/> Vazio
	Descrição dos Usos:	Estado da Conservação:
	1. LabFilm	<input type="checkbox"/> Bom <input type="checkbox"/> Regular <input checked="" type="checkbox"/> Ruim <input type="checkbox"/> Ruína
	Grau de Modificação:	Identificação da Publicidade:
	<input type="checkbox"/> Íntegro <input checked="" type="checkbox"/> Pouco Alterado <input type="checkbox"/> Muito Alterado <input type="checkbox"/> Descaracterizado <input type="checkbox"/> Não se Aplica	<input type="checkbox"/> Marquise <input checked="" type="checkbox"/> Toldo <input checked="" type="checkbox"/> Anúncio <input checked="" type="checkbox"/> Letreiro <input type="checkbox"/> Totem <input type="checkbox"/> Outros
Análise de posturas quanto à publicidade: "S" para SIM e "N" para NÃO		
(N) Dimensão correta de letreiros, anúncios, toldos, marquises e demais elementos parametrizados. (S) Posicionamento de elementos, sem interferir na leitura da linguagem da edificação. (N) Letreiro paralelo ou perpendicular à edificação, não apresentando o uso simultâneo dos dois tipos. (N) Regularidade de toldos e marquises.		

Detalhes:



Caracterização dos elementos publicitários:
Quanto a materialidade: letreiro paralelo em lona e metal; letreiro perpendicular em ACM; toldo em lona fixo na marquise; anúncios adesivos sob as paredes. Quanto a originalidade: elementos não originais da edificação.

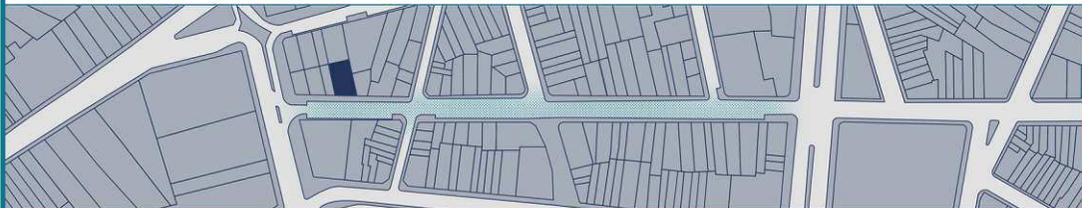
Observações:



FICHA DE IDENTIFICAÇÃO E CARACTERIZAÇÃO DE BENS

Ficha: 68 Rua: Venâncio Neiva N° da Edificação: 276-282 Estilo Arquitetônico Original: Art Déco

Localização do Imóvel na Via:



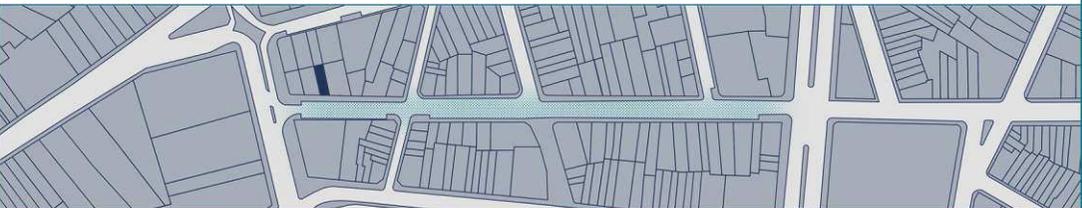
Fachada:	Legislação Incidente:	Uso da Edificação:
	Lei Municipal Nº 3.721/1999 Decreto 25.139/2004 Lei Complementar Nº 003/2006 Decreto 33.816/2013	<input type="checkbox"/> Residencial <input type="checkbox"/> Comercial <input type="checkbox"/> Institucional <input type="checkbox"/> Serviços <input checked="" type="checkbox"/> Misto <input type="checkbox"/> Vazio
	Descrição dos Usos:	Estado da Conservação:
	1. UTI dos Óculos 2. Bar do Genival 3. Ótica Central	<input type="checkbox"/> Bom <input type="checkbox"/> Regular <input checked="" type="checkbox"/> Ruim <input type="checkbox"/> Ruína
	Grau de Modificação:	Identificação da Publicidade:
	<input type="checkbox"/> Íntegro <input checked="" type="checkbox"/> Pouco Alterado <input type="checkbox"/> Muito Alterado <input type="checkbox"/> Descaracterizado <input type="checkbox"/> Não se Aplica	<input type="checkbox"/> Marquise <input type="checkbox"/> Toldo <input checked="" type="checkbox"/> Anúncio <input checked="" type="checkbox"/> Letreiro <input type="checkbox"/> Totem <input type="checkbox"/> Outros
Análise de posturas quanto à publicidade: "S" para SIM e "N" para NÃO		
(N) Dimensão correta de letreiros, anúncios, toldos, marquises e demais elementos parametrizados. (S) Posicionamento de elementos, sem interferir na leitura da linguagem da edificação. (S) Letreiro paralelo ou perpendicular à edificação, não apresentando o uso simultâneo dos dois tipos. (S) Regularidade de toldos e marquises.		

Detalhes:	Caracterização dos elementos publicitários:
	Quanto a materialidade: letreiros "UTI dos óculos" e "óculos e acessórios" em ACM; letreiro "Ótica Central" em PVC; anúncio "Coca-cola" em metal. Quanto a originalidade: elementos não originais da edificação.
Observações:	

FICHA DE IDENTIFICAÇÃO E CARACTERIZAÇÃO DE BENS

Ficha: 69 Rua: Venâncio Neiva N° da Edificação: 286 Estilo Arquitetônico Original: Art Déco

Localização do Imóvel na Via:



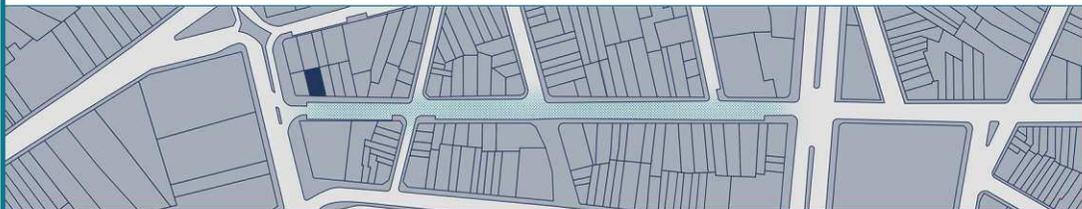
Fachada:	Legislação Incidente:	Uso da Edificação:
	Lei Municipal Nº 3.721/1999 Decreto 25.139/2004 Lei Complementar Nº 003/2006 Decreto 33.816/2013	<input type="checkbox"/> Residencial <input type="checkbox"/> Comercial <input type="checkbox"/> Institucional <input type="checkbox"/> Serviços <input checked="" type="checkbox"/> Misto <input type="checkbox"/> Vazio
	Descrição dos Usos:	Estado da Conservação:
	1. Puro Luxo 2. Habitação	<input type="checkbox"/> Bom <input checked="" type="checkbox"/> Regular <input type="checkbox"/> Ruim <input type="checkbox"/> Ruína
	Grau de Modificação:	Identificação da Publicidade:
	<input type="checkbox"/> Íntegro <input checked="" type="checkbox"/> Pouco Alterado <input type="checkbox"/> Muito Alterado <input type="checkbox"/> Descaracterizado <input type="checkbox"/> Não se Aplica	<input checked="" type="checkbox"/> Marquise <input type="checkbox"/> Toldo <input type="checkbox"/> Anúncio <input checked="" type="checkbox"/> Letreiro <input type="checkbox"/> Totem <input type="checkbox"/> Outros
Análise de posturas quanto à publicidade: "S" para SIM e "N" para NÃO		
(N) Dimensão correta de letreiros, anúncios, toldos, marquises e demais elementos parametrizados. (S) Posicionamento de elementos, sem interferir na leitura da linguagem da edificação. (S) Letreiro paralelo ou perpendicular à edificação, não apresentando o uso simultâneo dos dois tipos. (N) Regularidade de toldos e marquises.		

Detalhes:	Caracterização dos elementos publicitários:
	Quanto a materialidade: marquise e letreiro em ACM e acrílico. Quanto a originalidade: elementos não originais da edificação.
Observações:	

FICHA DE IDENTIFICAÇÃO E CARACTERIZAÇÃO DE BENS

Ficha: 70	Rua: Venâncio Neiva	Nº da Edificação: 296	Estilo Arquitetônico Original: Art Déco
-----------	---------------------	-----------------------	---

Localização do Imóvel na Via:



Fachada:	Legislação Incidente:	Uso da Edificação:
----------	-----------------------	--------------------



Lei Municipal Nº 3.721/1999 Decreto 25.139/2004 Lei Complementar Nº 003/2006 Decreto 33.816/2013	<input type="checkbox"/> Residencial <input checked="" type="checkbox"/> Comercial <input type="checkbox"/> Institucional <input type="checkbox"/> Serviços <input type="checkbox"/> Misto <input type="checkbox"/> Vazio
Descrição dos Usos: 1. Sertec Copiadora	Estado da Conservação: <input checked="" type="checkbox"/> Bom <input type="checkbox"/> Regular <input type="checkbox"/> Ruim <input type="checkbox"/> Ruína
Grau de Modificação: <input type="checkbox"/> Íntegro <input checked="" type="checkbox"/> Pouco Alterado <input type="checkbox"/> Muito Alterado <input type="checkbox"/> Descaracterizado <input type="checkbox"/> Não se Aplica	Identificação da Publicidade: <input checked="" type="checkbox"/> Marquise <input type="checkbox"/> Toldo <input type="checkbox"/> Anúncio <input checked="" type="checkbox"/> Letreiro <input type="checkbox"/> Totem <input type="checkbox"/> Outros
Análise de posturas quanto à publicidade: "S" para SIM e "N" para NÃO <input type="checkbox"/> Dimensão correta de letreiros, anúncios, toldos, marquises e demais elementos parametrizados. <input checked="" type="checkbox"/> Posicionamento de elementos, sem interferir na leitura da linguagem da edificação. <input checked="" type="checkbox"/> Letreiro paralelo ou perpendicular à edificação, não apresentando o uso simultâneo dos dois tipos. <input type="checkbox"/> Regularidade de toldos e marquises.	

Detalhes:



Caracterização dos elementos publicitários: Quanto a materialidade: marquise em lona e metal; letreiros em acrílico. Quanto a originalidade: elementos não originais da edificação.

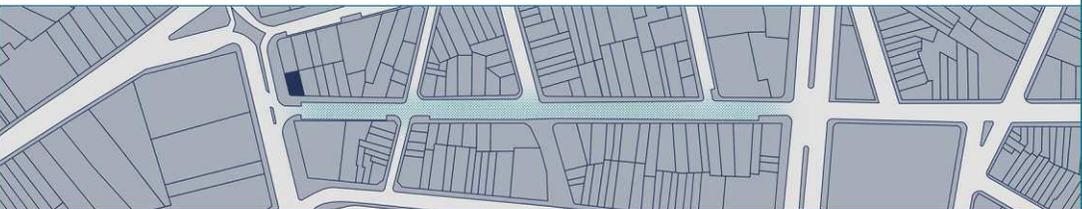


Observações:

FICHA DE IDENTIFICAÇÃO E CARACTERIZAÇÃO DE BENS

Ficha: 71	Rua: Venâncio Neiva/Sete de Setembro	Nº da Edificação: 302	Estilo Arquitetônico Original: Art Déco
-----------	--------------------------------------	-----------------------	---

Localização do Imóvel na Via:



Fachada:	Legislação Incidente:	Uso da Edificação:
----------	-----------------------	--------------------



Lei Municipal Nº 3.721/1999 Decreto 25.139/2004 Lei Complementar Nº 003/2006 Decreto 33.816/2013	<input type="checkbox"/> Residencial <input checked="" type="checkbox"/> Comercial <input type="checkbox"/> Institucional <input type="checkbox"/> Serviços <input type="checkbox"/> Misto <input type="checkbox"/> Vazio
Descrição dos Usos: 1. Bazar Elétrico 2. Master Banca 3. Pronto Socorro dos Óculos	Estado da Conservação: <input type="checkbox"/> Bom <input type="checkbox"/> Regular <input checked="" type="checkbox"/> Ruim <input type="checkbox"/> Ruína
Grau de Modificação: <input type="checkbox"/> Íntegro <input checked="" type="checkbox"/> Pouco Alterado <input type="checkbox"/> Muito Alterado <input type="checkbox"/> Descaracterizado <input type="checkbox"/> Não se Aplica	Identificação da Publicidade: <input checked="" type="checkbox"/> Marquise <input checked="" type="checkbox"/> Toldo <input checked="" type="checkbox"/> Anúncio <input checked="" type="checkbox"/> Letreiro <input type="checkbox"/> Totem <input checked="" type="checkbox"/> Outros
Análise de posturas quanto à publicidade: "S" para SIM e "N" para NÃO <input type="checkbox"/> Dimensão correta de letreiros, anúncios, toldos, marquises e demais elementos parametrizados. <input type="checkbox"/> Posicionamento de elementos, sem interferir na leitura da linguagem da edificação. <input type="checkbox"/> Letreiro paralelo ou perpendicular à edificação, não apresentando o uso simultâneo dos dois tipos. <input type="checkbox"/> Regularidade de toldos e marquises.	

Detalhes:



Caracterização dos elementos publicitários: Quanto a materialidade: Marquise, letreiro "Bazar Elétrico", anúncio "Thakita" e anúncio "Black e Decker" em lona e metal; letreiros "Bazar Elétrico" pintados diretamente sob as paredes, letreiro e marquise "Pronto Socorro dos Óculos" em ACM e acrílico. Quanto a originalidade: elementos não originais da edificação.
--

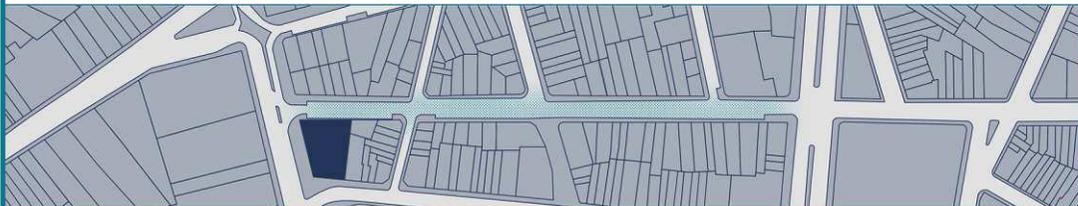


Observações: A Master Banca encontra-se no passeio utilizando de uma das laterais da edificação.

FICHA DE IDENTIFICAÇÃO E CARACTERIZAÇÃO DE BENS

Ficha: 72	Rua: Venâncio Neiva/Sete de Setembro	Nº da Edificação: 287	Estilo Arquitetônico Original: Modernista
-----------	--------------------------------------	-----------------------	---

Localização do Imóvel na Via:



Fachada:	Legislação Incidente:	Uso da Edificação:
----------	-----------------------	--------------------



Lei Municipal Nº 3.721/1999 Decreto 25.139/2004 Lei Complementar Nº 003/2006 Decreto 33.816/2013	<input type="checkbox"/> Residencial <input type="checkbox"/> Comercial <input type="checkbox"/> Institucional <input type="checkbox"/> Serviços <input checked="" type="checkbox"/> Misto <input type="checkbox"/> Vazio
Descrição dos Usos: 1. Edifício João Rique (Resid.) 2. Quéops (Comércio) 3. Totalli Créditos e Seguros (Com.) 4. G7 Galeria (Comércio) 5. TV Borborema (Serviços)	Estado da Conservação: <input type="checkbox"/> Bom <input checked="" type="checkbox"/> Regular <input type="checkbox"/> Ruim <input type="checkbox"/> Ruína
Grau de Modificação: <input type="checkbox"/> Íntegro <input checked="" type="checkbox"/> Pouco Alterado <input type="checkbox"/> Muito Alterado <input type="checkbox"/> Descaracterizado <input type="checkbox"/> Não se Aplica	Identificação da Publicidade: <input type="checkbox"/> Marquise <input type="checkbox"/> Toldo <input checked="" type="checkbox"/> Anúncio <input checked="" type="checkbox"/> Letreiro <input type="checkbox"/> Totem <input type="checkbox"/> Outros
Análise de posturas quanto à publicidade: "S" para SIM e "N" para NÃO (N) Dimensão correta de letreiros, anúncios, toldos, marquises e demais elementos parametrizados. (S) Posicionamento de elementos, sem interferir na leitura da linguagem da edificação. (S) Letreiro paralelo ou perpendicular à edificação, não apresentando o uso simultâneo dos dois tipos. (S) Regularidade de toldos e marquises.	

Detalhes:

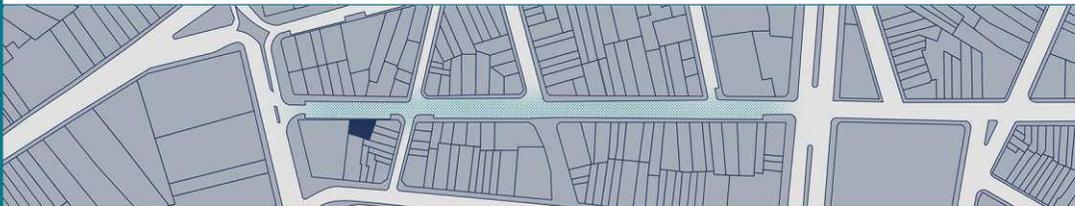


Caracterização dos elementos publicitários: Quanto a materialidade: letreiros "Lojas Quéops" em acrílico, letreiro "Totalli" em ACM; letreiro "Edifício João Rique" em aço; letreiro e logo "Diário da Borborema" pintados diretamente sob a parede. Quanto a originalidade: letreiros não originais da edificação, com exceção do "Edifício João Rique".
Observações: A Edificação abriga outros comércios analisados ao tratar da Rua Marquês do Herval.

FICHA DE IDENTIFICAÇÃO E CARACTERIZAÇÃO DE BENS

Ficha: 73	Rua: Venâncio Neiva	Nº da Edificação: s/n	Estilo Arquitetônico Original: Contemporâneo
-----------	---------------------	-----------------------	--

Localização do Imóvel na Via:

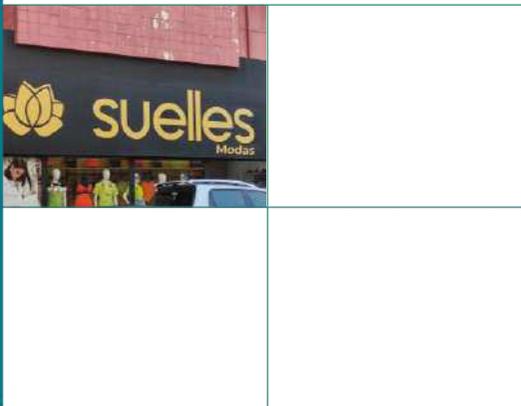


Fachada:	Legislação Incidente:	Uso da Edificação:
----------	-----------------------	--------------------



Lei Municipal Nº 3.721/1999 Decreto 25.139/2004 Lei Complementar Nº 003/2006 Decreto 33.816/2013	<input type="checkbox"/> Residencial <input checked="" type="checkbox"/> Comercial <input type="checkbox"/> Institucional <input type="checkbox"/> Serviços <input type="checkbox"/> Misto <input type="checkbox"/> Vazio
Descrição dos Usos: 1. Suelles Modas	Estado da Conservação: <input type="checkbox"/> Bom <input checked="" type="checkbox"/> Regular <input type="checkbox"/> Ruim <input type="checkbox"/> Ruína
Grau de Modificação: <input type="checkbox"/> Íntegro <input checked="" type="checkbox"/> Pouco Alterado <input type="checkbox"/> Muito Alterado <input type="checkbox"/> Descaracterizado <input type="checkbox"/> Não se Aplica	Identificação da Publicidade: <input type="checkbox"/> Marquise <input type="checkbox"/> Toldo <input type="checkbox"/> Anúncio <input checked="" type="checkbox"/> Letreiro <input type="checkbox"/> Totem <input type="checkbox"/> Outros
Análise de posturas quanto à publicidade: "S" para SIM e "N" para NÃO (N) Dimensão correta de letreiros, anúncios, toldos, marquises e demais elementos parametrizados. (S) Posicionamento de elementos, sem interferir na leitura da linguagem da edificação. (S) Letreiro paralelo ou perpendicular à edificação, não apresentando o uso simultâneo dos dois tipos. (S) Regularidade de toldos e marquises.	

Detalhes:

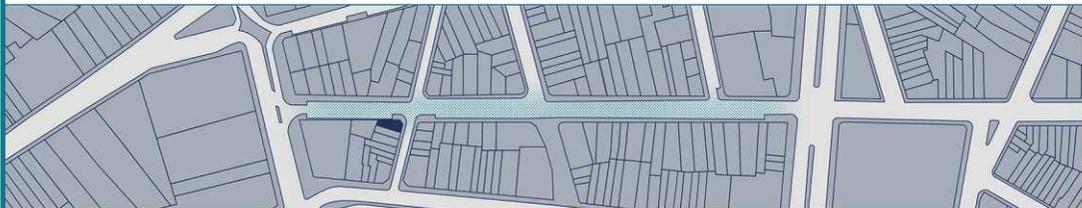


Caracterização dos elementos publicitários: Quanto a materialidade: letreiro em ACM. Quanto a originalidade: elemento não original da edificação.
Observações:

FICHA DE IDENTIFICAÇÃO E CARACTERIZAÇÃO DE BENS

Ficha: 74	Rua: Venâncio Neiva/Monsenhor Sales	Nº da Edificação: 78	Estilo Arquitetônico Original: Art Déco
-----------	-------------------------------------	----------------------	---

Localização do Imóvel na Via:



Fachada:	Legislação Incidente:	Uso da Edificação:
----------	-----------------------	--------------------



Lei Municipal Nº 3.721/1999 Decreto 25.139/2004 Lei Complementar Nº 003/2006 Decreto 33.816/2013	<input type="checkbox"/> Residencial <input type="checkbox"/> Comercial <input type="checkbox"/> Institucional <input type="checkbox"/> Serviços <input checked="" type="checkbox"/> Misto <input type="checkbox"/> Vazio
Descrição dos Usos: 1. A Simpatia (Comércio) 2. Ótica Pontual (Comércio) 3. Alcoólicos Anônimos (Serviço)	Estado da Conservação: <input type="checkbox"/> Bom <input type="checkbox"/> Regular <input checked="" type="checkbox"/> Ruim <input type="checkbox"/> Ruína
Grau de Modificação: <input type="checkbox"/> Íntegro <input checked="" type="checkbox"/> Pouco Alterado <input type="checkbox"/> Muito Alterado <input type="checkbox"/> Descaracterizado <input type="checkbox"/> Não se Aplica	Identificação da Publicidade: <input checked="" type="checkbox"/> Marquise <input type="checkbox"/> Toldo <input type="checkbox"/> Anúncio <input checked="" type="checkbox"/> Letreiro <input type="checkbox"/> Totem <input type="checkbox"/> Outros
Análise de posturas quanto à publicidade: "S" para SIM e "N" para NÃO <input type="checkbox"/> Dimensão correta de letreiros, anúncios, toldos, marquises e demais elementos parametrizados. <input type="checkbox"/> Posicionamento de elementos, sem interferir na leitura da linguagem da edificação. <input type="checkbox"/> Letreiro paralelo ou perpendicular à edificação, não apresentando o uso simultâneo dos dois tipos. <input type="checkbox"/> Regularidade de toldos e marquises.	

Detalhes:

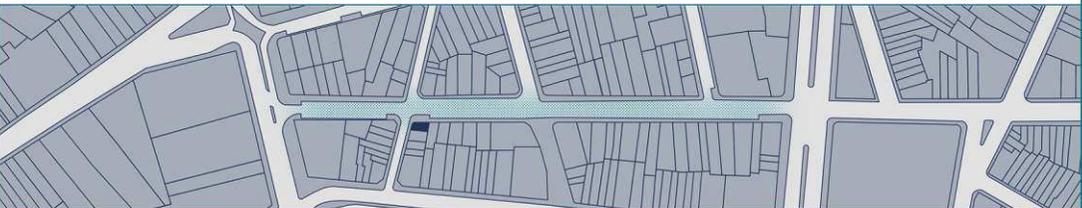


Caracterização dos elementos publicitários: Quanto a materialidade: marquise e letreiros "Óticas Pontual" e "A simpatia" em ACM; letreiro "Alcoólicos Anônimos" pintado diretamente sob a parede. Quanto a originalidade: elementos não originais da edificação.
Observações: No passeio, próximo a edificação existe a Banca do Vanderli, porém a Banca não possui ligação direta com a edificação, estando apenas próxima.

FICHA DE IDENTIFICAÇÃO E CARACTERIZAÇÃO DE BENS

Ficha: 75	Rua: Venâncio Neiva/Monsenhor Sales	Nº da Edificação: 77	Estilo Arquitetônico Original: Art Déco
-----------	-------------------------------------	----------------------	---

Localização do Imóvel na Via:



Fachada:	Legislação Incidente:	Uso da Edificação:
----------	-----------------------	--------------------



Lei Municipal Nº 3.721/1999 Decreto 25.139/2004 Lei Complementar Nº 003/2006 Decreto 33.816/2013	<input type="checkbox"/> Residencial <input checked="" type="checkbox"/> Comercial <input type="checkbox"/> Institucional <input type="checkbox"/> Serviços <input type="checkbox"/> Misto <input type="checkbox"/> Vazio
Descrição dos Usos: 1. World Tennis	Estado da Conservação: <input checked="" type="checkbox"/> Bom <input type="checkbox"/> Regular <input type="checkbox"/> Ruim <input type="checkbox"/> Ruína
Grau de Modificação: <input checked="" type="checkbox"/> Íntegro <input type="checkbox"/> Pouco Alterado <input type="checkbox"/> Muito Alterado <input type="checkbox"/> Descaracterizado <input type="checkbox"/> Não se Aplica	Identificação da Publicidade: <input checked="" type="checkbox"/> Marquise <input type="checkbox"/> Toldo <input type="checkbox"/> Anúncio <input checked="" type="checkbox"/> Letreiro <input type="checkbox"/> Totem <input type="checkbox"/> Outros
Análise de posturas quanto à publicidade: "S" para SIM e "N" para NÃO <input type="checkbox"/> Dimensão correta de letreiros, anúncios, toldos, marquises e demais elementos parametrizados. <input type="checkbox"/> Posicionamento de elementos, sem interferir na leitura da linguagem da edificação. <input type="checkbox"/> Letreiro paralelo ou perpendicular à edificação, não apresentando o uso simultâneo dos dois tipos. <input type="checkbox"/> Regularidade de toldos e marquises.	

Detalhes:

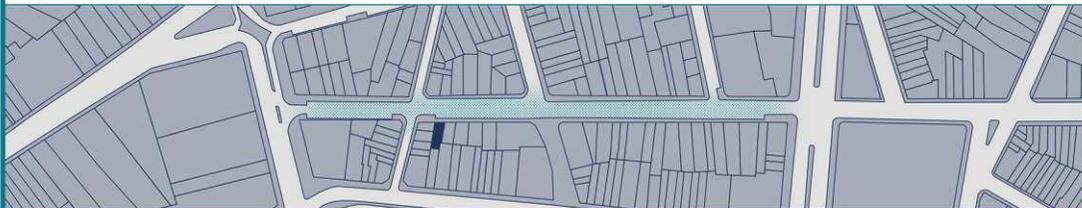


Caracterização dos elementos publicitários: Quanto a materialidade: marquise e letreiros em ACM. Quanto a originalidade: elementos não originais da edificação.
Observações:

FICHA DE IDENTIFICAÇÃO E CARACTERIZAÇÃO DE BENS

Ficha: 76	Rua: Venâncio Neiva	Nº da Edificação: 221	Estilo Arquitetônico Original: Art Déco
-----------	---------------------	-----------------------	---

Localização do Imóvel na Via:



<p>Fachada:</p>	<p>Legislação Incidente:</p> <p>Lei Municipal Nº 3.721/1999 Decreto 25.139/2004 Lei Complementar Nº 003/2006 Decreto 33.816/2013</p>	<p>Uso da Edificação:</p> <p>() Residencial (x) Comercial () Institucional () Serviços () Misto () Vazio</p>
	<p>Descrição dos Usos:</p> <p>1. Arezzo</p>	<p>Estado da Conservação:</p> <p>(x) Bom () Regular () Ruim () Ruína</p>
	<p>Grau de Modificação:</p> <p>() Integro (x) Pouco Alterado () Muito Alterado () Descaracterizado () Não se Aplica</p>	<p>Identificação da Publicidade:</p> <p>() Marquise () Toldo () Anúncio (x) Letreiro () Totem () Outros</p>
	<p>Análise de posturas quanto à publicidade: "S" para SIM e "N" para NÃO</p> <p>(S) Dimensão correta de letreiros, anúncios, toldos, marquises e demais elementos parametrizados. (S) Posicionamento de elementos, sem interferir na leitura da linguagem da edificação. (S) Letreiro paralelo ou perpendicular à edificação, não apresentando o uso simultâneo dos dois tipos. (S) Regularidade de toldos e marquises.</p>	
	<p>Detalhes:</p>	

Caracterização dos elementos publicitários:

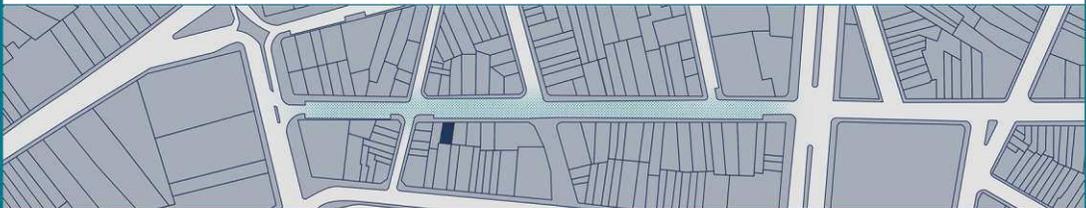
Quanto a materialidade: letreiro adesivo sob a esquadria.
Quanto a originalidade: elemento não original da edificação.

Observações:

FICHA DE IDENTIFICAÇÃO E CARACTERIZAÇÃO DE BENS

Ficha: 77	Rua: Venâncio Neiva	Nº da Edificação: 215	Estilo Arquitetônico Original: Art Déco
-----------	---------------------	-----------------------	---

Localização do Imóvel na Via:



<p>Fachada:</p>	<p>Legislação Incidente:</p> <p>Lei Municipal Nº 3.721/1999 Decreto 25.139/2004 Lei Complementar Nº 003/2006 Decreto 33.816/2013</p>	<p>Uso da Edificação:</p> <p>() Residencial (x) Comercial () Institucional () Serviços () Misto () Vazio</p>
	<p>Descrição dos Usos:</p> <p>1. Anacapri</p>	<p>Estado da Conservação:</p> <p>(x) Bom () Regular () Ruim () Ruína</p>
	<p>Grau de Modificação:</p> <p>() Integro (x) Pouco Alterado () Muito Alterado () Descaracterizado () Não se Aplica</p>	<p>Identificação da Publicidade:</p> <p>() Marquise () Toldo () Anúncio (x) Letreiro () Totem () Outros</p>
	<p>Análise de posturas quanto à publicidade: "S" para SIM e "N" para NÃO</p> <p>(S) Dimensão correta de letreiros, anúncios, toldos, marquises e demais elementos parametrizados. (S) Posicionamento de elementos, sem interferir na leitura da linguagem da edificação. (S) Letreiro paralelo ou perpendicular à edificação, não apresentando o uso simultâneo dos dois tipos. (S) Regularidade de toldos e marquises.</p>	
	<p>Detalhes:</p>	

Caracterização dos elementos publicitários:

Quanto a materialidade: letreiro iluminado em acrílico.
Quanto a originalidade: elemento não original da edificação.

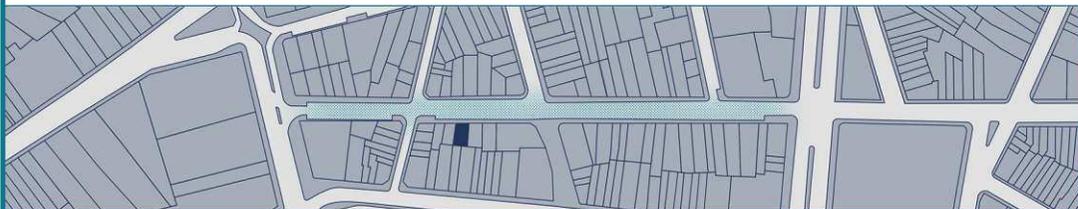


Observações:

FICHA DE IDENTIFICAÇÃO E CARACTERIZAÇÃO DE BENS

Ficha: 78	Rua: Venâncio Neiva	Nº da Edificação: 205	Estilo Arquitetônico Original: Vernacular
-----------	---------------------	-----------------------	---

Localização do Imóvel na Via:



Fachada:	Legislação Incidente:	Uso da Edificação:
----------	-----------------------	--------------------



Lei Municipal Nº 3.721/1999 Decreto 25.139/2004 Lei Complementar Nº 003/2006 Decreto 33.816/2013	<input type="checkbox"/> Residencial <input type="checkbox"/> Comercial <input type="checkbox"/> Institucional <input type="checkbox"/> Serviços <input checked="" type="checkbox"/> Misto <input type="checkbox"/> Vazio
Descrição dos Usos: 1. Ótica Raio de Luz (Comércio) 2. RR Empréstimos (Serviço)	Estado da Conservação: <input type="checkbox"/> Bom <input checked="" type="checkbox"/> Regular <input type="checkbox"/> Ruim <input type="checkbox"/> Ruína
Grau de Modificação: <input type="checkbox"/> Íntegro <input type="checkbox"/> Pouco Alterado <input checked="" type="checkbox"/> Muito Alterado <input type="checkbox"/> Descaracterizado <input type="checkbox"/> Não se Aplica	Identificação da Publicidade: <input type="checkbox"/> Marquise <input type="checkbox"/> Toldo <input type="checkbox"/> Anúncio <input checked="" type="checkbox"/> Letreiro <input type="checkbox"/> Totem <input checked="" type="checkbox"/> Outros
Análise de posturas quanto à publicidade: "S" para SIM e "N" para NÃO (N) Dimensão correta de letreiros, anúncios, toldos, marquises e demais elementos parametrizados. (S) Posicionamento de elementos, sem interferir na leitura da linguagem da edificação. (N) Letreiro paralelo ou perpendicular à edificação, não apresentando o uso simultâneo dos dois tipos. (S) Regularidade de toldos e marquises.	

Detalhes:

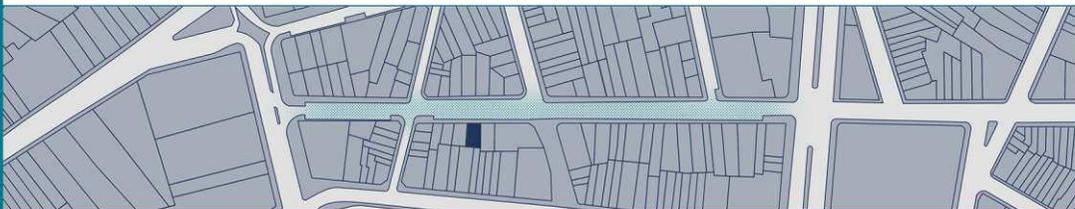


Caracterização dos elementos publicitários: Quanto a materialidade: letreiro "RR Empréstimos" em ACM; wind flag banner para propaganda "RR Empréstimos"; letreiro paralelo "Ótica Raio de Luz" em lona e metal; letreiro perpendicular "Ótica Raio de Luz" em PVC. Quanto a originalidade: elementos não originais da edificação.
Observações:

FICHA DE IDENTIFICAÇÃO E CARACTERIZAÇÃO DE BENS

Ficha: 79	Rua: Venâncio Neiva	Nº da Edificação: 203	Estilo Arquitetônico Original: Art Déco
-----------	---------------------	-----------------------	---

Localização do Imóvel na Via:



Fachada:	Legislação Incidente:	Uso da Edificação:
----------	-----------------------	--------------------



Lei Municipal Nº 3.721/1999 Decreto 25.139/2004 Lei Complementar Nº 003/2006 Decreto 33.816/2013	<input type="checkbox"/> Residencial <input checked="" type="checkbox"/> Comercial <input type="checkbox"/> Institucional <input type="checkbox"/> Serviços <input type="checkbox"/> Misto <input type="checkbox"/> Vazio
Descrição dos Usos: 1. Aluício Sport 2. Delicias de Milho	Estado da Conservação: <input checked="" type="checkbox"/> Bom <input type="checkbox"/> Regular <input type="checkbox"/> Ruim <input type="checkbox"/> Ruína
Grau de Modificação: <input type="checkbox"/> Íntegro <input checked="" type="checkbox"/> Pouco Alterado <input type="checkbox"/> Muito Alterado <input type="checkbox"/> Descaracterizado <input type="checkbox"/> Não se Aplica	Identificação da Publicidade: <input type="checkbox"/> Marquise <input type="checkbox"/> Toldo <input type="checkbox"/> Anúncio <input checked="" type="checkbox"/> Letreiro <input type="checkbox"/> Totem <input type="checkbox"/> Outros
Análise de posturas quanto à publicidade: "S" para SIM e "N" para NÃO (S) Dimensão correta de letreiros, anúncios, toldos, marquises e demais elementos parametrizados. (S) Posicionamento de elementos, sem interferir na leitura da linguagem da edificação. (S) Letreiro paralelo ou perpendicular à edificação, não apresentando o uso simultâneo dos dois tipos. (S) Regularidade de toldos e marquises.	

Detalhes:

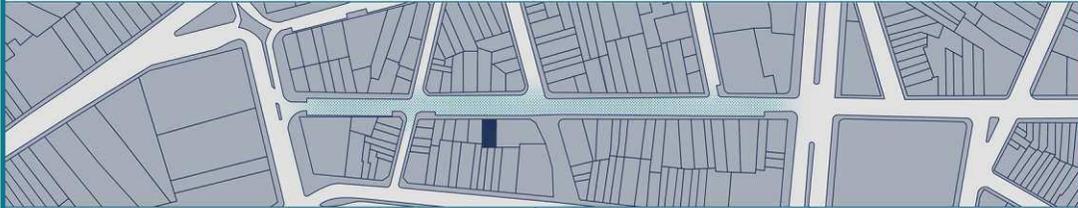


Caracterização dos elementos publicitários: Quanto a materialidade: letreiros lona e metal. Quanto a originalidade: elementos não originais da edificação.
Observações:

FICHA DE IDENTIFICAÇÃO E CARACTERIZAÇÃO DE BENS

Ficha: 80	Rua: Venâncio Neiva	Nº da Edificação: 195	Estilo Arquitetônico Original: Art Déco
-----------	---------------------	-----------------------	---

Localização do Imóvel na Via:



Fachada:	Legislação Incidente:	Uso da Edificação:
----------	-----------------------	--------------------



Lei Municipal Nº 3.721/1999 Decreto 25.139/2004 Lei Complementar Nº 003/2006 Decreto 33.816/2013	<input type="checkbox"/> Residencial <input type="checkbox"/> Comercial <input type="checkbox"/> Institucional <input type="checkbox"/> Serviços <input checked="" type="checkbox"/> Misto <input type="checkbox"/> Vazio
---	--

Descrição dos Usos:	Estado da Conservação:
1. Sonho Real (Serviço) 2. Fábio Deny Lanches (Comércio) 3. Lealdade Resolve (Serviço)	<input type="checkbox"/> Bom <input checked="" type="checkbox"/> Regular <input type="checkbox"/> Ruim <input type="checkbox"/> Ruína

Grau de Modificação:	Identificação da Publicidade:
<input type="checkbox"/> Íntegro <input checked="" type="checkbox"/> Pouco Alterado <input type="checkbox"/> Muito Alterado <input type="checkbox"/> Descaracterizado <input type="checkbox"/> Não se Aplica	<input checked="" type="checkbox"/> Marquise <input type="checkbox"/> Toldo <input checked="" type="checkbox"/> Anúncio <input checked="" type="checkbox"/> Letreiro <input type="checkbox"/> Totem <input checked="" type="checkbox"/> Outros

Análise de posturas quanto à publicidade: "S" para SIM e "N" para NÃO

(N) Dimensão correta de letreiros, anúncios, toldos, marquises e demais elementos parametrizados.
 (S) Posicionamento de elementos, sem interferir na leitura da linguagem da edificação.
 (S) Letreiro paralelo ou perpendicular à edificação, não apresentando o uso simultâneo dos dois tipos.
 (N) Regularidade de toldos e marquises.

Detalhes:



Caracterização dos elementos publicitários:

Quanto a materialidade: wind flag banner para propaganda "Paraíba de Prêmios"; marquises "Sonho Real" e "Fabio Deny Lanches" em lona e metal;
 Quanto a originalidade: elementos não originais da edificação.

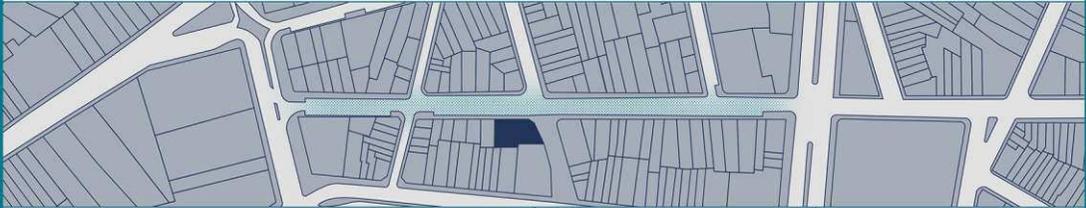


Observações:

FICHA DE IDENTIFICAÇÃO E CARACTERIZAÇÃO DE BENS

Ficha: 81	Rua: Venâncio Neiva/Cardoso Vieira	Nº da Edificação: 187	Estilo Arquitetônico Original: Art Déco
-----------	------------------------------------	-----------------------	---

Localização do Imóvel na Via:



Fachada:	Legislação Incidente:	Uso da Edificação:
----------	-----------------------	--------------------



Lei Municipal Nº 3.721/1999 Decreto 25.139/2004 Lei Complementar Nº 003/2006 Decreto 33.816/2013	<input type="checkbox"/> Residencial <input type="checkbox"/> Comercial <input type="checkbox"/> Institucional <input type="checkbox"/> Serviços <input checked="" type="checkbox"/> Misto <input type="checkbox"/> Vazio
---	--

Descrição dos Usos:	Estado da Conservação:
1. Isla Ótica (Comércio) 2. Vivo (Comércio) 3. Roval Farmácia (Comércio) 4. Sindicato dos Bancários (Instituição)	<input type="checkbox"/> Bom <input checked="" type="checkbox"/> Regular <input type="checkbox"/> Ruim <input type="checkbox"/> Ruína

Grau de Modificação:	Identificação da Publicidade:
<input type="checkbox"/> Íntegro <input checked="" type="checkbox"/> Pouco Alterado <input type="checkbox"/> Muito Alterado <input type="checkbox"/> Descaracterizado <input type="checkbox"/> Não se Aplica	<input checked="" type="checkbox"/> Marquise <input type="checkbox"/> Toldo <input checked="" type="checkbox"/> Anúncio <input checked="" type="checkbox"/> Letreiro <input type="checkbox"/> Totem <input checked="" type="checkbox"/> Outros

Análise de posturas quanto à publicidade: "S" para SIM e "N" para NÃO

(N) Dimensão correta de letreiros, anúncios, toldos, marquises e demais elementos parametrizados.
 (S) Posicionamento de elementos, sem interferir na leitura da linguagem da edificação.
 (N) Letreiro paralelo ou perpendicular à edificação, não apresentando o uso simultâneo dos dois tipos.
 (N) Regularidade de toldos e marquises.

Detalhes:



Caracterização dos elementos publicitários:

Quanto a materialidade: wind flag banner para propaganda "Vivo"; letreiro e logomarca "Vivo" em acrílico; marquise "Isla Ótica" e letreiros "Roval" e "Bancários CGR" em ACM; letreiro "Copresta" em lona e metal.
 Quanto a originalidade: elementos não originais da edificação.



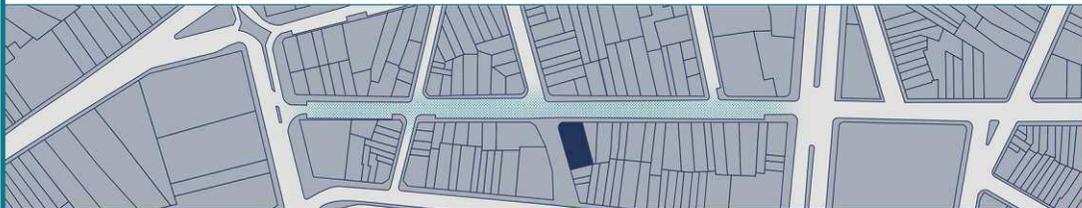
Observações:

A edificação por fazer esquina com o Calçadão da Rua Cardoso Vieira apresenta alguns fiteiros em frente a sua fachada.

FICHA DE IDENTIFICAÇÃO E CARACTERIZAÇÃO DE BENS

Ficha: 82 Rua: Venâncio Neiva/Cardoso Vieira Nº da Edificação: 36 Estilo Arquitetônico Original: Art Déco

Localização do Imóvel na Via:



Fachada: Legislação Incidente: Uso da Edificação:



Lei Municipal Nº 3.721/1999
Decreto 25.139/2004
Lei Complementar Nº 003/2006
Decreto 33.816/2013

() Residencial
() Comercial
() Institucional
() Serviços
(x) Misto
() Vazio

Descrição dos Usos: Estado da Conservação:

1. Redepharma (Comércio)
2. Jimmy Pastelaria (Comércio)
3. Coffee & Chopp (Comércio)
4. Odontoclínica (Serviço)
5. Ótica Paulista (Comércio)
6. Fábio Freitas Tattoó (Serviço)

() Bom
(x) Regular
() Ruim
() Ruína

Grau de Modificação: Identificação da Publicidade:

() Íntegro
(x) Pouco Alterado
() Muito Alterado
() Descaracterizado
() Não se Aplica

(x) Marquise
(x) Toldo
(x) Anúncio
(x) Letreiro
() Totem
() Outros

Análise de posturas quanto à publicidade: "S" para SIM e "N" para NÃO

(N) Dimensão correta de letreiros, anúncios, toldos, marquises e demais elementos parametrizados.
(S) Posicionamento de elementos, sem interferir na leitura da linguagem da edificação.
(S) Letreiro paralelo ou perpendicular à edificação, não apresentando o uso simultâneo dos dois tipos.
(N) Regularidade de toldos e marquises.

Detalhes:



Caracterização dos elementos publicitários:

Quanto a materialidade: letreiros "Jimmy Pastelaria", "Coffee & Chopp" e "Fábio Freitas Tattoó" em lona e metal; letreiro, anúncio e marquise "Odonto Clínica", letreiros "Edifício São Luiz" e "Redepharma" em ACM, toldos fixos em policarbonato e aço "Coffee & Chopp" e "Jimmy Pastelaria".
Quanto a originalidade: elementos não originais da edificação.

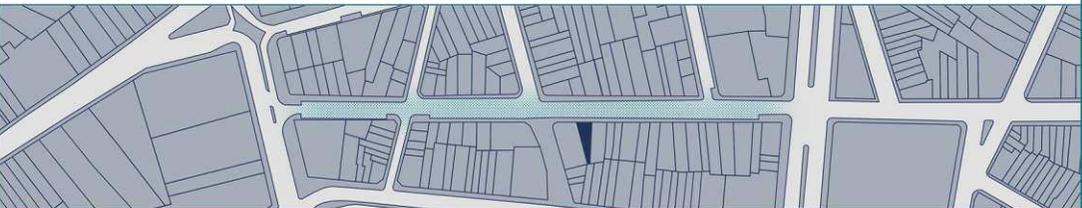
Observações:

Edificação em esquina com o Calçadão da Rua Cardoso Vieira.

FICHA DE IDENTIFICAÇÃO E CARACTERIZAÇÃO DE BENS

Ficha: 83 Rua: Venâncio Neiva Nº da Edificação: 139 Estilo Arquitetônico Original: Art Déco

Localização do Imóvel na Via:



Fachada: Legislação Incidente: Uso da Edificação:



Lei Municipal Nº 3.721/1999
Decreto 25.139/2004
Lei Complementar Nº 003/2006
Decreto 33.816/2013

() Residencial
(x) Comercial
() Institucional
() Serviços
() Misto
() Vazio

Descrição dos Usos: Estado da Conservação:

1. Redepharma

(x) Bom
() Regular
() Ruim
() Ruína

Grau de Modificação: Identificação da Publicidade:

() Íntegro
() Pouco Alterado
(x) Muito Alterado
() Descaracterizado
() Não se Aplica

(x) Marquise
() Toldo
(x) Anúncio
(x) Letreiro
() Totem
() Outros

Análise de posturas quanto à publicidade: "S" para SIM e "N" para NÃO

(N) Dimensão correta de letreiros, anúncios, toldos, marquises e demais elementos parametrizados.
(N) Posicionamento de elementos, sem interferir na leitura da linguagem da edificação.
(S) Letreiro paralelo ou perpendicular à edificação, não apresentando o uso simultâneo dos dois tipos.
(S) Regularidade de toldos e marquises.

Detalhes:



Caracterização dos elementos publicitários:

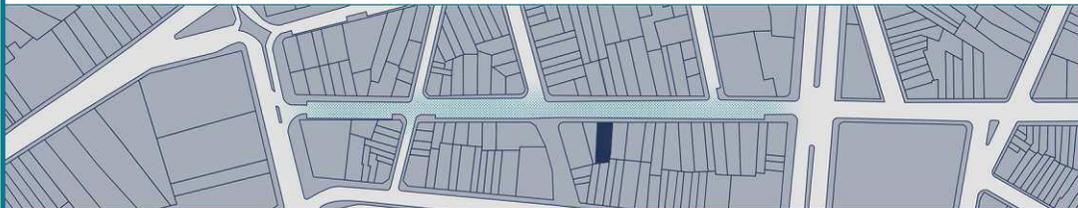
Quanto a materialidade: marquise e letreiro em ACM; anúncios adesivos.
Quanto a originalidade: elementos não originais da edificação.

Observações:

FICHA DE IDENTIFICAÇÃO E CARACTERIZAÇÃO DE BENS

Ficha: 84	Rua: Venâncio Neiva	Nº da Edificação: 125	Estilo Arquitetônico Original: Vernacular
-----------	---------------------	-----------------------	---

Localização do Imóvel na Via:

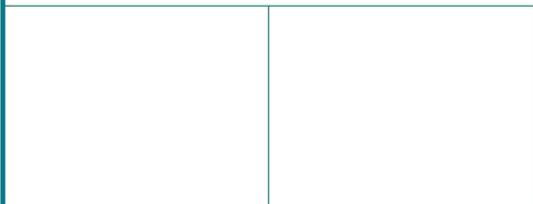


Fachada:	Legislação Incidente:	Uso da Edificação:
----------	-----------------------	--------------------



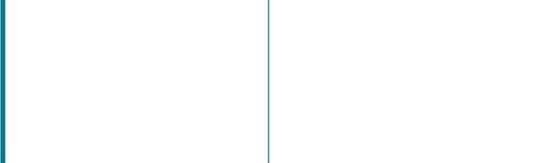
Lei Municipal Nº 3.721/1999 Decreto 25.139/2004 Lei Complementar Nº 003/2006 Decreto 33.816/2013	<input type="checkbox"/> Residencial <input checked="" type="checkbox"/> Comercial <input type="checkbox"/> Institucional <input type="checkbox"/> Serviços <input type="checkbox"/> Misto <input type="checkbox"/> Vazio
Descrição dos Usos:	Estado da Conservação:
	<input type="checkbox"/> Bom <input checked="" type="checkbox"/> Regular <input type="checkbox"/> Ruim <input type="checkbox"/> Ruína
Grau de Modificação:	Identificação da Publicidade:
<input type="checkbox"/> Íntegro <input checked="" type="checkbox"/> Pouco Alterado <input type="checkbox"/> Muito Alterado <input type="checkbox"/> Descaracterizado <input type="checkbox"/> Não se Aplica	<input type="checkbox"/> Marquise <input type="checkbox"/> Toldo <input type="checkbox"/> Anúncio <input type="checkbox"/> Letreiro <input type="checkbox"/> Totem <input type="checkbox"/> Outros
Análise de posturas quanto à publicidade: "S" para SIM e "N" para NÃO	
(*) Dimensão correta de letreiros, anúncios, toldos, marquises e demais elementos parametrizados. (*) Posicionamento de elementos, sem interferir na leitura da linguagem da edificação. (*) Letreiro paralelo ou perpendicular à edificação, não apresentando o uso simultâneo dos dois tipos. (*) Regularidade de toldos e marquises.	
* na ausência de elementos publicitários.	

Detalhes:	Caracterização dos elementos publicitários:
-----------	---



Quanto a materialidade: * Quanto a originalidade: *
* na ausência de elementos publicitários.

Observações:

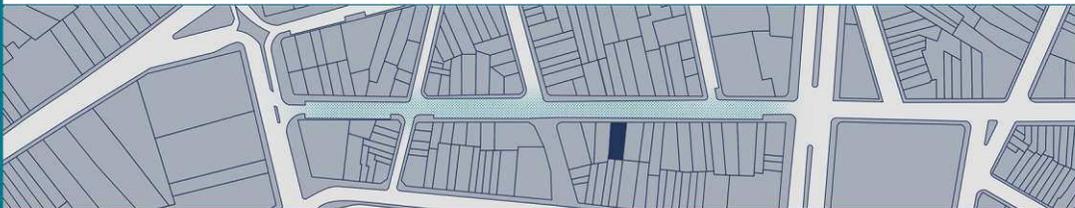


--

FICHA DE IDENTIFICAÇÃO E CARACTERIZAÇÃO DE BENS

Ficha: 85	Rua: Venâncio Neiva	Nº da Edificação: 121-115	Estilo Arquitetônico Original: Art Déco
-----------	---------------------	---------------------------	---

Localização do Imóvel na Via:



Fachada:	Legislação Incidente:	Uso da Edificação:
----------	-----------------------	--------------------



Lei Municipal Nº 3.721/1999 Decreto 25.139/2004 Lei Complementar Nº 003/2006 Decreto 33.816/2013	<input type="checkbox"/> Residencial <input checked="" type="checkbox"/> Comercial <input type="checkbox"/> Institucional <input type="checkbox"/> Serviços <input type="checkbox"/> Misto <input type="checkbox"/> Vazio
Descrição dos Usos:	Estado da Conservação:
1. Chocolates Brasil Cacau 2. Lellys Make Up	<input type="checkbox"/> Bom <input type="checkbox"/> Regular <input checked="" type="checkbox"/> Ruim <input type="checkbox"/> Ruína
Grau de Modificação:	Identificação da Publicidade:
<input type="checkbox"/> Íntegro <input checked="" type="checkbox"/> Pouco Alterado <input type="checkbox"/> Muito Alterado <input type="checkbox"/> Descaracterizado <input type="checkbox"/> Não se Aplica	<input checked="" type="checkbox"/> Marquise <input type="checkbox"/> Toldo <input checked="" type="checkbox"/> Anúncio <input checked="" type="checkbox"/> Letreiro <input type="checkbox"/> Totem <input type="checkbox"/> Outros
Análise de posturas quanto à publicidade: "S" para SIM e "N" para NÃO	
(N) Dimensão correta de letreiros, anúncios, toldos, marquises e demais elementos parametrizados. (S) Posicionamento de elementos, sem interferir na leitura da linguagem da edificação. (N) Letreiro paralelo ou perpendicular à edificação, não apresentando o uso simultâneo dos dois tipos. (N) Regularidade de toldos e marquises.	

Detalhes:	Caracterização dos elementos publicitários:
-----------	---



Quanto a materialidade: marquise "Lellys Make Up" em ACM e PVC; letreiros "Chocolates Brasil Cacau" em ACM e acrílico; anúncios adesivos sob placa de ACM. Quanto a originalidade: elementos não originais da edificação.
--

Observações:

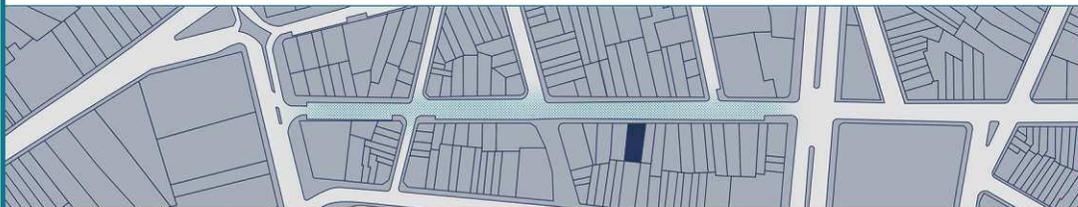


A marquise da Lellys Make Up envolve a marquise original da edificação.

FICHA DE IDENTIFICAÇÃO E CARACTERIZAÇÃO DE BENS

Ficha: 86	Rua: Venâncio Neiva	Nº da Edificação: 109	Estilo Arquitetônico Original: Art Déco
-----------	---------------------	-----------------------	---

Localização do Imóvel na Via:



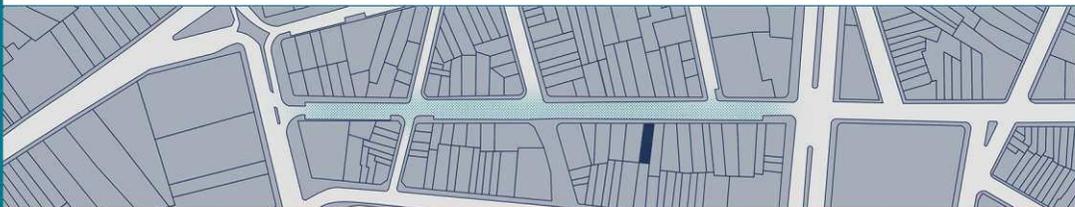
Fachada:	Legislação Incidente:	Uso da Edificação:
	Lei Municipal Nº 3.721/1999 Decreto 25.139/2004 Lei Complementar Nº 003/2006 Decreto 33.816/2013	<input type="checkbox"/> Residencial <input checked="" type="checkbox"/> Comercial <input type="checkbox"/> Institucional <input type="checkbox"/> Serviços <input type="checkbox"/> Misto <input type="checkbox"/> Vazio
	Descrição dos Usos:	Estado da Conservação:
	1. Casa Esporte	<input type="checkbox"/> Bom <input type="checkbox"/> Regular <input checked="" type="checkbox"/> Ruim <input type="checkbox"/> Ruína
	Grau de Modificação:	Identificação da Publicidade:
	<input type="checkbox"/> Íntegro <input checked="" type="checkbox"/> Pouco Alterado <input type="checkbox"/> Muito Alterado <input type="checkbox"/> Descaracterizado <input type="checkbox"/> Não se Aplica	<input checked="" type="checkbox"/> Marquise <input type="checkbox"/> Toldo <input checked="" type="checkbox"/> Anúncio <input checked="" type="checkbox"/> Letreiro <input type="checkbox"/> Totem <input type="checkbox"/> Outros
	Análise de posturas quanto à publicidade: "S" para SIM e "N" para NÃO	
	(N) Dimensão correta de letreiros, anúncios, toldos, marquises e demais elementos parametrizados. (S) Posicionamento de elementos, sem interferir na leitura da linguagem da edificação. (N) Letreiro paralelo ou perpendicular à edificação, não apresentando o uso simultâneo dos dois tipos. (N) Regularidade de toldos e marquises.	

Detalhes:	Caracterização dos elementos publicitários:
	Quanto a materialidade: marquise e letreiro em ACM e acrílico; anúncio em lona e suporte metálico. Quanto a originalidade: elementos não originais da edificação.
	Observações:

FICHA DE IDENTIFICAÇÃO E CARACTERIZAÇÃO DE BENS

Ficha: 87	Rua: Venâncio Neiva	Nº da Edificação: 97	Estilo Arquitetônico Original: Art Déco
-----------	---------------------	----------------------	---

Localização do Imóvel na Via:



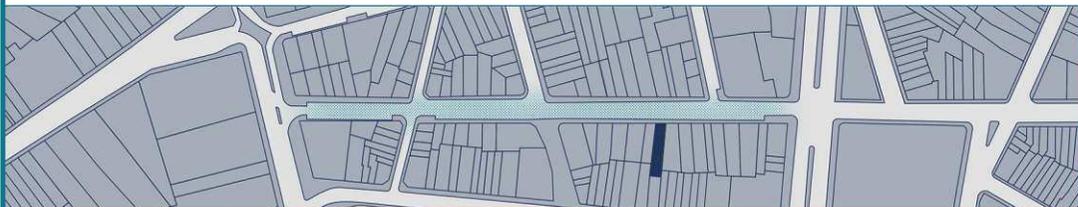
Fachada:	Legislação Incidente:	Uso da Edificação:
	Lei Municipal Nº 3.721/1999 Decreto 25.139/2004 Lei Complementar Nº 003/2006 Decreto 33.816/2013	<input type="checkbox"/> Residencial <input type="checkbox"/> Comercial <input type="checkbox"/> Institucional <input type="checkbox"/> Serviços <input checked="" type="checkbox"/> Misto <input type="checkbox"/> Vazio
	Descrição dos Usos:	Estado da Conservação:
	1. Casa do Artesão (Comércio) 2. Filarmônica Epitácio Pessoa (Instituição)	<input type="checkbox"/> Bom <input checked="" type="checkbox"/> Regular <input type="checkbox"/> Ruim <input type="checkbox"/> Ruína
	Grau de Modificação:	Identificação da Publicidade:
	<input type="checkbox"/> Íntegro <input checked="" type="checkbox"/> Pouco Alterado <input type="checkbox"/> Muito Alterado <input type="checkbox"/> Descaracterizado <input type="checkbox"/> Não se Aplica	<input type="checkbox"/> Marquise <input type="checkbox"/> Toldo <input type="checkbox"/> Anúncio <input checked="" type="checkbox"/> Letreiro <input type="checkbox"/> Totem <input checked="" type="checkbox"/> Outros
	Análise de posturas quanto à publicidade: "S" para SIM e "N" para NÃO	
	(S) Dimensão correta de letreiros, anúncios, toldos, marquises e demais elementos parametrizados. (N) Posicionamento de elementos, sem interferir na leitura da linguagem da edificação. (N) Letreiro paralelo ou perpendicular à edificação, não apresentando o uso simultâneo dos dois tipos. (S) Regularidade de toldos e marquises.	

Detalhes:	Caracterização dos elementos publicitários:
	Quanto a materialidade: letreiro perpendicular "Casa do Artesão" em madeira; letreiro em caixa alta "Casa do Artesão" em concreto; letreiro "Filarmônica Epitácio Pessoa" em ACM; representações gráficas em concreto sob a parede. Quanto a originalidade: elementos não originais da edificação.
	Observações:

FICHA DE IDENTIFICAÇÃO E CARACTERIZAÇÃO DE BENS

Ficha: 88	Rua: Venâncio Neiva	Nº da Edificação: 91	Estilo Arquitetônico Original: Vernacular
-----------	---------------------	----------------------	---

Localização do Imóvel na Via:



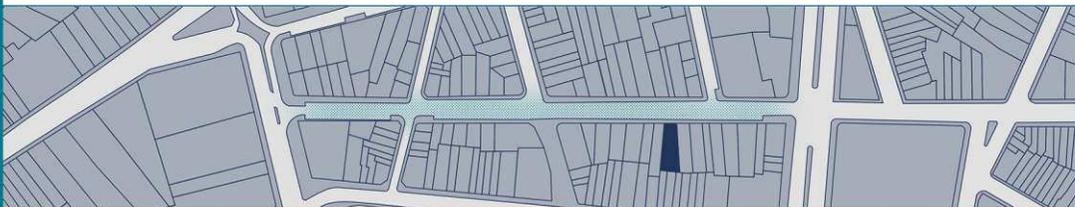
Fachada:	Legislação Incidente:	Uso da Edificação:
	Lei Municipal Nº 3.721/1999 Decreto 25.139/2004 Lei Complementar Nº 003/2006 Decreto 33.816/2013	<input type="checkbox"/> Residencial <input type="checkbox"/> Comercial <input type="checkbox"/> Institucional <input type="checkbox"/> Serviços <input checked="" type="checkbox"/> Misto <input type="checkbox"/> Vazio
	Descrição dos Usos:	Estado da Conservação:
	1. Armazém Paraíba (Comércio) 2. Mamede Relojoeiro (Comércio) 3. Sindicato dos Empregados no Comércio (Instituição)	<input checked="" type="checkbox"/> Bom <input type="checkbox"/> Regular <input type="checkbox"/> Ruim <input type="checkbox"/> Ruína
	Grau de Modificação:	Identificação da Publicidade:
	<input type="checkbox"/> Íntegro <input type="checkbox"/> Pouco Alterado <input type="checkbox"/> Muito Alterado <input checked="" type="checkbox"/> Descaracterizado <input type="checkbox"/> Não se Aplica	<input checked="" type="checkbox"/> Marquise <input type="checkbox"/> Toldo <input checked="" type="checkbox"/> Anúncio <input checked="" type="checkbox"/> Letreiro <input type="checkbox"/> Totem <input type="checkbox"/> Outros
	Análise de posturas quanto à publicidade: "S" para SIM e "N" para NÃO	
	(N) Dimensão correta de letreiros, anúncios, toldos, marquises e demais elementos parametrizados. (N) Posicionamento de elementos, sem interferir na leitura da linguagem da edificação. (N) Letreiro paralelo ou perpendicular à edificação, não apresentando o uso simultâneo dos dois tipos. (N) Regularidade de toldos e marquises.	

Detalhes:	Caracterização dos elementos publicitários:
	Quanto a materialidade: marquise "Armazém Paraíba", letreiros "Mamede Relojoeiro" e "Sindicato dos Empregados de Campina Grande e Região" em lona e metal; placa perpendicular "Armazém Paraíba" em ACM; anúncio em lona. Quanto a originalidade: elementos não originais da edificação.
	Observações:

FICHA DE IDENTIFICAÇÃO E CARACTERIZAÇÃO DE BENS

Ficha: 89	Rua: Venâncio Neiva	Nº da Edificação: 83	Estilo Arquitetônico Original: Art Déco
-----------	---------------------	----------------------	---

Localização do Imóvel na Via:



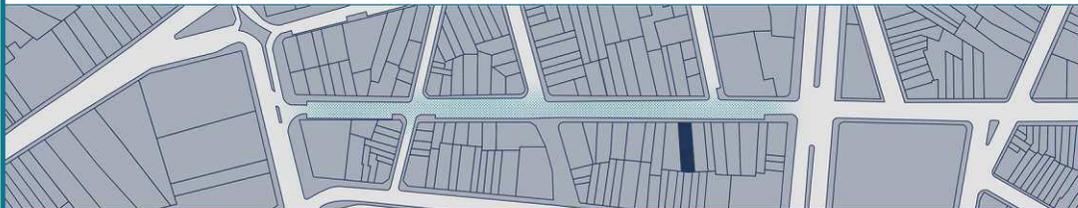
Fachada:	Legislação Incidente:	Uso da Edificação:
	Lei Municipal Nº 3.721/1999 Decreto 25.139/2004 Lei Complementar Nº 003/2006 Decreto 33.816/2013	<input type="checkbox"/> Residencial <input type="checkbox"/> Comercial <input type="checkbox"/> Institucional <input type="checkbox"/> Serviços <input checked="" type="checkbox"/> Misto <input type="checkbox"/> Vazio
	Descrição dos Usos:	Estado da Conservação:
	1. O Boticário (Comércio) 2. G&G Ótica (Comércio) 3. Andrea Estética (Comércio) 4. Hope Laboratório (Serviço) 5. Soluções Financeiras (Serviço)	<input type="checkbox"/> Bom <input checked="" type="checkbox"/> Regular <input type="checkbox"/> Ruim <input type="checkbox"/> Ruína
	Grau de Modificação:	Identificação da Publicidade:
	<input type="checkbox"/> Íntegro <input checked="" type="checkbox"/> Pouco Alterado <input type="checkbox"/> Muito Alterado <input type="checkbox"/> Descaracterizado <input type="checkbox"/> Não se Aplica	<input checked="" type="checkbox"/> Marquise <input type="checkbox"/> Toldo <input checked="" type="checkbox"/> Anúncio <input checked="" type="checkbox"/> Letreiro <input type="checkbox"/> Totem <input type="checkbox"/> Outros
	Análise de posturas quanto à publicidade: "S" para SIM e "N" para NÃO	
	(N) Dimensão correta de letreiros, anúncios, toldos, marquises e demais elementos parametrizados. (S) Posicionamento de elementos, sem interferir na leitura da linguagem da edificação. (N) Letreiro paralelo ou perpendicular à edificação, não apresentando o uso simultâneo dos dois tipos. (N) Regularidade de toldos e marquises.	

Detalhes:	Caracterização dos elementos publicitários:
	Quanto a materialidade: totem, marquise e letreiro "G&G Ótica" e marquise e letreiro perpendicular "O Boticário" em ACM; letreiro "Hope" em aço e PVC; anúncios "G&G Ótica" e "Andrea Cabelereira" em lona. Quanto a originalidade: elementos não originais da edificação.
	Observações:
	O totem circunda o poste elétrico do passeio.

FICHA DE IDENTIFICAÇÃO E CARACTERIZAÇÃO DE BENS

Ficha: 90	Rua: Venâncio Neiva	Nº da Edificação: 77	Estilo Arquitetônico Original: Art Déco
-----------	---------------------	----------------------	---

Localização do Imóvel na Via:



Fachada:	Legislação Incidente:	Uso da Edificação:
----------	-----------------------	--------------------



Lei Municipal Nº 3.721/1999 Decreto 25.139/2004 Lei Complementar Nº 003/2006 Decreto 33.816/2013	<input type="checkbox"/> Residencial <input checked="" type="checkbox"/> Comercial <input type="checkbox"/> Institucional <input type="checkbox"/> Serviços <input type="checkbox"/> Misto <input type="checkbox"/> Vazio
Descrição dos Usos: 1. Mega Burg	Estado da Conservação: <input checked="" type="checkbox"/> Bom <input type="checkbox"/> Regular <input type="checkbox"/> Ruim <input type="checkbox"/> Ruína
Grau de Modificação: <input type="checkbox"/> Íntegro <input checked="" type="checkbox"/> Pouco Alterado <input type="checkbox"/> Muito Alterado <input type="checkbox"/> Descaracterizado <input type="checkbox"/> Não se Aplica	Identificação da Publicidade: <input checked="" type="checkbox"/> Marquise <input type="checkbox"/> Toldo <input type="checkbox"/> Anúncio <input checked="" type="checkbox"/> Letreiro <input type="checkbox"/> Totem <input type="checkbox"/> Outros
Análise de posturas quanto à publicidade: "S" para SIM e "N" para NÃO <input type="checkbox"/> (N) Dimensão correta de letreiros, anúncios, toldos, marquises e demais elementos parametrizados. <input checked="" type="checkbox"/> (S) Posicionamento de elementos, sem interferir na leitura da linguagem da edificação. <input type="checkbox"/> (N) Letreiro paralelo ou perpendicular à edificação, não apresentando o uso simultâneo dos dois tipos. <input type="checkbox"/> (N) Regularidade de toldos e marquises.	

Detalhes:	Caracterização dos elementos publicitários:
-----------	---



Quanto a materialidade: marquise em ACM e letreiro perpendicular em aço. Quanto a originalidade: elementos não originais da edificação.
--

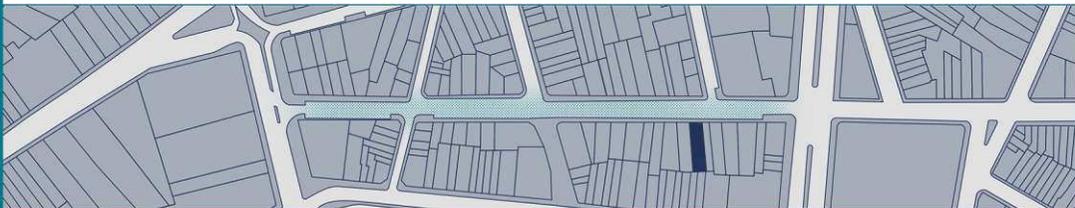
Observações:

--

FICHA DE IDENTIFICAÇÃO E CARACTERIZAÇÃO DE BENS

Ficha: 91	Rua: Venâncio Neiva	Nº da Edificação: 65	Estilo Arquitetônico Original: Art Déco
-----------	---------------------	----------------------	---

Localização do Imóvel na Via:



Fachada:	Legislação Incidente:	Uso da Edificação:
----------	-----------------------	--------------------



Lei Municipal Nº 3.721/1999 Decreto 25.139/2004 Lei Complementar Nº 003/2006 Decreto 33.816/2013	<input type="checkbox"/> Residencial <input type="checkbox"/> Comercial <input type="checkbox"/> Institucional <input type="checkbox"/> Serviços <input checked="" type="checkbox"/> Misto <input type="checkbox"/> Vazio
Descrição dos Usos: 1. Ótica Diniz (Comércio) 2. Escritório de Advocacia (Serviço)	Estado da Conservação: <input checked="" type="checkbox"/> Bom <input type="checkbox"/> Regular <input type="checkbox"/> Ruim <input type="checkbox"/> Ruína
Grau de Modificação: <input type="checkbox"/> Íntegro <input checked="" type="checkbox"/> Pouco Alterado <input type="checkbox"/> Muito Alterado <input type="checkbox"/> Descaracterizado <input type="checkbox"/> Não se Aplica	Identificação da Publicidade: <input type="checkbox"/> Marquise <input type="checkbox"/> Toldo <input type="checkbox"/> Anúncio <input checked="" type="checkbox"/> Letreiro <input type="checkbox"/> Totem <input type="checkbox"/> Outros
Análise de posturas quanto à publicidade: "S" para SIM e "N" para NÃO <input type="checkbox"/> (N) Dimensão correta de letreiros, anúncios, toldos, marquises e demais elementos parametrizados. <input checked="" type="checkbox"/> (S) Posicionamento de elementos, sem interferir na leitura da linguagem da edificação. <input type="checkbox"/> (N) Letreiro paralelo ou perpendicular à edificação, não apresentando o uso simultâneo dos dois tipos. <input checked="" type="checkbox"/> (S) Regularidade de toldos e marquises.	

Detalhes:	Caracterização dos elementos publicitários:
-----------	---



Quanto a materialidade: letreiro paralelo em marquise e acrílico; letreiro perpendicular em lona e metal; placa metálica "Escritório de Advocacia". Quanto a originalidade: elementos não originais da edificação.

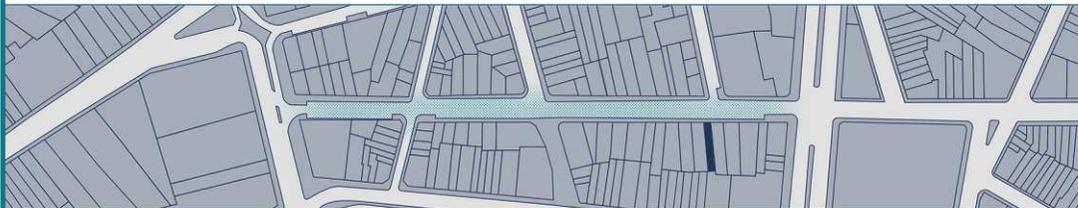
Observações:

--

FICHA DE IDENTIFICAÇÃO E CARACTERIZAÇÃO DE BENS

Ficha: 92	Rua: Venâncio Neiva	Nº da Edificação: 59	Estilo Arquitetônico Original: Vernacular
-----------	---------------------	----------------------	---

Localização do Imóvel na Via:



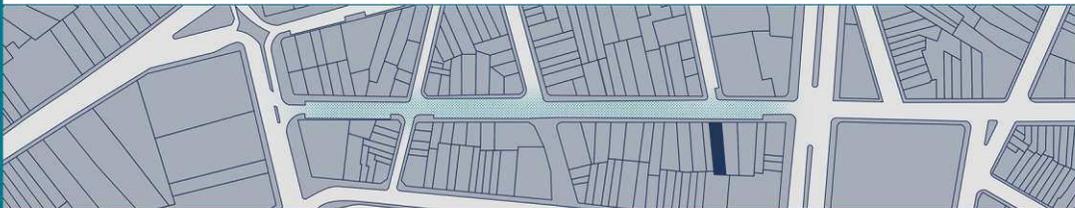
	Fachada:	Legislação Incidente:	Uso da Edificação:
		Lei Municipal Nº 3.721/1999 Decreto 25.139/2004 Lei Complementar Nº 003/2006 Decreto 33.816/2013	<input type="checkbox"/> Residencial <input checked="" type="checkbox"/> Comercial <input type="checkbox"/> Institucional <input type="checkbox"/> Serviços <input type="checkbox"/> Misto <input type="checkbox"/> Vazio
	Descrição dos Usos:	Estado da Conservação:	
	1. Farmácia Popular Rede Vida	<input type="checkbox"/> Bom <input checked="" type="checkbox"/> Regular <input type="checkbox"/> Ruim <input type="checkbox"/> Ruína	
	Grau de Modificação:	Identificação da Publicidade:	
	<input type="checkbox"/> Íntegro <input type="checkbox"/> Pouco Alterado <input type="checkbox"/> Muito Alterado <input checked="" type="checkbox"/> Descaracterizado <input type="checkbox"/> Não se Aplica	<input checked="" type="checkbox"/> Marquise <input type="checkbox"/> Toldo <input type="checkbox"/> Anúncio <input checked="" type="checkbox"/> Letreiro <input type="checkbox"/> Totem <input type="checkbox"/> Outros	
Análise de posturas quanto à publicidade: "S" para SIM e "N" para NÃO (N) Dimensão correta de letreiros, anúncios, toldos, marquises e demais elementos parametrizados. (S) Posicionamento de elementos, sem interferir na leitura da linguagem da edificação. (S) Letreiro paralelo ou perpendicular à edificação, não apresentando o uso simultâneo dos dois tipos. (N) Regularidade de toldos e marquises.			

	Detalhes:	Caracterização dos elementos publicitários:
		Quanto a materialidade: marquise em ACM; letreiro adesivo sob placa de ACM. Quanto a originalidade: elementos não originais da edificação.
	Observações:	

FICHA DE IDENTIFICAÇÃO E CARACTERIZAÇÃO DE BENS

Ficha: 93	Rua: Venâncio Neiva	Nº da Edificação: 57	Estilo Arquitetônico Original: Contemporâneo
-----------	---------------------	----------------------	--

Localização do Imóvel na Via:



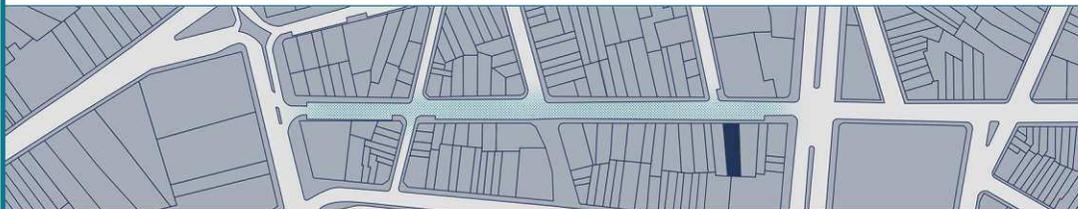
	Fachada:	Legislação Incidente:	Uso da Edificação:
		Lei Municipal Nº 3.721/1999 Decreto 25.139/2004 Lei Complementar Nº 003/2006 Decreto 33.816/2013	<input type="checkbox"/> Residencial <input type="checkbox"/> Comercial <input type="checkbox"/> Institucional <input type="checkbox"/> Serviços <input checked="" type="checkbox"/> Misto <input type="checkbox"/> Vazio
	Descrição dos Usos:	Estado da Conservação:	
	1. Lojão do Colegial(Comércio) 2. Hotel Lorena (Serviço)	<input checked="" type="checkbox"/> Bom <input type="checkbox"/> Regular <input type="checkbox"/> Ruim <input type="checkbox"/> Ruína	
	Grau de Modificação:	Identificação da Publicidade:	
	<input checked="" type="checkbox"/> Íntegro <input type="checkbox"/> Pouco Alterado <input type="checkbox"/> Muito Alterado <input type="checkbox"/> Descaracterizado <input type="checkbox"/> Não se Aplica	<input type="checkbox"/> Marquise <input type="checkbox"/> Toldo <input checked="" type="checkbox"/> Anúncio <input checked="" type="checkbox"/> Letreiro <input type="checkbox"/> Totem <input type="checkbox"/> Outros	
Análise de posturas quanto à publicidade: "S" para SIM e "N" para NÃO (N) Dimensão correta de letreiros, anúncios, toldos, marquises e demais elementos parametrizados. (S) Posicionamento de elementos, sem interferir na leitura da linguagem da edificação. (S) Letreiro paralelo ou perpendicular à edificação, não apresentando o uso simultâneo dos dois tipos. (S) Regularidade de toldos e marquises.			

	Detalhes:	Caracterização dos elementos publicitários:
		Quanto a materialidade: letreiros "Hotel Lorena" em ACM, lona e metal e adesivos; letreiro "Lojão do Colegial" em lona e metal. Quanto a originalidade: elementos não originais da edificação.
	Observações:	

FICHA DE IDENTIFICAÇÃO E CARACTERIZAÇÃO DE BENS

Ficha: 94 Rua: Venâncio Neiva N° da Edificação: 47 Estilo Arquitetônico Original: Contemporâneo

Localização do Imóvel na Via:



Fachada: Legislação Incidente: Uso da Edificação:

Lei Municipal N° 3.721/1999
Decreto 25.139/2004
Lei Complementar N° 003/2006
Decreto 33.816/2013

Residencial
 Comercial
 Institucional
 Serviços
 Misto
 Vazio

Descrição dos Usos: Estado da Conservação:

1. Le Ju Biju (Comércio)
2. Pousada Ybyrapuan (Serviço)

Bom
 Regular
 Ruim
 Ruína

Grau de Modificação: Identificação da Publicidade:

Íntegro
 Pouco Alterado
 Muito Alterado
 Descaracterizado
 Não se Aplica

Marquise
 Toldo
 Anúncio
 Letreiro
 Totem
 Outros

Análise de posturas quanto à publicidade: "S" para SIM e "N" para NÃO

(N) Dimensão correta de letreiros, anúncios, toldos, marquises e demais elementos parametrizados.
(S) Posicionamento de elementos, sem interferir na leitura da linguagem da edificação.
(N) Letreiro paralelo ou perpendicular à edificação, não apresentando o uso simultâneo dos dois tipos.
(N) Regularidade de toldos e marquises.

Detalhes: Caracterização dos elementos publicitários:



Quando a materialidade: telão outdoor em LED; marquise e letreiros "Le Ju Biju" e "Pousada Ybyrapuan" em lona e metal;
Quando a originalidade: elementos não originais da edificação.

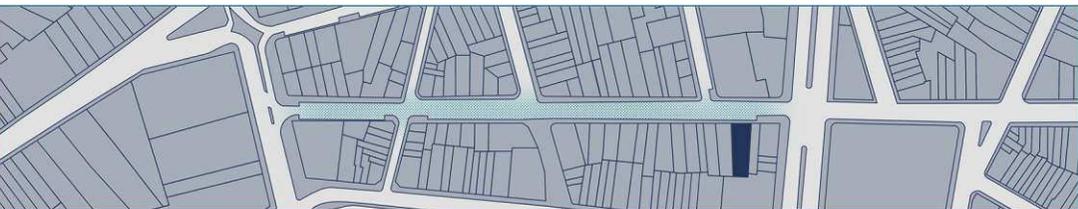
Observações:



FICHA DE IDENTIFICAÇÃO E CARACTERIZAÇÃO DE BENS

Ficha: 95 Rua: Venâncio Neiva N° da Edificação: 43 Estilo Arquitetônico Original: Contemporâneo

Localização do Imóvel na Via:



Fachada: Legislação Incidente: Uso da Edificação:

Lei Municipal N° 3.721/1999
Decreto 25.139/2004
Lei Complementar N° 003/2006
Decreto 33.816/2013

Residencial
 Comercial
 Institucional
 Serviços
 Misto
 Vazio

Descrição dos Usos: Estado da Conservação:

1. Companhia da Moda
2. Atacado de Caruaru
3. Luz Ótica

Bom
 Regular
 Ruim
 Ruína

Grau de Modificação: Identificação da Publicidade:

Íntegro
 Pouco Alterado
 Muito Alterado
 Descaracterizado
 Não se Aplica

Marquise
 Toldo
 Anúncio
 Letreiro
 Totem
 Outros

Análise de posturas quanto à publicidade: "S" para SIM e "N" para NÃO

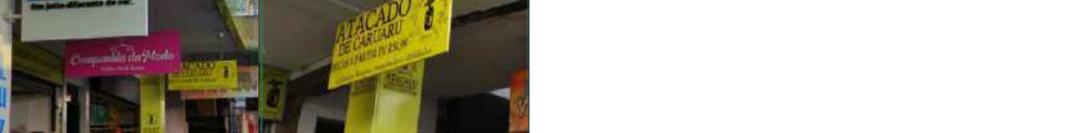
(N) Dimensão correta de letreiros, anúncios, toldos, marquises e demais elementos parametrizados.
(N) Posicionamento de elementos, sem interferir na leitura da linguagem da edificação.
(N) Letreiro paralelo ou perpendicular à edificação, não apresentando o uso simultâneo dos dois tipos.
(N) Regularidade de toldos e marquises.

Detalhes: Caracterização dos elementos publicitários:



Quando a materialidade: Marquise "Companhia da Moda" e "Atacado de Caruaru" em lona e metal; letreiros "Companhia da Moda", "Atacado de Caruaru" e "Luz Ótica" em ACM, lona e metal; anúncios adesivos.
Quando a originalidade: elementos não originais da edificação.

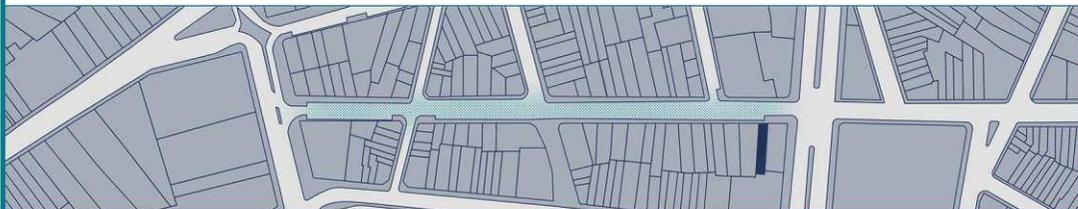
Observações:



FICHA DE IDENTIFICAÇÃO E CARACTERIZAÇÃO DE BENS

Ficha: 96	Rua: Venâncio Neiva	Nº da Edificação: 35	Estilo Arquitetônico Original: Contemporâneo
-----------	---------------------	----------------------	--

Localização do Imóvel na Via:



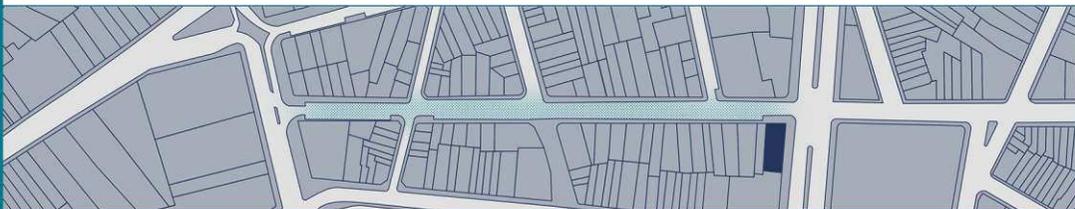
Fachada:	Legislação Incidente:	Uso da Edificação:
	Lei Municipal Nº 3.721/1999 Decreto 25.139/2004 Lei Complementar Nº 003/2006 Decreto 33.816/2013	<input type="checkbox"/> Residencial <input type="checkbox"/> Comercial <input type="checkbox"/> Institucional <input type="checkbox"/> Serviços <input checked="" type="checkbox"/> Misto <input type="checkbox"/> Vazio
	Descrição dos Usos:	Estado da Conservação:
	1. Rio Modas (Comércio) 2. Habitação (Residencial)	<input checked="" type="checkbox"/> Bom <input type="checkbox"/> Regular <input type="checkbox"/> Ruim <input type="checkbox"/> Ruína
	Grau de Modificação:	Identificação da Publicidade:
	<input checked="" type="checkbox"/> Íntegro <input type="checkbox"/> Pouco Alterado <input type="checkbox"/> Muito Alterado <input type="checkbox"/> Descaracterizado <input type="checkbox"/> Não se Aplica	<input checked="" type="checkbox"/> Marquise <input type="checkbox"/> Toldo <input checked="" type="checkbox"/> Anúncio <input checked="" type="checkbox"/> Letreiro <input type="checkbox"/> Totem <input type="checkbox"/> Outros
Análise de posturas quanto à publicidade: "S" para SIM e "N" para NÃO <input type="checkbox"/> (N) Dimensão correta de letreiros, anúncios, toldos, marquises e demais elementos parametrizados. <input checked="" type="checkbox"/> (S) Posicionamento de elementos, sem interferir na leitura da linguagem da edificação. <input type="checkbox"/> (N) Letreiro paralelo ou perpendicular à edificação, não apresentando o uso simultâneo dos dois tipos. <input type="checkbox"/> (N) Regularidade de toldos e marquises.		

Detalhes:	Caracterização dos elementos publicitários:
	Quanto a materialidade: marquise, anúncios e letreiros em lona e metal, letreiro paralelo em ACM. Quanto a originalidade: elementos não originais da edificação.
	Observações:

FICHA DE IDENTIFICAÇÃO E CARACTERIZAÇÃO DE BENS

Ficha: 97	Rua: Venâncio Neiva/Floriano Peixoto	Nº da Edificação: 25	Estilo Arquitetônico Original: Art Déco
-----------	--------------------------------------	----------------------	---

Localização do Imóvel na Via:



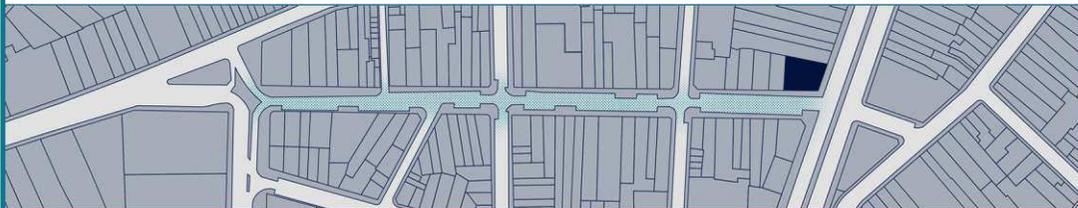
Fachada:	Legislação Incidente:	Uso da Edificação:	
	Lei Municipal Nº 3.721/1999 Decreto 25.139/2004 Lei Complementar Nº 003/2006 Decreto 33.816/2013	<input type="checkbox"/> Residencial <input checked="" type="checkbox"/> Comercial <input type="checkbox"/> Institucional <input type="checkbox"/> Serviços <input type="checkbox"/> Misto <input type="checkbox"/> Vazio	
	Descrição dos Usos:	Estado da Conservação:	
	1. Ótica Rio 2. A Bella Biju 3. A Favorita 4. Ótica Pop	5. Bazar Milênio 6. Charme Lingerie 7. Ótica Popular 8. Mundo das Capas	<input type="checkbox"/> Bom <input type="checkbox"/> Regular <input checked="" type="checkbox"/> Ruim <input type="checkbox"/> Ruína
	Grau de Modificação:	Identificação da Publicidade:	
	<input type="checkbox"/> Íntegro <input type="checkbox"/> Pouco Alterado <input type="checkbox"/> Muito Alterado <input checked="" type="checkbox"/> Descaracterizado <input type="checkbox"/> Não se Aplica	<input checked="" type="checkbox"/> Marquise <input type="checkbox"/> Toldo <input checked="" type="checkbox"/> Anúncio <input checked="" type="checkbox"/> Letreiro <input checked="" type="checkbox"/> Totem <input checked="" type="checkbox"/> Outros	
Análise de posturas quanto à publicidade: "S" para SIM e "N" para NÃO <input type="checkbox"/> (N) Dimensão correta de letreiros, anúncios, toldos, marquises e demais elementos parametrizados. <input type="checkbox"/> (N) Posicionamento de elementos, sem interferir na leitura da linguagem da edificação. <input type="checkbox"/> (N) Letreiro paralelo ou perpendicular à edificação, não apresentando o uso simultâneo dos dois tipos. <input type="checkbox"/> (N) Regularidade de toldos e marquises.			

Detalhes:	Caracterização dos elementos publicitários:
	Quanto a materialidade: telão outdoor em LED; marquises "Óticas Rio" e "Charme Lingerie" em lona e metal; marquises "Bazar Milênio" e "Mundo das Capas" em ACM; placa perpendicular "Lorenzetti"; placas paralelas "A Favorita", "Bella Biju" e "Ótica POP" em lona e metal; anúncios adesivos, banners em lona. Quanto a originalidade: elementos não originais da edificação.
	Observações:

FICHA DE IDENTIFICAÇÃO E CARACTERIZAÇÃO DE BENS

Ficha: 98 Rua: Maciel Pinheiro/Floriano Peixoto N° da Edificação: 80-86 Estilo Arquitetônico Original: Art Déco

Localização do Imóvel na Via:



Fachada: Legislação Incidente: Uso da Edificação:



Lei Municipal Nº 3.721/1999
Decreto 25.139/2004
Lei Complementar Nº 003/2006
Decreto 33.816/2013

() Residencial
() Comercial
() Institucional
() Serviços
 Misto
() Vazio

Descrição dos Usos: Estado da Conservação:

1. Associação Comercial e Empresarial (Institucional) (x) Bom
2. Mave Moda Infantil (Comércio) () Regular
3. Óticas Almeida (Comércio) () Ruim
4. Mood Store (Comércio) () Ruína

Grau de Modificação: Identificação da Publicidade:

() Íntegro (x) Marquise
(x) Pouco Alterado (x) Toldo
() Muito Alterado (x) Anúncio
() Descaracterizado (x) Letreiro
() Não se Aplica () Totem
() Outros

Análise de posturas quanto à publicidade: "S" para SIM e "N" para NÃO

(N) Dimensão correta de letreiros, anúncios, toldos, marquises e demais elementos parametrizados.
(S) Posicionamento de elementos, sem interferir na leitura da linguagem da edificação.
(S) Letreiro paralelo ou perpendicular à edificação, não apresentando o uso simultâneo dos dois tipos.
(S) Regularidade de toldos e marquises.

Detalhes:



Caracterização dos elementos publicitários:

Quanto a materialidade: Letreiro "Associação Comercial e Empresarial" em aço; letreiro e logomarca "ACCG" em pintura direta sob a parede da edificação; letreiro "Mave" em ACM; letreiro "Óticas Almeida" em lona e metal; letreiro "Mood Store" em adesivo sob esquadria em vidro; telão outdoor em LED.
Quanto a originalidade: elementos não originais da edificação.

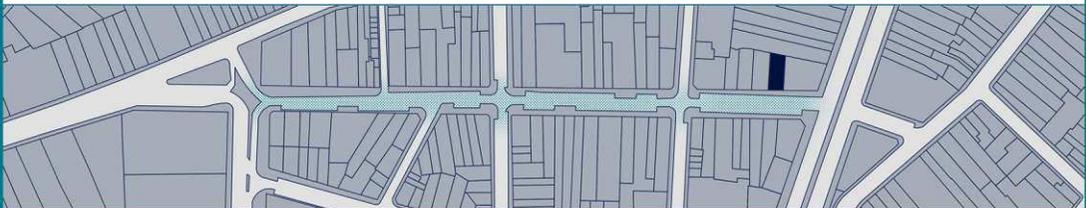


Observações:

FICHA DE IDENTIFICAÇÃO E CARACTERIZAÇÃO DE BENS

Ficha: 99 Rua: Maciel Pinheiro N° da Edificação: 102 Estilo Arquitetônico Original: Art Déco

Localização do Imóvel na Via:



Fachada: Legislação Incidente: Uso da Edificação:



Lei Municipal Nº 3.721/1999
Decreto 25.139/2004
Lei Complementar Nº 003/2006
Decreto 33.816/2013

() Residencial
 Comercial
() Institucional
() Serviços
() Misto
() Vazio

Descrição dos Usos: Estado da Conservação:

1. Óticas Rocha Prime (Comércio) (x) Bom
2. Edifício Arius (Salas Comerciais) () Regular
() Ruim
() Ruína

Grau de Modificação: Identificação da Publicidade:

(x) Íntegro () Marquise
() Pouco Alterado (x) Toldo
() Muito Alterado () Anúncio
() Descaracterizado (x) Letreiro
() Não se Aplica () Totem
() Outros

Análise de posturas quanto à publicidade: "S" para SIM e "N" para NÃO

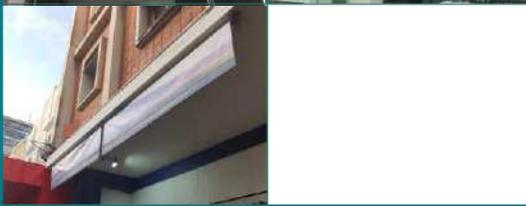
(S) Dimensão correta de letreiros, anúncios, toldos, marquises e demais elementos parametrizados.
(S) Posicionamento de elementos, sem interferir na leitura da linguagem da edificação.
(S) Letreiro paralelo ou perpendicular à edificação, não apresentando o uso simultâneo dos dois tipos.
(S) Regularidade de toldos e marquises.

Detalhes:



Caracterização dos elementos publicitários:

Quanto a materialidade: Letreiro "Óticas Rocha Prime" em ACM; toldos retrateis em lona; letreiro "Edifício Arius" em aço.
Quanto a originalidade: elementos não originais da edificação.

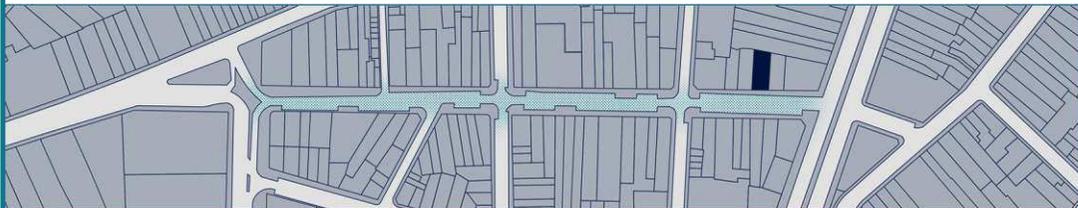


Observações:

FICHA DE IDENTIFICAÇÃO E CARACTERIZAÇÃO DE BENS

Ficha: 100	Rua: Maciel Pinheiro	Nº da Edificação: 112	Estilo Arquitetônico Original: Art Déco
------------	----------------------	-----------------------	---

Localização do Imóvel na Via:

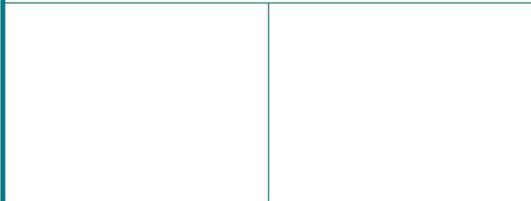


Fachada:	Legislação Incidente:	Uso da Edificação:
----------	-----------------------	--------------------



Lei Municipal Nº 3.721/1999 Decreto 25.139/2004 Lei Complementar Nº 003/2006 Decreto 33.816/2013	<input type="checkbox"/> Residencial <input type="checkbox"/> Comercial <input type="checkbox"/> Institucional <input type="checkbox"/> Serviços <input type="checkbox"/> Misto <input checked="" type="checkbox"/> Vazio
Descrição dos Usos:	Estado da Conservação: <input checked="" type="checkbox"/> Bom <input type="checkbox"/> Regular <input type="checkbox"/> Ruim <input type="checkbox"/> Ruína
Grau de Modificação: <input type="checkbox"/> Íntegro <input checked="" type="checkbox"/> Pouco Alterado <input type="checkbox"/> Muito Alterado <input type="checkbox"/> Descaracterizado <input type="checkbox"/> Não se Aplica	Identificação da Publicidade: <input checked="" type="checkbox"/> Marquise <input type="checkbox"/> Toldo <input type="checkbox"/> Anúncio <input type="checkbox"/> Letreiro <input type="checkbox"/> Totem <input type="checkbox"/> Outros
Análise de posturas quanto à publicidade: "S" para SIM e "N" para NÃO (N) Dimensão correta de letreiros, anúncios, toldos, marquises e demais elementos parametrizados. (S) Posicionamento de elementos, sem interferir na leitura da linguagem da edificação. (-) Letreiro paralelo ou perpendicular à edificação, não apresentando o uso simultâneo dos dois tipos. (N) Regularidade de toldos e marquises.	

Detalhes:	Caracterização dos elementos publicitários:
-----------	---



Quanto a materialidade: marquise em ACM.
 Quanto a originalidade: elemento não original da edificação.

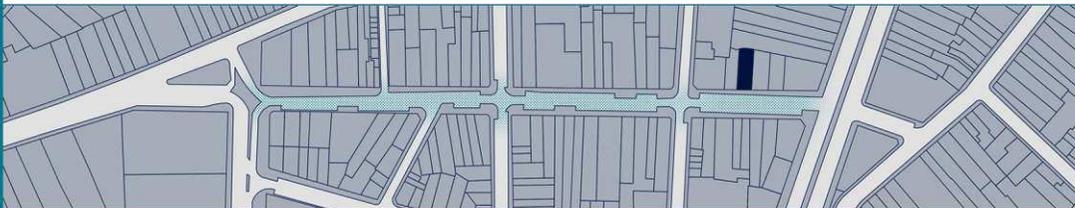
Observações:

Apesar de não existir nenhum letreiro, anúncio ou mensagem na edificação, a marquise identificava funcionava como elemento publicitário e foi mantida mesmo com o ponto comercial desocupado no momento.

FICHA DE IDENTIFICAÇÃO E CARACTERIZAÇÃO DE BENS

Ficha: 101	Rua: Maciel Pinheiro	Nº da Edificação: 118	Estilo Arquitetônico Original: Art Déco
------------	----------------------	-----------------------	---

Localização do Imóvel na Via:



Fachada:	Legislação Incidente:	Uso da Edificação:
----------	-----------------------	--------------------



Lei Municipal Nº 3.721/1999 Decreto 25.139/2004 Lei Complementar Nº 003/2006 Decreto 33.816/2013	<input type="checkbox"/> Residencial <input checked="" type="checkbox"/> Comercial <input type="checkbox"/> Institucional <input type="checkbox"/> Serviços <input type="checkbox"/> Misto <input type="checkbox"/> Vazio
Descrição dos Usos: 1. Atacadão do Jeans	Estado da Conservação: <input checked="" type="checkbox"/> Bom <input type="checkbox"/> Regular <input type="checkbox"/> Ruim <input type="checkbox"/> Ruína
Grau de Modificação: <input type="checkbox"/> Íntegro <input checked="" type="checkbox"/> Pouco Alterado <input type="checkbox"/> Muito Alterado <input type="checkbox"/> Descaracterizado <input type="checkbox"/> Não se Aplica	Identificação da Publicidade: <input checked="" type="checkbox"/> Marquise <input type="checkbox"/> Toldo <input type="checkbox"/> Anúncio <input type="checkbox"/> Letreiro <input type="checkbox"/> Totem <input type="checkbox"/> Outros
Análise de posturas quanto à publicidade: "S" para SIM e "N" para NÃO (N) Dimensão correta de letreiros, anúncios, toldos, marquises e demais elementos parametrizados. (S) Posicionamento de elementos, sem interferir na leitura da linguagem da edificação. (N) Letreiro paralelo ou perpendicular à edificação, não apresentando o uso simultâneo dos dois tipos. (N) Regularidade de toldos e marquises.	

Detalhes:	Caracterização dos elementos publicitários:
-----------	---



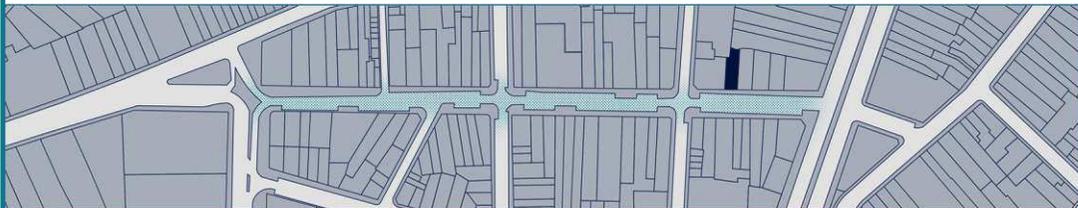
Quanto a materialidade: letreiros e marquise em ACM e acrílico.
 Quanto a originalidade: elementos não originais da edificação.

Observações:

FICHA DE IDENTIFICAÇÃO E CARACTERIZAÇÃO DE BENS

Ficha: 102	Rua: Maciel Pinheiro	Nº da Edificação: 130	Estilo Arquitetônico Original: Art Déco
------------	----------------------	-----------------------	---

Localização do Imóvel na Via:



Fachada:	Legislação Incidente:	Uso da Edificação:
----------	-----------------------	--------------------



Lei Municipal Nº 3.721/1999 Decreto 25.139/2004 Lei Complementar Nº 003/2006 Decreto 33.816/2013	<input type="checkbox"/> Residencial <input type="checkbox"/> Comercial <input type="checkbox"/> Institucional <input type="checkbox"/> Serviços <input checked="" type="checkbox"/> Misto <input type="checkbox"/> Vazio
Descrição dos Usos: 1. Neném Baby (Comércio) 2. Habitação (Residencial)	Estado da Conservação: <input checked="" type="checkbox"/> Bom <input type="checkbox"/> Regular <input type="checkbox"/> Ruim <input type="checkbox"/> Ruína
Grau de Modificação: <input type="checkbox"/> Íntegro <input checked="" type="checkbox"/> Pouco Alterado <input type="checkbox"/> Muito Alterado <input type="checkbox"/> Descaracterizado <input type="checkbox"/> Não se Aplica	Identificação da Publicidade: <input type="checkbox"/> Marquise <input type="checkbox"/> Toldo <input checked="" type="checkbox"/> Anúncio <input checked="" type="checkbox"/> Letreiro <input type="checkbox"/> Totem <input type="checkbox"/> Outros
Análise de posturas quanto à publicidade: "S" para SIM e "N" para NÃO (N) Dimensão correta de letreiros, anúncios, toldos, marquises e demais elementos parametrizados. (S) Posicionamento de elementos, sem interferir na leitura da linguagem da edificação. (S) Letreiro paralelo ou perpendicular à edificação, não apresentando o uso simultâneo dos dois tipos. (S) Regularidade de toldos e marquises.	

Detalhes:



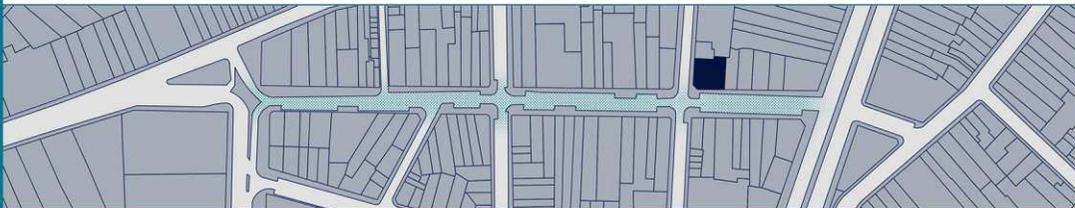
Caracterização dos elementos publicitários: Quanto a materialidade: letreiro em ACM, anúncio em banner de lona. Quanto a originalidade: elementos não originais da edificação.
--

Observações:

FICHA DE IDENTIFICAÇÃO E CARACTERIZAÇÃO DE BENS

Ficha: 103	Rua: Maciel Pinheiro/Semeão Leal	Nº da Edificação: 138	Estilo Arquitetônico Original: Art Déco
------------	----------------------------------	-----------------------	---

Localização do Imóvel na Via:



Fachada:	Legislação Incidente:	Uso da Edificação:
----------	-----------------------	--------------------



Lei Municipal Nº 3.721/1999 Decreto 25.139/2004 Lei Complementar Nº 003/2006 Decreto 33.816/2013	<input type="checkbox"/> Residencial <input checked="" type="checkbox"/> Comercial <input type="checkbox"/> Institucional <input type="checkbox"/> Serviços <input type="checkbox"/> Misto <input type="checkbox"/> Vazio
Descrição dos Usos: 1. Redepharma 2. Talfi Store	Estado da Conservação: <input type="checkbox"/> Bom <input checked="" type="checkbox"/> Regular <input type="checkbox"/> Ruim <input type="checkbox"/> Ruína
Grau de Modificação: <input type="checkbox"/> Íntegro <input checked="" type="checkbox"/> Pouco Alterado <input type="checkbox"/> Muito Alterado <input type="checkbox"/> Descaracterizado <input type="checkbox"/> Não se Aplica	Identificação da Publicidade: <input type="checkbox"/> Marquise <input checked="" type="checkbox"/> Toldo <input type="checkbox"/> Anúncio <input checked="" type="checkbox"/> Letreiro <input type="checkbox"/> Totem <input type="checkbox"/> Outros
Análise de posturas quanto à publicidade: "S" para SIM e "N" para NÃO (S) Dimensão correta de letreiros, anúncios, toldos, marquises e demais elementos parametrizados. (S) Posicionamento de elementos, sem interferir na leitura da linguagem da edificação. (S) Letreiro paralelo ou perpendicular à edificação, não apresentando o uso simultâneo dos dois tipos. (S) Regularidade de toldos e marquises.	

Detalhes:



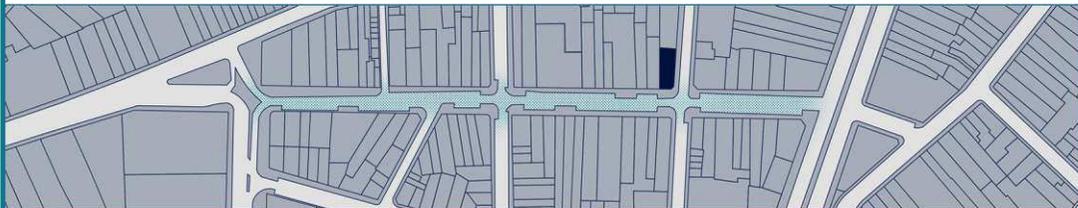
Caracterização dos elementos publicitários: Quanto a materialidade: letreiros "Redepharma" em ACM e acrílico; letreiro "Talfi" em aço e acrílico. Quanto a originalidade: elementos não originais da edificação.
--

Observações:

FICHA DE IDENTIFICAÇÃO E CARACTERIZAÇÃO DE BENS

Ficha: 104 Rua: Maciel Pinheiro/Semeão Leal N° da Edificação: 146 Estilo Arquitetônico Original: Art Déco

Localização do Imóvel na Via:



Fachada: Legislação Incidente: Uso da Edificação:

Lei Municipal N° 3.721/1999
Decreto 25.139/2004
Lei Complementar N° 003/2006
Decreto 33.816/2013

() Residencial
(x) Comercial
() Institucional
() Serviços
() Misto
() Vazio

Descrição dos Usos: Estado da Conservação:

1. Gato & Sapato (Comércio)
2. A Moenda (Comércio)
3. Óticas Premier (Comércio)
4. Espaço Visão (Comércio)
5. Saúde Dental (Serviço)
6. Grau Lab (Serviço) e outros

(x) Bom
() Regular
() Ruim
() Ruína

Grau de Modificação: Identificação da Publicidade:

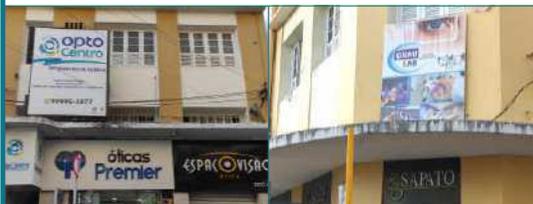
(x) Íntegro
() Pouco Alterado
() Muito Alterado
() Descaracterizado
() Não se Aplica

(x) Marquise
() Toldo
() Anúncio
(x) Letreiro
() Totem
() Outros

Análise de posturas quanto à publicidade: "S" para SIM e "N" para NÃO

(N) Dimensão correta de letreiros, anúncios, toldos, marquises e demais elementos parametrizados.
(S) Posicionamento de elementos, sem interferir na leitura da linguagem da edificação.
(S) Letreiro paralelo ou perpendicular à edificação, não apresentando o uso simultâneo dos dois tipos.
(N) Regularidade de toldos e marquises.

Detalhes:



Caracterização dos elementos publicitários:

Quanto a materialidade: letreiros em lona "Grau Lab" e "Opto Centro"; Anúncios em cartazes de papel "Gato e Sapato" e "Liquida Verão"; marquise em ACM "Moenda"; letreiros em ACM: "Óticas Premier", "Espaço Visão", "Gato e Sapato".
Quanto a originalidade: elementos não originais da edificação.

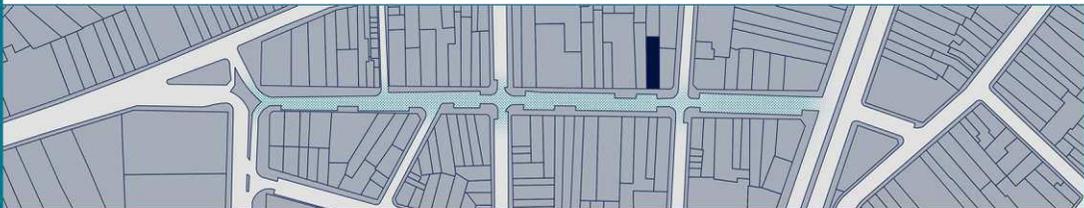
Observações:



FICHA DE IDENTIFICAÇÃO E CARACTERIZAÇÃO DE BENS

Ficha: 105 Rua: Maciel Pinheiro N° da Edificação: 154 Estilo Arquitetônico Original: Art Déco

Localização do Imóvel na Via:



Fachada: Legislação Incidente: Uso da Edificação:

Lei Municipal N° 3.721/1999
Decreto 25.139/2004
Lei Complementar N° 003/2006
Decreto 33.816/2013

() Residencial
(x) Comercial
() Institucional
() Serviços
() Misto
() Vazio

Descrição dos Usos: Estado da Conservação:

1. Iap Cosméticos (Comércio)
2. Alfaiate (Comércio)
3. Cabeleireiro (Comércio)
4. Divino Café (Comércio)
5. Lojinha do Negão (Comércio)
6. Nallysson Lab. Óptico (Serviço)

() Bom
(x) Regular
() Ruim
() Ruína

Grau de Modificação: Identificação da Publicidade:

() Íntegro
(x) Pouco Alterado
() Muito Alterado
() Descaracterizado
() Não se Aplica

() Marquise
() Toldo
(x) Anúncio
(x) Letreiro
() Totem
() Outros

Análise de posturas quanto à publicidade: "S" para SIM e "N" para NÃO

(S) Dimensão correta de letreiros, anúncios, toldos, marquises e demais elementos parametrizados.
(S) Posicionamento de elementos, sem interferir na leitura da linguagem da edificação.
(N) Letreiro paralelo ou perpendicular à edificação, não apresentando o uso simultâneo dos dois tipos.
(S) Regularidade de toldos e marquises.

Detalhes:



Caracterização dos elementos publicitários:

Quanto a materialidade: Letreiros e anúncios em lona: "Divino Café", "Alfaiataria"; anúncios em cartazes de papel: "Lojinha do Negão", "Paulinho Cabeleireiro", "Clovis Cartazista"; marquise em ACM "Moenda"; letreiros em ACM "Nallysson Laboratório Óptico" e "Paulinho Cabeleireiro".
Quanto a originalidade: elementos não originais da edificação.

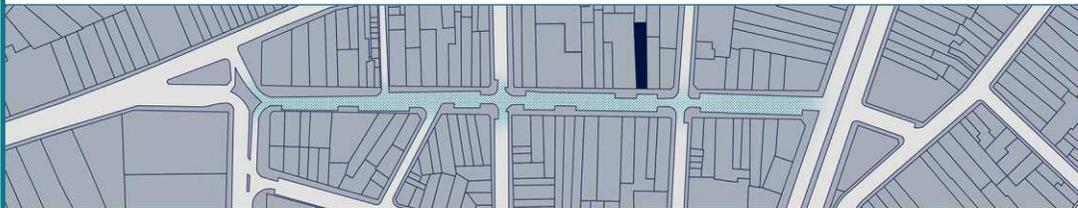
Observações:



FICHA DE IDENTIFICAÇÃO E CARACTERIZAÇÃO DE BENS

Ficha: 106	Rua: Maciel Pinheiro	Nº da Edificação: 160	Estilo Arquitetônico Original: Art Déco
------------	----------------------	-----------------------	---

Localização do Imóvel na Via:

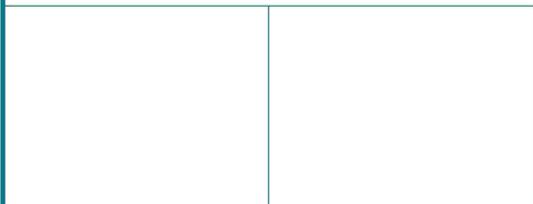


Fachada:	Legislação Incidente:	Uso da Edificação:
----------	-----------------------	--------------------



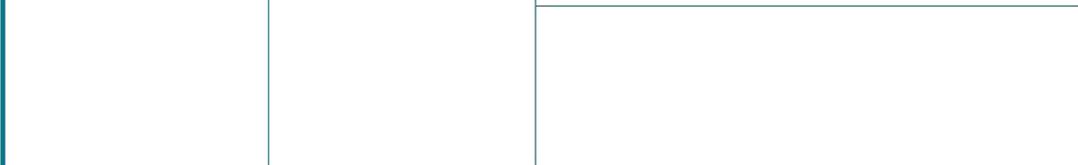
Lei Municipal Nº 3.721/1999 Decreto 25.139/2004 Lei Complementar Nº 003/2006 Decreto 33.816/2013	<input type="checkbox"/> Residencial <input checked="" type="checkbox"/> Comercial <input type="checkbox"/> Institucional <input type="checkbox"/> Serviços <input type="checkbox"/> Misto <input type="checkbox"/> Vazio
Descrição dos Usos:	Estado da Conservação:
	<input type="checkbox"/> Bom <input checked="" type="checkbox"/> Regular <input type="checkbox"/> Ruim <input type="checkbox"/> Ruína
Grau de Modificação:	Identificação da Publicidade:
<input type="checkbox"/> Íntegro <input checked="" type="checkbox"/> Pouco Alterado <input type="checkbox"/> Muito Alterado <input type="checkbox"/> Descaracterizado <input type="checkbox"/> Não se Aplica	<input checked="" type="checkbox"/> Marquise <input type="checkbox"/> Toldo <input type="checkbox"/> Anúncio <input type="checkbox"/> Letreiro <input type="checkbox"/> Totem <input type="checkbox"/> Outros
Análise de posturas quanto à publicidade: "S" para SIM e "N" para NÃO	
(*) Dimensão correta de letreiros, anúncios, toldos, marquises e demais elementos parametrizados. (*) Posicionamento de elementos, sem interferir na leitura da linguagem da edificação. (*) Letreiro paralelo ou perpendicular à edificação, não apresentando o uso simultâneo dos dois tipos. (*) Regularidade de toldos e marquises.	
* na ausência de elementos publicitários.	

Detalhes:	Caracterização dos elementos publicitários:
-----------	---



Quanto a materialidade: * Quanto a originalidade: *
* na ausência de elementos publicitários.

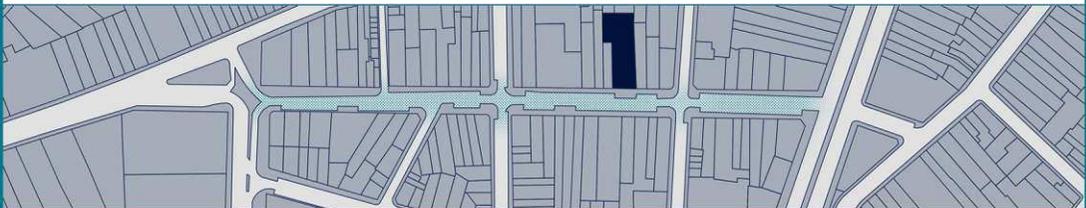
Observações:



FICHA DE IDENTIFICAÇÃO E CARACTERIZAÇÃO DE BENS

Ficha: 107	Rua: Maciel Pinheiro	Nº da Edificação: 170	Estilo Arquitetônico Original: Modernista
------------	----------------------	-----------------------	---

Localização do Imóvel na Via:



Fachada:	Legislação Incidente:	Uso da Edificação:
----------	-----------------------	--------------------



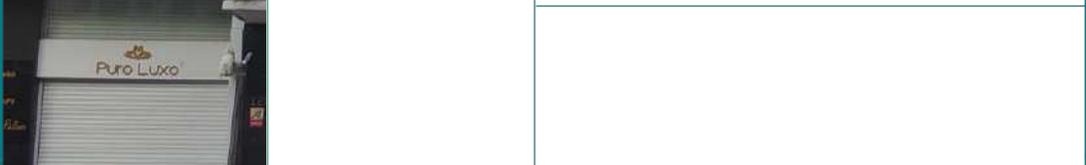
Lei Municipal Nº 3.721/1999 Decreto 25.139/2004 Lei Complementar Nº 003/2006 Decreto 33.816/2013	<input type="checkbox"/> Residencial <input type="checkbox"/> Comercial <input type="checkbox"/> Institucional <input type="checkbox"/> Serviços <input checked="" type="checkbox"/> Misto <input type="checkbox"/> Vazio
Descrição dos Usos:	Estado da Conservação:
1. Habitações (Residencial) 2. Vest Leve Modas (Comércio) 3. Puro Luxo (Comércio)	<input type="checkbox"/> Bom <input checked="" type="checkbox"/> Regular <input type="checkbox"/> Ruim <input type="checkbox"/> Ruína
Grau de Modificação:	Identificação da Publicidade:
<input type="checkbox"/> Íntegro <input checked="" type="checkbox"/> Pouco Alterado <input type="checkbox"/> Muito Alterado <input type="checkbox"/> Descaracterizado <input type="checkbox"/> Não se Aplica	<input type="checkbox"/> Marquise <input type="checkbox"/> Toldo <input type="checkbox"/> Anúncio <input checked="" type="checkbox"/> Letreiro <input type="checkbox"/> Totem <input type="checkbox"/> Outros
Análise de posturas quanto à publicidade: "S" para SIM e "N" para NÃO	
(N) Dimensão correta de letreiros, anúncios, toldos, marquises e demais elementos parametrizados. (S) Posicionamento de elementos, sem interferir na leitura da linguagem da edificação. (S) Letreiro paralelo ou perpendicular à edificação, não apresentando o uso simultâneo dos dois tipos. (S) Regularidade de toldos e marquises.	

Detalhes:	Caracterização dos elementos publicitários:
-----------	---



Quanto a materialidade: letreiro "Condomínio Engenheiro Roberto Palomo" em aço; letreiro "Vest Leve" em lona e metal; letreiro "Puro Luxo" em ACM. Quanto a originalidade: elementos não originais da edificação.
--

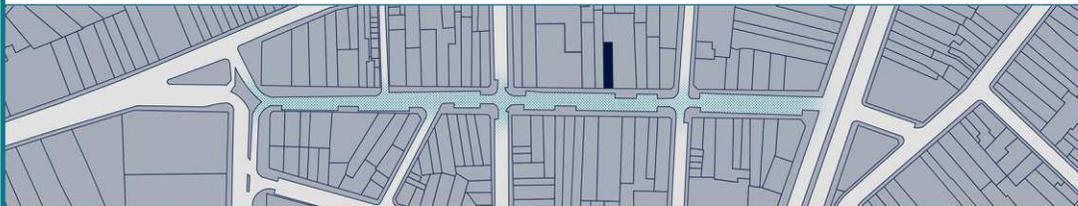
Observações:



FICHA DE IDENTIFICAÇÃO E CARACTERIZAÇÃO DE BENS

Ficha: 108	Rua: Maciel Pinheiro	Nº da Edificação: 180	Estilo Arquitetônico Original: Art Déco
------------	----------------------	-----------------------	---

Localização do Imóvel na Via:



Fachada:	Legislação Incidente:	Uso da Edificação:
----------	-----------------------	--------------------



Lei Municipal Nº 3.721/1999 Decreto 25.139/2004 Lei Complementar Nº 003/2006 Decreto 33.816/2013	<input type="checkbox"/> Residencial <input checked="" type="checkbox"/> Comercial <input type="checkbox"/> Institucional <input type="checkbox"/> Serviços <input type="checkbox"/> Misto <input type="checkbox"/> Vazio
Descrição dos Usos:	Estado da Conservação:
1. Varejão Torres	<input type="checkbox"/> Bom <input checked="" type="checkbox"/> Regular <input type="checkbox"/> Ruim <input type="checkbox"/> Ruína
Grau de Modificação:	Identificação da Publicidade:
<input type="checkbox"/> Íntegro <input checked="" type="checkbox"/> Pouco Alterado <input type="checkbox"/> Muito Alterado <input type="checkbox"/> Descaracterizado <input type="checkbox"/> Não se Aplica	<input checked="" type="checkbox"/> Marquise <input type="checkbox"/> Toldo <input type="checkbox"/> Anúncio <input checked="" type="checkbox"/> Letreiro <input type="checkbox"/> Totem <input type="checkbox"/> Outros
Análise de posturas quanto à publicidade: "S" para SIM e "N" para NÃO	
(N) Dimensão correta de letreiros, anúncios, toldos, marquises e demais elementos parametrizados. (S) Posicionamento de elementos, sem interferir na leitura da linguagem da edificação. (N) Letreiro paralelo ou perpendicular à edificação, não apresentando o uso simultâneo dos dois tipos. (N) Regularidade de toldos e marquises.	

Detalhes:



Caracterização dos elementos publicitários:

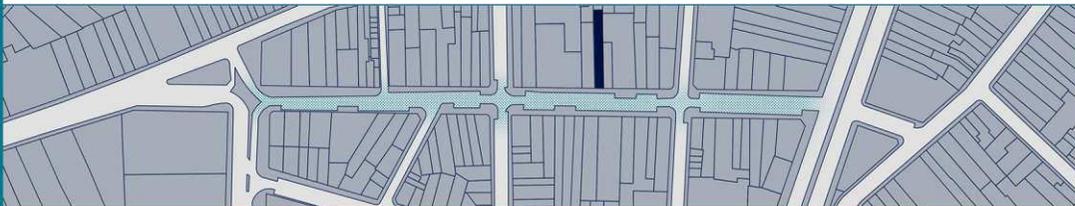
Quanto a materialidade: marquise em ACM com letreiro em acrílico.
 Quanto a originalidade: elementos não originais da edificação.

Observações:

FICHA DE IDENTIFICAÇÃO E CARACTERIZAÇÃO DE BENS

Ficha: 109	Rua: Maciel Pinheiro	Nº da Edificação: 186	Estilo Arquitetônico Original: Art Déco
------------	----------------------	-----------------------	---

Localização do Imóvel na Via:



Fachada:	Legislação Incidente:	Uso da Edificação:
----------	-----------------------	--------------------



Lei Municipal Nº 3.721/1999 Decreto 25.139/2004 Lei Complementar Nº 003/2006 Decreto 33.816/2013	<input type="checkbox"/> Residencial <input checked="" type="checkbox"/> Comercial <input type="checkbox"/> Institucional <input type="checkbox"/> Serviços <input type="checkbox"/> Misto <input type="checkbox"/> Vazio
Descrição dos Usos:	Estado da Conservação:
1. Aluísio Fashion	<input checked="" type="checkbox"/> Bom <input type="checkbox"/> Regular <input type="checkbox"/> Ruim <input type="checkbox"/> Ruína
Grau de Modificação:	Identificação da Publicidade:
<input type="checkbox"/> Íntegro <input checked="" type="checkbox"/> Pouco Alterado <input type="checkbox"/> Muito Alterado <input type="checkbox"/> Descaracterizado <input type="checkbox"/> Não se Aplica	<input type="checkbox"/> Marquise <input type="checkbox"/> Toldo <input type="checkbox"/> Anúncio <input checked="" type="checkbox"/> Letreiro <input type="checkbox"/> Totem <input type="checkbox"/> Outros
Análise de posturas quanto à publicidade: "S" para SIM e "N" para NÃO	
(S) Dimensão correta de letreiros, anúncios, toldos, marquises e demais elementos parametrizados. (S) Posicionamento de elementos, sem interferir na leitura da linguagem da edificação. (S) Letreiro paralelo ou perpendicular à edificação, não apresentando o uso simultâneo dos dois tipos. (S) Regularidade de toldos e marquises.	

Detalhes:



Caracterização dos elementos publicitários:

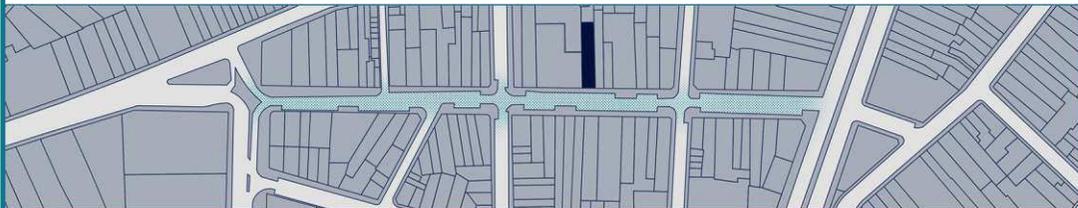
Quanto a materialidade: letreiro em aço e ACM.
 Quanto a originalidade: elemento não original da edificação.

Observações:

FICHA DE IDENTIFICAÇÃO E CARACTERIZAÇÃO DE BENS

Ficha: 110	Rua: Maciel Pinheiro	Nº da Edificação: 196	Estilo Arquitetônico Original: Art Déco
------------	----------------------	-----------------------	---

Localização do Imóvel na Via:



Fachada:	Legislação Incidente:	Uso da Edificação:
----------	-----------------------	--------------------



Lei Municipal Nº 3.721/1999 Decreto 25.139/2004 Lei Complementar Nº 003/2006 Decreto 33.816/2013	() Residencial (x) Comercial () Institucional () Serviços () Misto () Vazio
Descrição dos Usos:	Estado da Conservação:
1. Emanuelle Modas.	() Bom (x) Regular () Ruim () Ruína
Grau de Modificação:	Identificação da Publicidade:
() Íntegro (x) Pouco Alterado () Muito Alterado () Descaracterizado () Não se Aplica	() Marquise () Toldo (x) Anúncio () Letreiro () Totem () Outros

Análise de posturas quanto à publicidade: "S" para SIM e "N" para NÃO

(S) Dimensão correta de letreiros, anúncios, toldos, marquises e demais elementos parametrizados.
 (S) Posicionamento de elementos, sem interferir na leitura da linguagem da edificação.
 (S) Letreiro paralelo ou perpendicular à edificação, não apresentando o uso simultâneo dos dois tipos.
 (S) Regularidade de toldos e marquises.

Detalhes:



Caracterização dos elementos publicitários:

Quanto a materialidade: logomarca em ACM e acrílico.
 Quanto a originalidade: elementos não originais da edificação.

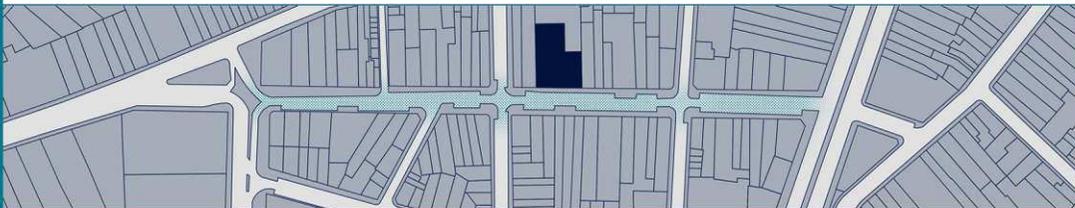
Observações:

A loja Emanuelle também ocupa parte da edificação ao lado.

FICHA DE IDENTIFICAÇÃO E CARACTERIZAÇÃO DE BENS

Ficha: 111	Rua: Maciel Pinheiro	Nº da Edificação: 206-218	Estilo Arquitetônico Original: Art Déco
------------	----------------------	---------------------------	---

Localização do Imóvel na Via:



Fachada:	Legislação Incidente:	Uso da Edificação:
----------	-----------------------	--------------------



Lei Municipal Nº 3.721/1999 Decreto 25.139/2004 Lei Complementar Nº 003/2006 Decreto 33.816/2013	() Residencial () Comercial () Institucional () Serviços (x) Misto () Vazio
Descrição dos Usos:	Estado da Conservação:
1. Majestic Hotel (Serviço) 2. Recalce Calçados (Comércio) 3. Narciso Enxovais (Comércio)	(x) Bom () Regular () Ruim () Ruína
Grau de Modificação:	Identificação da Publicidade:
() Íntegro (x) Pouco Alterado () Muito Alterado () Descaracterizado () Não se Aplica	() Marquise () Toldo (x) Anúncio (x) Letreiro () Totem () Outros

Análise de posturas quanto à publicidade: "S" para SIM e "N" para NÃO

(N) Dimensão correta de letreiros, anúncios, toldos, marquises e demais elementos parametrizados.
 (S) Posicionamento de elementos, sem interferir na leitura da linguagem da edificação.
 (S) Letreiro paralelo ou perpendicular à edificação, não apresentando o uso simultâneo dos dois tipos.
 (S) Regularidade de toldos e marquises.

Detalhes:



Caracterização dos elementos publicitários:

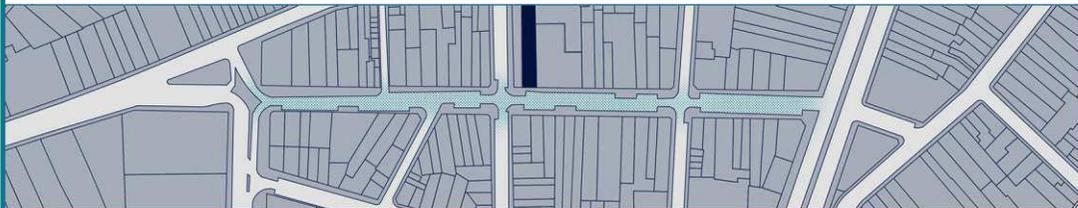
Quanto a materialidade: letreiros "Narciso Enxovais" e "Emanuelle" em ACM e acrílico; letreiros "Majestic Hotel" e "Recalce" em acrílico;
 Quanto a originalidade: elementos não originais da edificação.

Observações:

FICHA DE IDENTIFICAÇÃO E CARACTERIZAÇÃO DE BENS

Ficha: 112	Rua: Maciel Pinheiro	Nº da Edificação: 226	Estilo Arquitetônico Original: Contemporâneo
------------	----------------------	-----------------------	--

Localização do Imóvel na Via:



Fachada:	Legislação Incidente:	Uso da Edificação:
----------	-----------------------	--------------------



Lei Municipal Nº 3.721/1999 Decreto 25.139/2004 Lei Complementar Nº 003/2006 Decreto 33.816/2013	<input type="checkbox"/> Residencial <input type="checkbox"/> Comercial <input type="checkbox"/> Institucional <input type="checkbox"/> Serviços <input checked="" type="checkbox"/> Misto <input type="checkbox"/> Vazio
Descrição dos Usos: 1. Bela Moda	Estado da Conservação: <input type="checkbox"/> Bom <input checked="" type="checkbox"/> Regular <input type="checkbox"/> Ruim <input type="checkbox"/> Ruína
Grau de Modificação: <input checked="" type="checkbox"/> Íntegro <input type="checkbox"/> Pouco Alterado <input type="checkbox"/> Muito Alterado <input type="checkbox"/> Descaracterizado <input type="checkbox"/> Não se Aplica	Identificação da Publicidade: <input type="checkbox"/> Marquise <input checked="" type="checkbox"/> Toldo <input type="checkbox"/> Anúncio <input checked="" type="checkbox"/> Letreiro <input type="checkbox"/> Totem <input type="checkbox"/> Outros
Análise de posturas quanto à publicidade: "S" para SIM e "N" para NÃO (N) Dimensão correta de letreiros, anúncios, toldos, marquises e demais elementos parametrizados. (S) Posicionamento de elementos, sem interferir na leitura da linguagem da edificação. (S) Letreiro paralelo ou perpendicular à edificação, não apresentando o uso simultâneo dos dois tipos. (N) Regularidade de toldos e marquises.	

Detalhes:



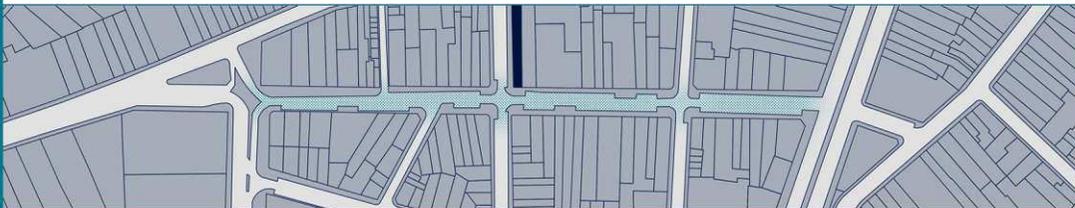
Caracterização dos elementos publicitários: Quanto a materialidade: letreiro em acrílico; toldo em lona fixo na marquise. Quanto a originalidade: elementos não originais da edificação.
--

Observações:

FICHA DE IDENTIFICAÇÃO E CARACTERIZAÇÃO DE BENS

Ficha: 113	Rua: Maciel Pinheiro	Nº da Edificação: 238	Estilo Arquitetônico Original: Art Déco
------------	----------------------	-----------------------	---

Localização do Imóvel na Via:



Fachada:	Legislação Incidente:	Uso da Edificação:
----------	-----------------------	--------------------



Lei Municipal Nº 3.721/1999 Decreto 25.139/2004 Lei Complementar Nº 003/2006 Decreto 33.816/2013	<input type="checkbox"/> Residencial <input type="checkbox"/> Comercial <input type="checkbox"/> Institucional <input type="checkbox"/> Serviços <input checked="" type="checkbox"/> Misto <input type="checkbox"/> Vazio
Descrição dos Usos: 1. Mioche 2. King Pratas	Estado da Conservação: <input type="checkbox"/> Bom <input checked="" type="checkbox"/> Regular <input type="checkbox"/> Ruim <input type="checkbox"/> Ruína
Grau de Modificação: <input type="checkbox"/> Íntegro <input type="checkbox"/> Pouco Alterado <input checked="" type="checkbox"/> Muito Alterado <input type="checkbox"/> Descaracterizado <input type="checkbox"/> Não se Aplica	Identificação da Publicidade: <input type="checkbox"/> Marquise <input type="checkbox"/> Toldo <input checked="" type="checkbox"/> Anúncio <input checked="" type="checkbox"/> Letreiro <input type="checkbox"/> Totem <input type="checkbox"/> Outros
Análise de posturas quanto à publicidade: "S" para SIM e "N" para NÃO (N) Dimensão correta de letreiros, anúncios, toldos, marquises e demais elementos parametrizados. (N) Posicionamento de elementos, sem interferir na leitura da linguagem da edificação. (S) Letreiro paralelo ou perpendicular à edificação, não apresentando o uso simultâneo dos dois tipos. (S) Regularidade de toldos e marquises.	

Detalhes:



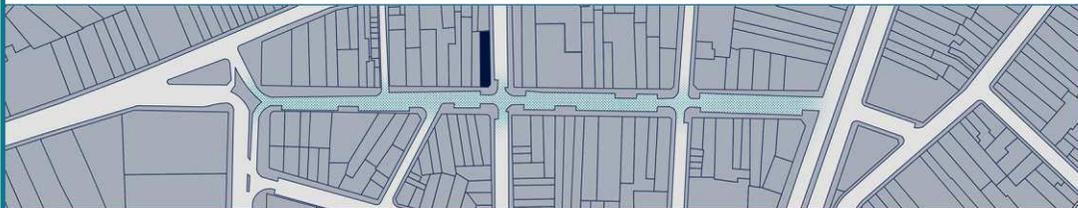
Caracterização dos elementos publicitários: Quanto a materialidade: Letreiro "Mioche" em ACM; anúncios "Mioche" e "King Pratas" em lona e metalon. Quanto a originalidade: elementos não originais da edificação.

Observações: Foram analisadas apenas as publicidades relativas a fachada frontal da edificação, visto que a edificação na sua totalidade vai de uma extensão a outra da quadra.
--

FICHA DE IDENTIFICAÇÃO E CARACTERIZAÇÃO DE BENS

Ficha: 114	Rua: Maciel Pinheiro	Nº da Edificação: 244	Estilo Arquitetônico Original: Art Déco
------------	----------------------	-----------------------	---

Localização do Imóvel na Via:



Fachada:	Legislação Incidente:	Uso da Edificação:
----------	-----------------------	--------------------



Lei Municipal Nº 3.721/1999 Decreto 25.139/2004 Lei Complementar Nº 003/2006 Decreto 33.816/2013	<input type="checkbox"/> Residencial <input type="checkbox"/> Comercial <input type="checkbox"/> Institucional <input type="checkbox"/> Serviços <input checked="" type="checkbox"/> Misto <input type="checkbox"/> Vazio
Descrição dos Usos: 1. Frank Malhas 2. Milton do Ouro 3. K-Samba Discos 4. Aliança de Ouro	Estado da Conservação: <input type="checkbox"/> Bom <input checked="" type="checkbox"/> Regular <input type="checkbox"/> Ruim <input type="checkbox"/> Ruína
Grau de Modificação: <input type="checkbox"/> Íntegro <input checked="" type="checkbox"/> Pouco Alterado <input type="checkbox"/> Muito Alterado <input type="checkbox"/> Descaracterizado <input type="checkbox"/> Não se Aplica	Identificação da Publicidade: <input checked="" type="checkbox"/> Marquise <input type="checkbox"/> Toldo <input checked="" type="checkbox"/> Anúncio <input checked="" type="checkbox"/> Letreiro <input type="checkbox"/> Totem <input type="checkbox"/> Outros
Análise de posturas quanto à publicidade: "S" para SIM e "N" para NÃO (N) Dimensão correta de letreiros, anúncios, toldos, marquises e demais elementos parametrizados. (S) Posicionamento de elementos, sem interferir na leitura da linguagem da edificação. (N) Letreiro paralelo ou perpendicular à edificação, não apresentando o uso simultâneo dos dois tipos. (N) Regularidade de toldos e marquises.	

Detalhes:

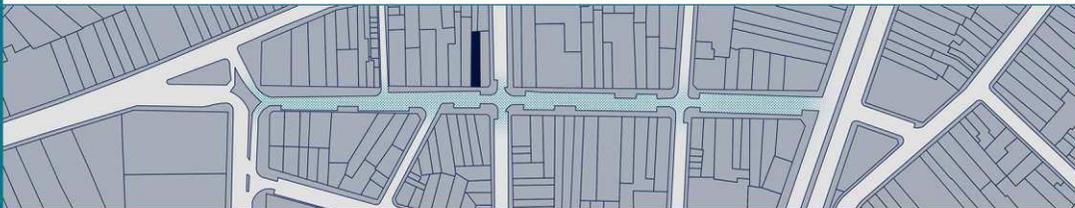


Caracterização dos elementos publicitários: Quanto a materialidade: letreiro "Frank Malhas" em metal e aço; letreiro "K-Samba Discos" em telha galvanizada e acrílico; marquise e letreiro "Milton do Ouro" em lona e metal; anúncios e letreiros "Sofia Lanche", "Aliança de Ouro" e "Milton do Ouro" em lona. Quanto a originalidade: elementos não originais da edificação.
Observações:

FICHA DE IDENTIFICAÇÃO E CARACTERIZAÇÃO DE BENS

Ficha: 115	Rua: Maciel Pinheiro	Nº da Edificação: 248	Estilo Arquitetônico Original: Art Déco
------------	----------------------	-----------------------	---

Localização do Imóvel na Via:



Fachada:	Legislação Incidente:	Uso da Edificação:
----------	-----------------------	--------------------



Lei Municipal Nº 3.721/1999 Decreto 25.139/2004 Lei Complementar Nº 003/2006 Decreto 33.816/2013	<input type="checkbox"/> Residencial <input checked="" type="checkbox"/> Comercial <input type="checkbox"/> Institucional <input type="checkbox"/> Serviços <input type="checkbox"/> Misto <input type="checkbox"/> Vazio
Descrição dos Usos: 1. O Boticário	Estado da Conservação: <input type="checkbox"/> Bom <input checked="" type="checkbox"/> Regular <input type="checkbox"/> Ruim <input type="checkbox"/> Ruína
Grau de Modificação: <input type="checkbox"/> Íntegro <input checked="" type="checkbox"/> Pouco Alterado <input type="checkbox"/> Muito Alterado <input type="checkbox"/> Descaracterizado <input type="checkbox"/> Não se Aplica	Identificação da Publicidade: <input checked="" type="checkbox"/> Marquise <input type="checkbox"/> Toldo <input type="checkbox"/> Anúncio <input checked="" type="checkbox"/> Letreiro <input type="checkbox"/> Totem <input type="checkbox"/> Outros
Análise de posturas quanto à publicidade: "S" para SIM e "N" para NÃO (N) Dimensão correta de letreiros, anúncios, toldos, marquises e demais elementos parametrizados. (S) Posicionamento de elementos, sem interferir na leitura da linguagem da edificação. (N) Letreiro paralelo ou perpendicular à edificação, não apresentando o uso simultâneo dos dois tipos. (N) Regularidade de toldos e marquises.	

Detalhes:

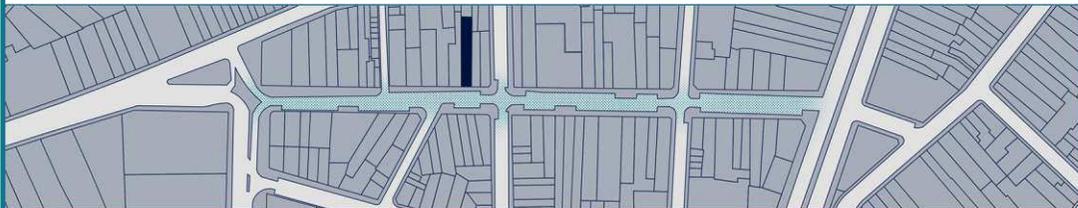


Caracterização dos elementos publicitários: Quanto a materialidade: letreiros em ACM e acrílico; marquise em ACM. Quanto a originalidade: elementos não originais da edificação.
Observações:

FICHA DE IDENTIFICAÇÃO E CARACTERIZAÇÃO DE BENS

Ficha: 116	Rua: Maciel Pinheiro	Nº da Edificação: 252	Estilo Arquitetônico Original: Vernacular
------------	----------------------	-----------------------	---

Localização do Imóvel na Via:



Fachada:	Legislação Incidente:	Uso da Edificação:
----------	-----------------------	--------------------



Lei Municipal Nº 3.721/1999 Decreto 25.139/2004 Lei Complementar Nº 003/2006 Decreto 33.816/2013	<input type="checkbox"/> Residencial <input type="checkbox"/> Comercial <input type="checkbox"/> Institucional <input type="checkbox"/> Serviços <input checked="" type="checkbox"/> Misto <input type="checkbox"/> Vazio
Descrição dos Usos: 1. Ponto da Moda (Comércio) 2. Dental Líder (Serviço)	Estado da Conservação: <input checked="" type="checkbox"/> Bom <input type="checkbox"/> Regular <input type="checkbox"/> Ruim <input type="checkbox"/> Ruína
Grau de Modificação: <input type="checkbox"/> Íntegro <input checked="" type="checkbox"/> Pouco Alterado <input type="checkbox"/> Muito Alterado <input type="checkbox"/> Descaracterizado <input type="checkbox"/> Não se Aplica	Identificação da Publicidade: <input type="checkbox"/> Marquise <input checked="" type="checkbox"/> Toldo <input checked="" type="checkbox"/> Anúncio <input checked="" type="checkbox"/> Letreiro <input type="checkbox"/> Totem <input type="checkbox"/> Outros
Análise de posturas quanto à publicidade: "S" para SIM e "N" para NÃO (N) Dimensão correta de letreiros, anúncios, toldos, marquises e demais elementos parametrizados. (S) Posicionamento de elementos, sem interferir na leitura da linguagem da edificação. (N) Letreiro paralelo ou perpendicular à edificação, não apresentando o uso simultâneo dos dois tipos. (S) Regularidade de toldos e marquises.	

Detalhes:

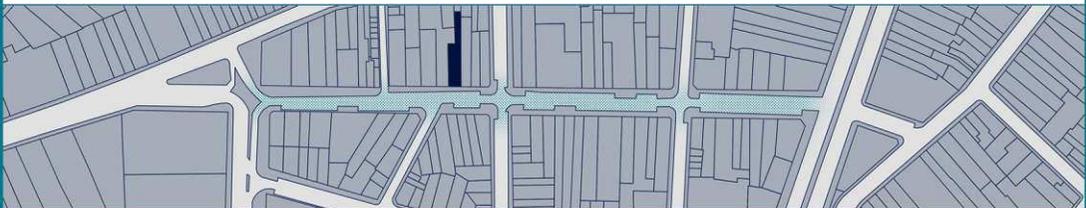


Caracterização dos elementos publicitários: Quanto a materialidade: letreiros em ACM e toldo em lona. Quanto a originalidade: elementos não originais da edificação.
Observações:

FICHA DE IDENTIFICAÇÃO E CARACTERIZAÇÃO DE BENS

Ficha: 117	Rua: Maciel Pinheiro	Nº da Edificação: 255	Estilo Arquitetônico Original: Art Déco
------------	----------------------	-----------------------	---

Localização do Imóvel na Via:

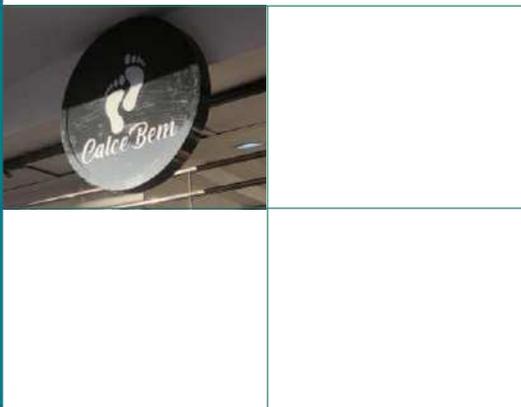


Fachada:	Legislação Incidente:	Uso da Edificação:
----------	-----------------------	--------------------



Lei Municipal Nº 3.721/1999 Decreto 25.139/2004 Lei Complementar Nº 003/2006 Decreto 33.816/2013	<input type="checkbox"/> Residencial <input checked="" type="checkbox"/> Comercial <input type="checkbox"/> Institucional <input type="checkbox"/> Serviços <input type="checkbox"/> Misto <input type="checkbox"/> Vazio
Descrição dos Usos: 1. Calce Bem	Estado da Conservação: <input type="checkbox"/> Bom <input checked="" type="checkbox"/> Regular <input type="checkbox"/> Ruim <input type="checkbox"/> Ruína
Grau de Modificação: <input type="checkbox"/> Íntegro <input checked="" type="checkbox"/> Pouco Alterado <input type="checkbox"/> Muito Alterado <input type="checkbox"/> Descaracterizado <input type="checkbox"/> Não se Aplica	Identificação da Publicidade: <input type="checkbox"/> Marquise <input type="checkbox"/> Toldo <input type="checkbox"/> Anúncio <input checked="" type="checkbox"/> Letreiro <input type="checkbox"/> Totem <input type="checkbox"/> Outros
Análise de posturas quanto à publicidade: "S" para SIM e "N" para NÃO (S) Dimensão correta de letreiros, anúncios, toldos, marquises e demais elementos parametrizados. (S) Posicionamento de elementos, sem interferir na leitura da linguagem da edificação. (S) Letreiro paralelo ou perpendicular à edificação, não apresentando o uso simultâneo dos dois tipos. (S) Regularidade de toldos e marquises.	

Detalhes:

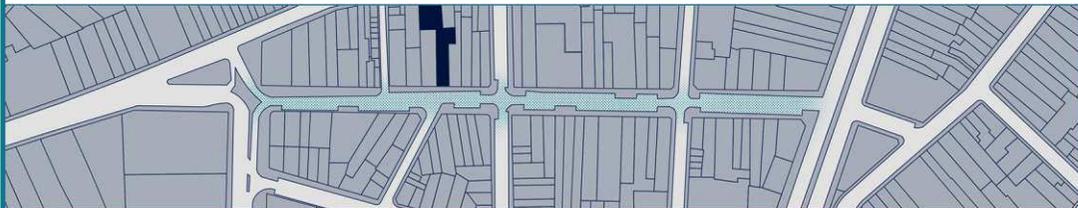


Caracterização dos elementos publicitários: Quanto a materialidade: letreiro em acrílico. Quanto a originalidade: elemento não original da edificação.
Observações:

FICHA DE IDENTIFICAÇÃO E CARACTERIZAÇÃO DE BENS

Ficha: 118	Rua: Maciel Pinheiro	Nº da Edificação: 266	Estilo Arquitetônico Original: Art Déco
------------	----------------------	-----------------------	---

Localização do Imóvel na Via:



Fachada:	Legislação Incidente:	Uso da Edificação:
----------	-----------------------	--------------------



Lei Municipal Nº 3.721/1999 Decreto 25.139/2004 Lei Complementar Nº 003/2006 Decreto 33.816/2013	<input type="checkbox"/> Residencial <input checked="" type="checkbox"/> Comercial <input type="checkbox"/> Institucional <input type="checkbox"/> Serviços <input type="checkbox"/> Misto <input type="checkbox"/> Vazio
Descrição dos Usos: 1. TL Modas	Estado da Conservação: <input type="checkbox"/> Bom <input checked="" type="checkbox"/> Regular <input type="checkbox"/> Ruim <input type="checkbox"/> Ruína
Grau de Modificação: <input type="checkbox"/> Íntegro <input checked="" type="checkbox"/> Pouco Alterado <input type="checkbox"/> Muito Alterado <input type="checkbox"/> Descaracterizado <input type="checkbox"/> Não se Aplica	Identificação da Publicidade: <input type="checkbox"/> Marquise <input type="checkbox"/> Toldo <input checked="" type="checkbox"/> Anúncio <input checked="" type="checkbox"/> Letreiro <input type="checkbox"/> Totem <input type="checkbox"/> Outros
Análise de posturas quanto à publicidade: "S" para SIM e "N" para NÃO (S) Dimensão correta de letreiros, anúncios, toldos, marquises e demais elementos parametrizados. (S) Posicionamento de elementos, sem interferir na leitura da linguagem da edificação. (N) Letreiro paralelo ou perpendicular à edificação, não apresentando o uso simultâneo dos dois tipos. (S) Regularidade de toldos e marquises.	

Detalhes:	Caracterização dos elementos publicitários:
-----------	---



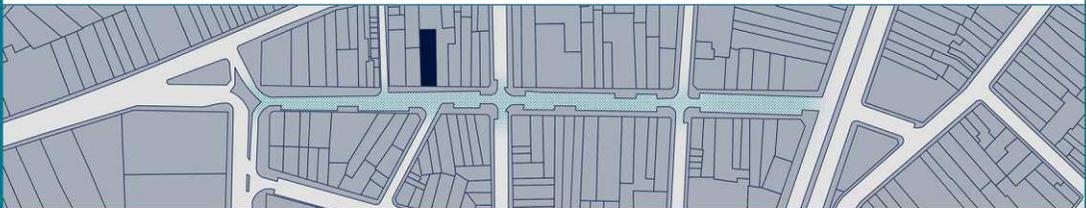
Quanto a materialidade: letreiro perpendicular em metal e acrílico; letreiro paralelo em ACM; anúncio em cartaz.
 Quanto a originalidade: elementos não originais da edificação.

Observações:

FICHA DE IDENTIFICAÇÃO E CARACTERIZAÇÃO DE BENS

Ficha: 119	Rua: Maciel Pinheiro	Nº da Edificação: 270	Estilo Arquitetônico Original: Art Déco
------------	----------------------	-----------------------	---

Localização do Imóvel na Via:



Fachada:	Legislação Incidente:	Uso da Edificação:
----------	-----------------------	--------------------



Lei Municipal Nº 3.721/1999 Decreto 25.139/2004 Lei Complementar Nº 003/2006 Decreto 33.816/2013	<input type="checkbox"/> Residencial <input checked="" type="checkbox"/> Comercial <input type="checkbox"/> Institucional <input type="checkbox"/> Serviços <input type="checkbox"/> Misto <input type="checkbox"/> Vazio
Descrição dos Usos: 1. Redepharma 2. Restaurante	Estado da Conservação: <input checked="" type="checkbox"/> Bom <input type="checkbox"/> Regular <input type="checkbox"/> Ruim <input type="checkbox"/> Ruína
Grau de Modificação: <input type="checkbox"/> Íntegro <input checked="" type="checkbox"/> Pouco Alterado <input type="checkbox"/> Muito Alterado <input type="checkbox"/> Descaracterizado <input type="checkbox"/> Não se Aplica	Identificação da Publicidade: <input type="checkbox"/> Marquise <input type="checkbox"/> Toldo <input checked="" type="checkbox"/> Anúncio <input checked="" type="checkbox"/> Letreiro <input type="checkbox"/> Totem <input type="checkbox"/> Outros
Análise de posturas quanto à publicidade: "S" para SIM e "N" para NÃO (N) Dimensão correta de letreiros, anúncios, toldos, marquises e demais elementos parametrizados. (S) Posicionamento de elementos, sem interferir na leitura da linguagem da edificação. (S) Letreiro paralelo ou perpendicular à edificação, não apresentando o uso simultâneo dos dois tipos. (S) Regularidade de toldos e marquises.	

Detalhes:	Caracterização dos elementos publicitários:
-----------	---



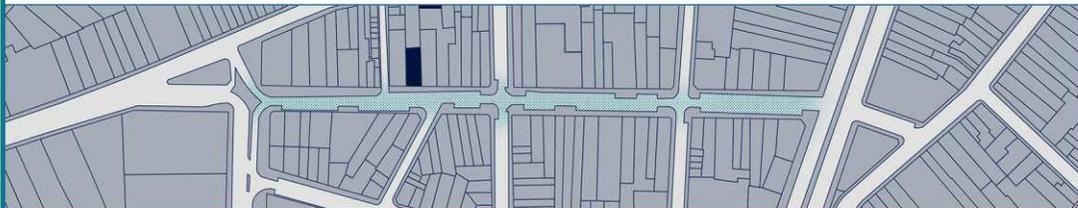
Quanto a materialidade: letreiro em lona e metal, anúncios em cartaz.
 Quanto a originalidade: elementos não originais da edificação.

Observações:

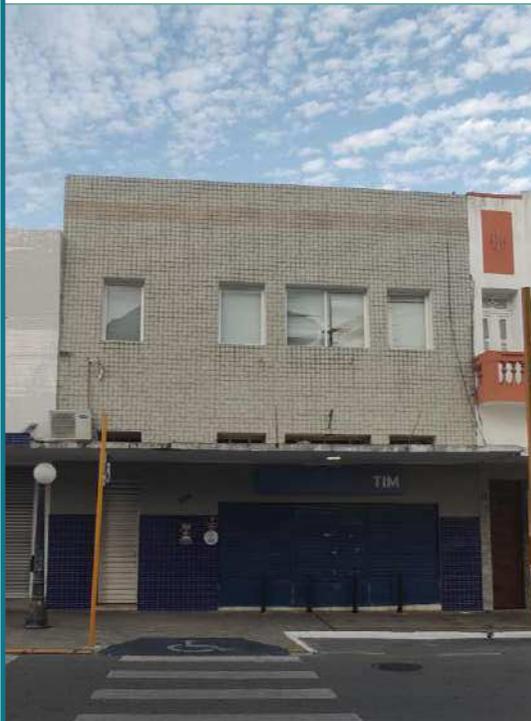
FICHA DE IDENTIFICAÇÃO E CARACTERIZAÇÃO DE BENS

Ficha: 120	Rua: Maciel Pinheiro	Nº da Edificação: 276	Estilo Arquitetônico Original: Vernacular
------------	----------------------	-----------------------	---

Localização do Imóvel na Via:



Fachada:	Legislação Incidente:	Uso da Edificação:
----------	-----------------------	--------------------



Lei Municipal Nº 3.721/1999 Decreto 25.139/2004 Lei Complementar Nº 003/2006 Decreto 33.816/2013	<input type="checkbox"/> Residencial <input checked="" type="checkbox"/> Comercial <input type="checkbox"/> Institucional <input type="checkbox"/> Serviços <input type="checkbox"/> Misto <input type="checkbox"/> Vazio
Descrição dos Usos:	Estado da Conservação:
1. Tim	<input type="checkbox"/> Bom <input checked="" type="checkbox"/> Regular <input type="checkbox"/> Ruim <input type="checkbox"/> Ruína
Grau de Modificação:	Identificação da Publicidade:
<input type="checkbox"/> Íntegro <input type="checkbox"/> Pouco Alterado <input type="checkbox"/> Muito Alterado <input checked="" type="checkbox"/> Descaracterizado <input type="checkbox"/> Não se Aplica	<input type="checkbox"/> Marquise <input type="checkbox"/> Toldo <input type="checkbox"/> Anúncio <input checked="" type="checkbox"/> Letreiro <input type="checkbox"/> Totem <input type="checkbox"/> Outros
Análise de posturas quanto à publicidade: "S" para SIM e "N" para NÃO	
(S) Dimensão correta de letreiros, anúncios, toldos, marquises e demais elementos parametrizados. (S) Posicionamento de elementos, sem interferir na leitura da linguagem da edificação. (S) Letreiro paralelo ou perpendicular à edificação, não apresentando o uso simultâneo dos dois tipos. (S) Regularidade de toldos e marquises.	

Detalhes:	Caracterização dos elementos publicitários:
-----------	---



Quanto a materialidade: letreiro em ACM. Quanto a originalidade: elementos não originais da edificação.
--

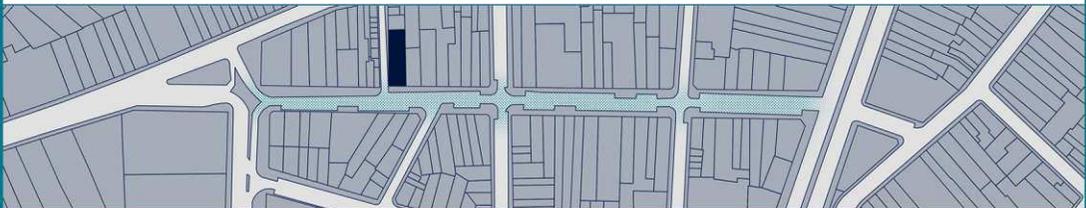
Observações:

--

FICHA DE IDENTIFICAÇÃO E CARACTERIZAÇÃO DE BENS

Ficha: 121	Rua: Maciel Pinheiro/Cavalcante Belo	Nº da Edificação: 284	Estilo Arquitetônico Original: Art Déco
------------	--------------------------------------	-----------------------	---

Localização do Imóvel na Via:



Fachada:	Legislação Incidente:	Uso da Edificação:
----------	-----------------------	--------------------



Lei Municipal Nº 3.721/1999 Decreto 25.139/2004 Lei Complementar Nº 003/2006 Decreto 33.816/2013	<input type="checkbox"/> Residencial <input checked="" type="checkbox"/> Comercial <input type="checkbox"/> Institucional <input type="checkbox"/> Serviços <input type="checkbox"/> Misto <input type="checkbox"/> Vazio
Descrição dos Usos:	Estado da Conservação:
1. Lojas Paloma	<input type="checkbox"/> Bom <input checked="" type="checkbox"/> Regular <input type="checkbox"/> Ruim <input type="checkbox"/> Ruína
Grau de Modificação:	Identificação da Publicidade:
<input type="checkbox"/> Íntegro <input type="checkbox"/> Pouco Alterado <input type="checkbox"/> Muito Alterado <input checked="" type="checkbox"/> Descaracterizado <input type="checkbox"/> Não se Aplica	<input type="checkbox"/> Marquise <input type="checkbox"/> Toldo <input type="checkbox"/> Anúncio <input checked="" type="checkbox"/> Letreiro <input type="checkbox"/> Totem <input type="checkbox"/> Outros
Análise de posturas quanto à publicidade: "S" para SIM e "N" para NÃO	
(S) Dimensão correta de letreiros, anúncios, toldos, marquises e demais elementos parametrizados. (S) Posicionamento de elementos, sem interferir na leitura da linguagem da edificação. (N) Letreiro paralelo ou perpendicular à edificação, não apresentando o uso simultâneo dos dois tipos. (S) Regularidade de toldos e marquises.	

Detalhes:	Caracterização dos elementos publicitários:
-----------	---



Quanto a materialidade: letreiros em ACM e acrílico. Quanto a originalidade: elementos não originais da edificação.
--

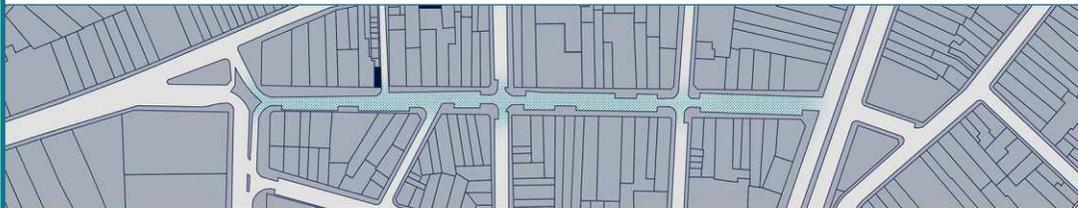
Observações:

--

FICHA DE IDENTIFICAÇÃO E CARACTERIZAÇÃO DE BENS

Ficha: 122	Rua: Maciel Pinheiro/Cavalcante Belo	Nº da Edificação: 294	Estilo Arquitetônico Original: Vernacular
------------	--------------------------------------	-----------------------	---

Localização do Imóvel na Via:



Fachada:	Legislação Incidente:	Uso da Edificação:
----------	-----------------------	--------------------



Lei Municipal Nº 3.721/1999 Decreto 25.139/2004 Lei Complementar Nº 003/2006 Decreto 33.816/2013	() Residencial (x) Comercial () Institucional () Serviços () Misto () Vazio
---	---

Descrição dos Usos:	Estado da Conservação:
1. N&C Aviamentos	(x) Bom () Regular () Ruim () Ruína

Grau de Modificação:	Identificação da Publicidade:
() Íntegro (x) Pouco Alterado () Muito Alterado () Descaracterizado () Não se Aplica	() Marquise () Toldo () Anúncio (x) Letreiro () Totem () Outros

Análise de posturas quanto à publicidade: "S" para SIM e "N" para NÃO

(S) Dimensão correta de letreiros, anúncios, toldos, marquises e demais elementos parametrizados.
 (S) Posicionamento de elementos, sem interferir na leitura da linguagem da edificação.
 (S) Letreiro paralelo ou perpendicular à edificação, não apresentando o uso simultâneo dos dois tipos.
 (S) Regularidade de toldos e marquises.

Detalhes:	Caracterização dos elementos publicitários:
-----------	---



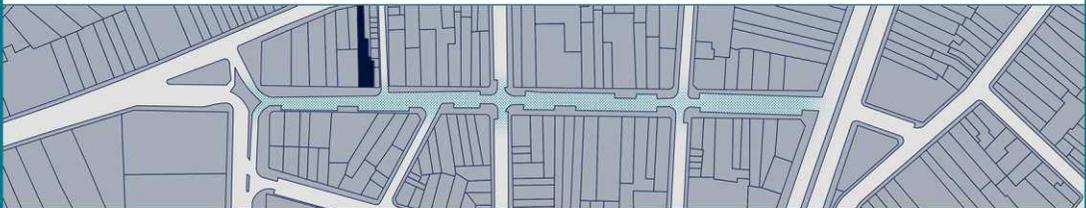
Quanto a materialidade: letreiro em acrílico.
 Quanto a originalidade: elementos não originais da edificação.

Observações:

FICHA DE IDENTIFICAÇÃO E CARACTERIZAÇÃO DE BENS

Ficha: 123	Rua: Maciel Pinheiro	Nº da Edificação: 306-312	Estilo Arquitetônico Original: Contemporâneo
------------	----------------------	---------------------------	--

Localização do Imóvel na Via:



Fachada:	Legislação Incidente:	Uso da Edificação:
----------	-----------------------	--------------------



Lei Municipal Nº 3.721/1999 Decreto 25.139/2004 Lei Complementar Nº 003/2006 Decreto 33.816/2013	() Residencial (x) Comercial () Institucional () Serviços () Misto () Vazio
---	---

Descrição dos Usos:	Estado da Conservação:
1. D&D Cosméticos 2. Hering	(x) Bom () Regular () Ruim () Ruína

Grau de Modificação:	Identificação da Publicidade:
(x) Íntegro () Pouco Alterado () Muito Alterado () Descaracterizado () Não se Aplica	(x) Marquise (x) Toldo () Anúncio (x) Letreiro () Totem () Outros

Análise de posturas quanto à publicidade: "S" para SIM e "N" para NÃO

(N) Dimensão correta de letreiros, anúncios, toldos, marquises e demais elementos parametrizados.
 (S) Posicionamento de elementos, sem interferir na leitura da linguagem da edificação.
 (S) Letreiro paralelo ou perpendicular à edificação, não apresentando o uso simultâneo dos dois tipos.
 (N) Regularidade de toldos e marquises.

Detalhes:	Caracterização dos elementos publicitários:
-----------	---



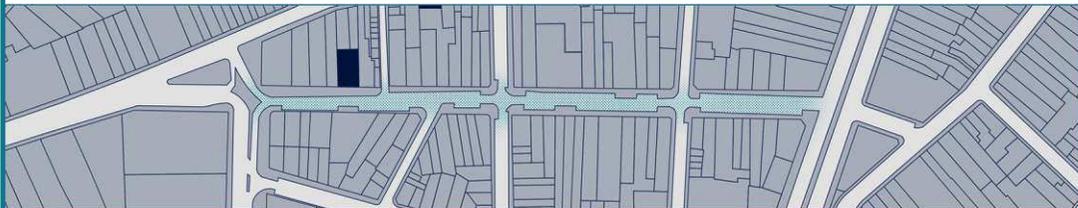
Quanto a materialidade: letreiro "Hering" em acrílico; letreiro "D&D" e marquise Hering em ACM; toldo em lona.
 Quanto a originalidade: elementos não originais da edificação.

Observações:

FICHA DE IDENTIFICAÇÃO E CARACTERIZAÇÃO DE BENS

Ficha: 124	Rua: Maciel Pinheiro	Nº da Edificação: 320	Estilo Arquitetônico Original: Contemporâneo
------------	----------------------	-----------------------	--

Localização do Imóvel na Via:



Fachada:	Legislação Incidente:	Uso da Edificação:
----------	-----------------------	--------------------



Lei Municipal Nº 3.721/1999 Decreto 25.139/2004 Lei Complementar Nº 003/2006 Decreto 33.816/2013	<input type="checkbox"/> Residencial <input type="checkbox"/> Comercial <input type="checkbox"/> Institucional <input type="checkbox"/> Serviços <input checked="" type="checkbox"/> Misto <input type="checkbox"/> Vazio
Descrição dos Usos: 1. Sergio's (Comércio) 2. Pronto-Socorro dos Óculos (Comércio) 3. Habitação (Residencial)	Estado da Conservação: <input checked="" type="checkbox"/> Bom <input type="checkbox"/> Regular <input type="checkbox"/> Ruim <input type="checkbox"/> Ruína
Grau de Modificação: <input checked="" type="checkbox"/> Íntegro <input type="checkbox"/> Pouco Alterado <input type="checkbox"/> Muito Alterado <input type="checkbox"/> Descaracterizado <input type="checkbox"/> Não se Aplica	Identificação da Publicidade: <input type="checkbox"/> Marquise <input checked="" type="checkbox"/> Toldo <input checked="" type="checkbox"/> Anúncio <input checked="" type="checkbox"/> Letreiro <input type="checkbox"/> Totem <input checked="" type="checkbox"/> Outros

Análise de posturas quanto à publicidade: "S" para SIM e "N" para NÃO

(N) Dimensão correta de letreiros, anúncios, toldos, marquises e demais elementos parametrizados.
 (S) Posicionamento de elementos, sem interferir na leitura da linguagem da edificação.
 (N) Letreiro paralelo ou perpendicular à edificação, não apresentando o uso simultâneo dos dois tipos.
 (N) Regularidade de toldos e marquises.

Detalhes:



Caracterização dos elementos publicitários:

Quanto a materialidade: letreiro e toldo "Sergio's" em lona e metal; placa "Pronto Socorro dos Óculos" em ACM e toldo em lona dobrável; anúncios em cartazes; anúncios em cavaletes.
 Quanto a originalidade: elementos não originais da edificação.

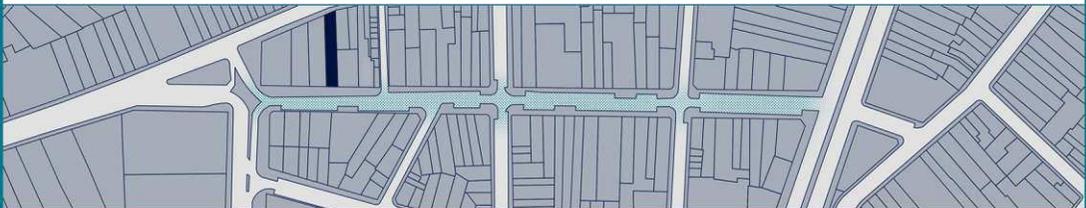


Observações:

FICHA DE IDENTIFICAÇÃO E CARACTERIZAÇÃO DE BENS

Ficha: 125	Rua: Maciel Pinheiro	Nº da Edificação: 326	Estilo Arquitetônico Original: Vernacular
------------	----------------------	-----------------------	---

Localização do Imóvel na Via:



Fachada:	Legislação Incidente:	Uso da Edificação:
----------	-----------------------	--------------------



Lei Municipal Nº 3.721/1999 Decreto 25.139/2004 Lei Complementar Nº 003/2006 Decreto 33.816/2013	<input type="checkbox"/> Residencial <input checked="" type="checkbox"/> Comercial <input type="checkbox"/> Institucional <input type="checkbox"/> Serviços <input type="checkbox"/> Misto <input type="checkbox"/> Vazio
Descrição dos Usos: 1. Dalume	Estado da Conservação: <input checked="" type="checkbox"/> Bom <input type="checkbox"/> Regular <input type="checkbox"/> Ruim <input type="checkbox"/> Ruína
Grau de Modificação: <input type="checkbox"/> Íntegro <input checked="" type="checkbox"/> Pouco Alterado <input type="checkbox"/> Muito Alterado <input type="checkbox"/> Descaracterizado <input type="checkbox"/> Não se Aplica	Identificação da Publicidade: <input type="checkbox"/> Marquise <input type="checkbox"/> Toldo <input type="checkbox"/> Anúncio <input checked="" type="checkbox"/> Letreiro <input type="checkbox"/> Totem <input type="checkbox"/> Outros

Análise de posturas quanto à publicidade: "S" para SIM e "N" para NÃO

(N) Dimensão correta de letreiros, anúncios, toldos, marquises e demais elementos parametrizados.
 (S) Posicionamento de elementos, sem interferir na leitura da linguagem da edificação.
 (S) Letreiro paralelo ou perpendicular à edificação, não apresentando o uso simultâneo dos dois tipos.
 (S) Regularidade de toldos e marquises.

Detalhes:



Caracterização dos elementos publicitários:

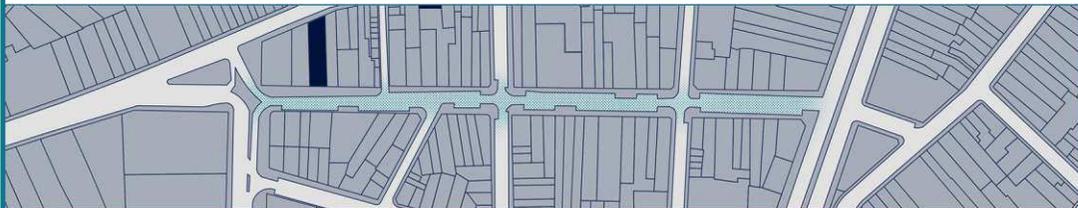
Quanto a materialidade: letreiro em ACM e acrílico.
 Quanto a originalidade: elementos não originais da edificação.

Observações:

FICHA DE IDENTIFICAÇÃO E CARACTERIZAÇÃO DE BENS

Ficha: 126	Rua: Maciel Pinheiro	Nº da Edificação: 336	Estilo Arquitetônico Original: Contemporâneo
------------	----------------------	-----------------------	--

Localização do Imóvel na Via:



Fachada:	Legislação Incidente:	Uso da Edificação:
----------	-----------------------	--------------------



Lei Municipal Nº 3.721/1999 Decreto 25.139/2004 Lei Complementar Nº 003/2006 Decreto 33.816/2013	<input type="checkbox"/> Residencial <input checked="" type="checkbox"/> Comercial <input type="checkbox"/> Institucional <input type="checkbox"/> Serviços <input type="checkbox"/> Misto <input type="checkbox"/> Vazio
Descrição dos Usos: 1. A Potiguar Confeccões	Estado da Conservação: <input checked="" type="checkbox"/> Bom <input type="checkbox"/> Regular <input type="checkbox"/> Ruim <input type="checkbox"/> Ruína
Grau de Modificação: <input checked="" type="checkbox"/> Íntegro <input type="checkbox"/> Pouco Alterado <input type="checkbox"/> Muito Alterado <input type="checkbox"/> Descaracterizado <input type="checkbox"/> Não se Aplica	Identificação da Publicidade: <input type="checkbox"/> Marquise <input checked="" type="checkbox"/> Toldo <input type="checkbox"/> Anúncio <input checked="" type="checkbox"/> Letreiro <input type="checkbox"/> Totem <input type="checkbox"/> Outros
Análise de posturas quanto à publicidade: "S" para SIM e "N" para NÃO <input checked="" type="checkbox"/> Dimensão correta de letreiros, anúncios, toldos, marquises e demais elementos parametrizados. <input checked="" type="checkbox"/> Posicionamento de elementos, sem interferir na leitura da linguagem da edificação. <input checked="" type="checkbox"/> Letreiro paralelo ou perpendicular à edificação, não apresentando o uso simultâneo dos dois tipos. <input checked="" type="checkbox"/> Regularidade de toldos e marquises.	

Detalhes:



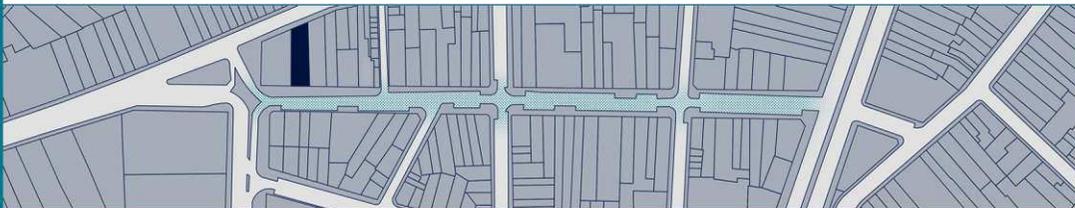
Caracterização dos elementos publicitários: Quanto a materialidade: letreiro em ACM; toldos dobráveis em lona. Quanto a originalidade: elementos não originais da edificação.

Observações:

FICHA DE IDENTIFICAÇÃO E CARACTERIZAÇÃO DE BENS

Ficha: 127	Rua: Maciel Pinheiro	Nº da Edificação: 348	Estilo Arquitetônico Original: Vernacular
------------	----------------------	-----------------------	---

Localização do Imóvel na Via:



Fachada:	Legislação Incidente:	Uso da Edificação:
----------	-----------------------	--------------------



Lei Municipal Nº 3.721/1999 Decreto 25.139/2004 Lei Complementar Nº 003/2006 Decreto 33.816/2013	<input type="checkbox"/> Residencial <input checked="" type="checkbox"/> Comercial <input type="checkbox"/> Institucional <input type="checkbox"/> Serviços <input type="checkbox"/> Misto <input type="checkbox"/> Vazio
Descrição dos Usos: 1. Magazine Luiza	Estado da Conservação: <input type="checkbox"/> Bom <input checked="" type="checkbox"/> Regular <input type="checkbox"/> Ruim <input type="checkbox"/> Ruína
Grau de Modificação: <input type="checkbox"/> Íntegro <input type="checkbox"/> Pouco Alterado <input type="checkbox"/> Muito Alterado <input checked="" type="checkbox"/> Descaracterizado <input type="checkbox"/> Não se Aplica	Identificação da Publicidade: <input type="checkbox"/> Marquise <input type="checkbox"/> Toldo <input type="checkbox"/> Anúncio <input checked="" type="checkbox"/> Letreiro <input type="checkbox"/> Totem <input type="checkbox"/> Outros
Análise de posturas quanto à publicidade: "S" para SIM e "N" para NÃO <input checked="" type="checkbox"/> Dimensão correta de letreiros, anúncios, toldos, marquises e demais elementos parametrizados. <input checked="" type="checkbox"/> Posicionamento de elementos, sem interferir na leitura da linguagem da edificação. <input checked="" type="checkbox"/> Letreiro paralelo ou perpendicular à edificação, não apresentando o uso simultâneo dos dois tipos. <input checked="" type="checkbox"/> Regularidade de toldos e marquises.	

Detalhes:



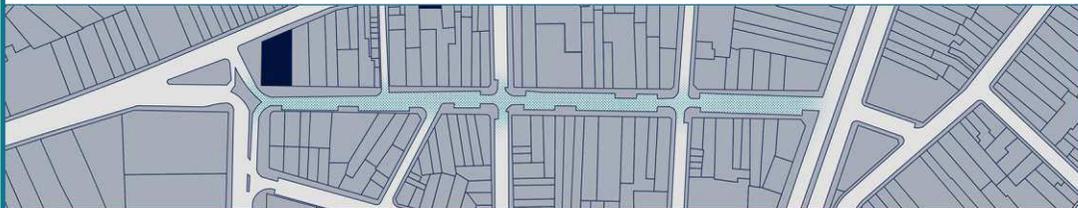
Caracterização dos elementos publicitários: Quanto a materialidade: letreiro em ACM. Quanto a originalidade: elementos não originais da edificação.

Observações: ...

FICHA DE IDENTIFICAÇÃO E CARACTERIZAÇÃO DE BENS

Ficha: 128 Rua: Maciel Pinheiro/Sete de Setembro Nº da Edificação: 360 Estilo Arquitetônico Original: Contemporâneo

Localização do Imóvel na Via:



Fachada: Legislação Incidente: Uso da Edificação:



Lei Municipal Nº 3.721/1999
Decreto 25.139/2004
Lei Complementar Nº 003/2006
Decreto 33.816/2013

Residencial
 Comercial
 Institucional
 Serviços
 Misto
 Vazio

Descrição dos Usos: Estado da Conservação:

1. Up!
2. Valetinho
3. Cartão de Todos
4. O Rei das Capas
5. Habitações (Residencial)

Bom
 Regular
 Ruim
 Ruína

Grau de Modificação: Identificação da Publicidade:

Íntegro
 Pouco Alterado
 Muito Alterado
 Descaracterizado
 Não se Aplica

Marquise
 Toldo
 Anúncio
 Letreiro
 Totem
 Outros

Análise de posturas quanto à publicidade: "S" para SIM e "N" para NÃO

(N) Dimensão correta de letreiros, anúncios, toldos, marquises e demais elementos parametrizados.
(S) Posicionamento de elementos, sem interferir na leitura da linguagem da edificação.
(S) Letreiro paralelo ou perpendicular à edificação, não apresentando o uso simultâneo dos dois tipos.
(N) Regularidade de toldos e marquises.

Detalhes: Caracterização dos elementos publicitários:



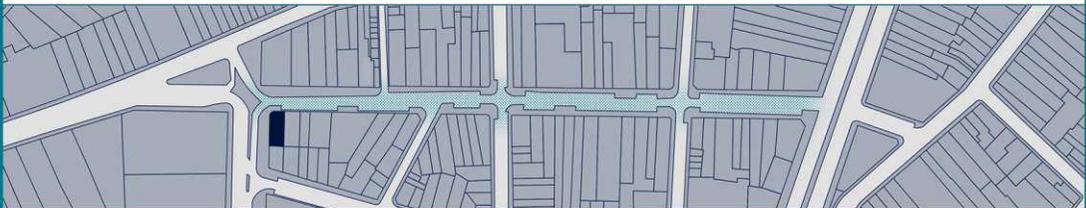
Quanto a materialidade: letreiro "Empresarial Ramos" em acrílico; letreiros "UP!" e "Cartão de Todos" em ACM e acrílico; anúncio em banner de lona; tenda publicitária inflável; toldo dobrável em lona.
Quanto a originalidade: elementos não originais da edificação.

Observações:

FICHA DE IDENTIFICAÇÃO E CARACTERIZAÇÃO DE BENS

Ficha: 129 Rua: Maciel Pinheiro Nº da Edificação: 377 Estilo Arquitetônico Original: Art Déco

Localização do Imóvel na Via:



Fachada: Legislação Incidente: Uso da Edificação:



Lei Municipal Nº 3.721/1999
Decreto 25.139/2004
Lei Complementar Nº 003/2006
Decreto 33.816/2013

Residencial
 Comercial
 Institucional
 Serviços
 Misto
 Vazio

Descrição dos Usos: Estado da Conservação:

1. MR Kitsch (Comercial)
2. Sindicato dos Taxistas (Institucional)
3. Centro Cell (Comercial)

Bom
 Regular
 Ruim
 Ruína

Grau de Modificação: Identificação da Publicidade:

Íntegro
 Pouco Alterado
 Muito Alterado
 Descaracterizado
 Não se Aplica

Marquise
 Toldo
 Anúncio
 Letreiro
 Totem
 Outros

Análise de posturas quanto à publicidade: "S" para SIM e "N" para NÃO

(N) Dimensão correta de letreiros, anúncios, toldos, marquises e demais elementos parametrizados.
(S) Posicionamento de elementos, sem interferir na leitura da linguagem da edificação.
(S) Letreiro paralelo ou perpendicular à edificação, não apresentando o uso simultâneo dos dois tipos.
(S) Regularidade de toldos e marquises.

Detalhes: Caracterização dos elementos publicitários:



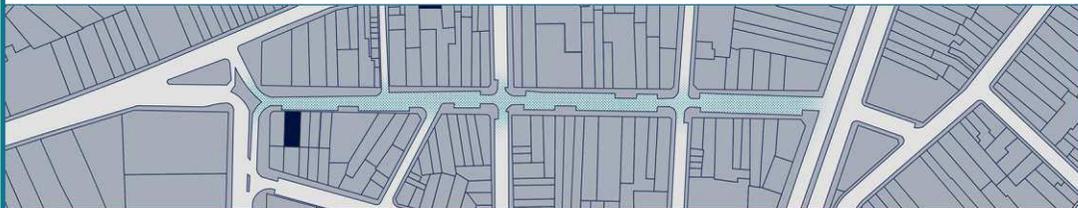
Quanto a materialidade: letreiros "MR Kitsch" e "Centro Cell" em lona e metal; anúncios adesivos; anúncio em pintura direta sob a parede.
Quanto a originalidade: elementos não originais da edificação.

Observações:

FICHA DE IDENTIFICAÇÃO E CARACTERIZAÇÃO DE BENS

Ficha: 130	Rua: Maciel Pinheiro	Nº da Edificação: 373	Estilo Arquitetônico Original: Vernacular
------------	----------------------	-----------------------	---

Localização do Imóvel na Via:



Fachada:	Legislação Incidente:	Uso da Edificação:
----------	-----------------------	--------------------



Lei Municipal Nº 3.721/1999 Decreto 25.139/2004 Lei Complementar Nº 003/2006 Decreto 33.816/2013	<input type="checkbox"/> Residencial <input type="checkbox"/> Comercial <input type="checkbox"/> Institucional <input type="checkbox"/> Serviços <input checked="" type="checkbox"/> Misto <input type="checkbox"/> Vazio
Descrição dos Usos: 1. Dzarp (Comercial) 2. Sindilojas (Institucional)	Estado da Conservação: <input checked="" type="checkbox"/> Bom <input type="checkbox"/> Regular <input type="checkbox"/> Ruim <input type="checkbox"/> Ruína
Grau de Modificação: <input type="checkbox"/> Íntegro <input type="checkbox"/> Pouco Alterado <input checked="" type="checkbox"/> Muito Alterado <input type="checkbox"/> Descaracterizado <input type="checkbox"/> Não se Aplica	Identificação da Publicidade: <input type="checkbox"/> Marquise <input type="checkbox"/> Toldo <input type="checkbox"/> Anúncio <input checked="" type="checkbox"/> Letreiro <input type="checkbox"/> Totem <input type="checkbox"/> Outros

Análise de posturas quanto à publicidade: "S" para SIM e "N" para NÃO

(S) Dimensão correta de letreiros, anúncios, toldos, marquises e demais elementos parametrizados.
 (S) Posicionamento de elementos, sem interferir na leitura da linguagem da edificação.
 (S) Letreiro paralelo ou perpendicular à edificação, não apresentando o uso simultâneo dos dois tipos.
 (S) Regularidade de toldos e marquises.

Detalhes:



Caracterização dos elementos publicitários:

Quanto a materialidade: letreiro "DZARPI" em ACM e acrílico; letreiro "Sindilojas" em lona e metal.
 Quanto a originalidade: elementos não originais da edificação.

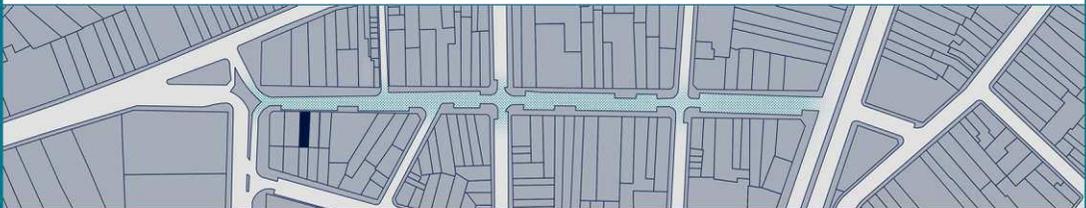
Observações:

Observações:

FICHA DE IDENTIFICAÇÃO E CARACTERIZAÇÃO DE BENS

Ficha: 131	Rua: Maciel Pinheiro	Nº da Edificação: 365	Estilo Arquitetônico Original: Contemporâneo
------------	----------------------	-----------------------	--

Localização do Imóvel na Via:



Fachada:	Legislação Incidente:	Uso da Edificação:
----------	-----------------------	--------------------



Lei Municipal Nº 3.721/1999 Decreto 25.139/2004 Lei Complementar Nº 003/2006 Decreto 33.816/2013	<input type="checkbox"/> Residencial <input checked="" type="checkbox"/> Comercial <input type="checkbox"/> Institucional <input type="checkbox"/> Serviços <input type="checkbox"/> Misto <input type="checkbox"/> Vazio
Descrição dos Usos: 1. Cabide Store	Estado da Conservação: <input checked="" type="checkbox"/> Bom <input type="checkbox"/> Regular <input type="checkbox"/> Ruim <input type="checkbox"/> Ruína
Grau de Modificação: <input checked="" type="checkbox"/> Íntegro <input type="checkbox"/> Pouco Alterado <input type="checkbox"/> Muito Alterado <input type="checkbox"/> Descaracterizado <input type="checkbox"/> Não se Aplica	Identificação da Publicidade: <input checked="" type="checkbox"/> Marquise <input type="checkbox"/> Toldo <input type="checkbox"/> Anúncio <input checked="" type="checkbox"/> Letreiro <input type="checkbox"/> Totem <input type="checkbox"/> Outros

Análise de posturas quanto à publicidade: "S" para SIM e "N" para NÃO

(N) Dimensão correta de letreiros, anúncios, toldos, marquises e demais elementos parametrizados.
 (S) Posicionamento de elementos, sem interferir na leitura da linguagem da edificação.
 (S) Letreiro paralelo ou perpendicular à edificação, não apresentando o uso simultâneo dos dois tipos.
 (N) Regularidade de toldos e marquises.

Detalhes:



Caracterização dos elementos publicitários:

Quanto a materialidade: letreiro em acrílico, marquise em ACM.
 Quanto a originalidade: elementos não originais da edificação.

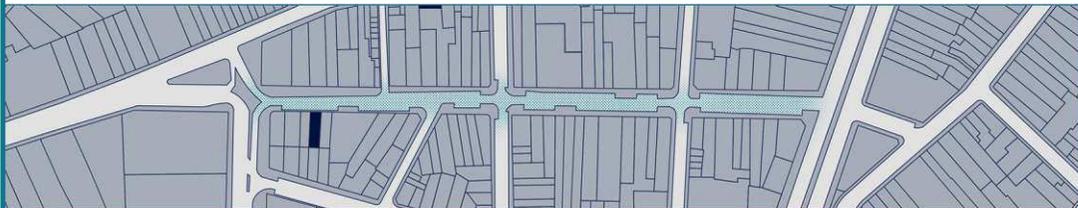
Observações:

Observações:

FICHA DE IDENTIFICAÇÃO E CARACTERIZAÇÃO DE BENS

Ficha: 132	Rua: Maciel Pinheiro	Nº da Edificação: 361	Estilo Arquitetônico Original: Contemporâneo
------------	----------------------	-----------------------	--

Localização do Imóvel na Via:



Fachada:	Legislação Incidente:	Uso da Edificação:
----------	-----------------------	--------------------



Lei Municipal Nº 3.721/1999 Decreto 25.139/2004 Lei Complementar Nº 003/2006 Decreto 33.816/2013	<input type="checkbox"/> Residencial <input checked="" type="checkbox"/> Comercial <input type="checkbox"/> Institucional <input type="checkbox"/> Serviços <input type="checkbox"/> Misto <input type="checkbox"/> Vazio
Descrição dos Usos: 1. Vila Rica Tecidos	Estado da Conservação: <input checked="" type="checkbox"/> Bom <input type="checkbox"/> Regular <input type="checkbox"/> Ruim <input type="checkbox"/> Ruína
Grau de Modificação: <input checked="" type="checkbox"/> Íntegro <input type="checkbox"/> Pouco Alterado <input type="checkbox"/> Muito Alterado <input type="checkbox"/> Descaracterizado <input type="checkbox"/> Não se Aplica	Identificação da Publicidade: <input checked="" type="checkbox"/> Marquise <input type="checkbox"/> Toldo <input type="checkbox"/> Anúncio <input checked="" type="checkbox"/> Letreiro <input type="checkbox"/> Totem <input type="checkbox"/> Outros
Análise de posturas quanto à publicidade: "S" para SIM e "N" para NÃO (N) Dimensão correta de letreiros, anúncios, toldos, marquises e demais elementos parametrizados. (S) Posicionamento de elementos, sem interferir na leitura da linguagem da edificação. (S) Letreiro paralelo ou perpendicular à edificação, não apresentando o uso simultâneo dos dois tipos. (N) Regularidade de toldos e marquises.	

Detalhes:



Caracterização dos elementos publicitários: Quanto a materialidade: letreiro em ACM; letreiro em pintura sob a porta metálica; marquise em aço e lona. Quanto a originalidade: elementos não originais da edificação.

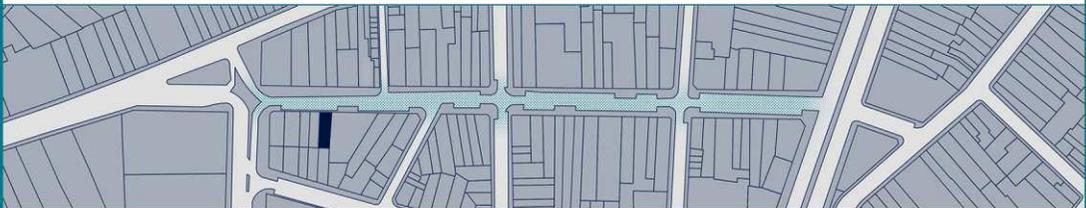
Observações:

--

FICHA DE IDENTIFICAÇÃO E CARACTERIZAÇÃO DE BENS

Ficha: 133	Rua: Maciel Pinheiro	Nº da Edificação: 361-A	Estilo Arquitetônico Original: Contemporâneo
------------	----------------------	-------------------------	--

Localização do Imóvel na Via:



Fachada:	Legislação Incidente:	Uso da Edificação:
----------	-----------------------	--------------------



Lei Municipal Nº 3.721/1999 Decreto 25.139/2004 Lei Complementar Nº 003/2006 Decreto 33.816/2013	<input type="checkbox"/> Residencial <input checked="" type="checkbox"/> Comercial <input type="checkbox"/> Institucional <input type="checkbox"/> Serviços <input type="checkbox"/> Misto <input type="checkbox"/> Vazio
Descrição dos Usos: 1. Viva Art	Estado da Conservação: <input checked="" type="checkbox"/> Bom <input type="checkbox"/> Regular <input type="checkbox"/> Ruim <input type="checkbox"/> Ruína
Grau de Modificação: <input checked="" type="checkbox"/> Íntegro <input type="checkbox"/> Pouco Alterado <input type="checkbox"/> Muito Alterado <input type="checkbox"/> Descaracterizado <input type="checkbox"/> Não se Aplica	Identificação da Publicidade: <input checked="" type="checkbox"/> Marquise <input type="checkbox"/> Toldo <input type="checkbox"/> Anúncio <input checked="" type="checkbox"/> Letreiro <input type="checkbox"/> Totem <input type="checkbox"/> Outros
Análise de posturas quanto à publicidade: "S" para SIM e "N" para NÃO (N) Dimensão correta de letreiros, anúncios, toldos, marquises e demais elementos parametrizados. (S) Posicionamento de elementos, sem interferir na leitura da linguagem da edificação. (N) Letreiro paralelo ou perpendicular à edificação, não apresentando o uso simultâneo dos dois tipos. (N) Regularidade de toldos e marquises.	

Detalhes:



Caracterização dos elementos publicitários: Quanto a materialidade: marquise e letreiros em ACM com letreiros em acrílico. Quanto a originalidade: elementos não originais da edificação.

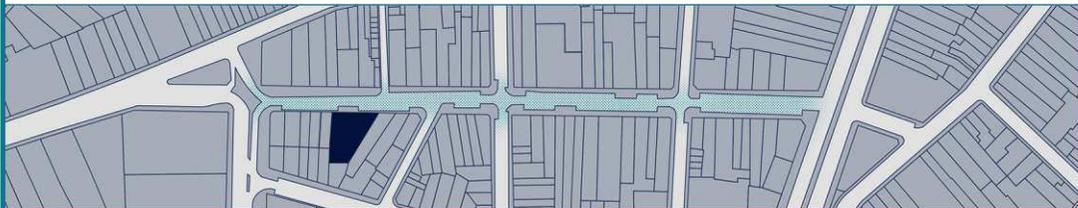
Observações:

--

FICHA DE IDENTIFICAÇÃO E CARACTERIZAÇÃO DE BENS

Ficha: 134	Rua: Maciel Pinheiro	Nº da Edificação: 337	Estilo Arquitetônico Original: Contemporâneo
------------	----------------------	-----------------------	--

Localização do Imóvel na Via:



Fachada:	Legislação Incidente:	Uso da Edificação:
----------	-----------------------	--------------------



Lei Municipal Nº 3.721/1999 Decreto 25.139/2004 Lei Complementar Nº 003/2006 Decreto 33.816/2013	<input type="checkbox"/> Residencial <input checked="" type="checkbox"/> Comercial <input type="checkbox"/> Institucional <input type="checkbox"/> Serviços <input type="checkbox"/> Misto <input type="checkbox"/> Vazio
Descrição dos Usos: 1. Chic Modas	Estado da Conservação: <input checked="" type="checkbox"/> Bom <input type="checkbox"/> Regular <input type="checkbox"/> Ruim <input type="checkbox"/> Ruína
Grau de Modificação: <input checked="" type="checkbox"/> Íntegro <input type="checkbox"/> Pouco Alterado <input type="checkbox"/> Muito Alterado <input type="checkbox"/> Descaracterizado <input type="checkbox"/> Não se Aplica	Identificação da Publicidade: <input type="checkbox"/> Marquise <input checked="" type="checkbox"/> Toldo <input type="checkbox"/> Anúncio <input checked="" type="checkbox"/> Letreiro <input type="checkbox"/> Totem <input checked="" type="checkbox"/> Outros
Análise de posturas quanto à publicidade: "S" para SIM e "N" para NÃO <input type="checkbox"/> Dimensão correta de letreiros, anúncios, toldos, marquises e demais elementos parametrizados. <input type="checkbox"/> Posicionamento de elementos, sem interferir na leitura da linguagem da edificação. <input type="checkbox"/> Letreiro paralelo ou perpendicular à edificação, não apresentando o uso simultâneo dos dois tipos. <input type="checkbox"/> Regularidade de toldos e marquises.	

Detalhes:	Caracterização dos elementos publicitários:
-----------	---



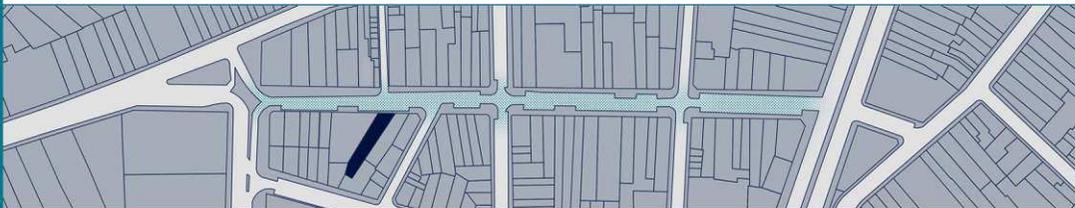
Quanto a materialidade: letreiro em acrílico; toldo retrátil em lona; anúncios em cartaz.
 Quanto a originalidade: elementos não originais da edificação.

Observações:

FICHA DE IDENTIFICAÇÃO E CARACTERIZAÇÃO DE BENS

Ficha: 135	Rua: Maciel Pinheiro	Nº da Edificação: 313	Estilo Arquitetônico Original: Vernacular
------------	----------------------	-----------------------	---

Localização do Imóvel na Via:



Fachada:	Legislação Incidente:	Uso da Edificação:
----------	-----------------------	--------------------



Lei Municipal Nº 3.721/1999 Decreto 25.139/2004 Lei Complementar Nº 003/2006 Decreto 33.816/2013	<input type="checkbox"/> Residencial <input checked="" type="checkbox"/> Comercial <input type="checkbox"/> Institucional <input type="checkbox"/> Serviços <input type="checkbox"/> Misto <input type="checkbox"/> Vazio
Descrição dos Usos: 1. Lojas Zhang	Estado da Conservação: <input checked="" type="checkbox"/> Bom <input type="checkbox"/> Regular <input type="checkbox"/> Ruim <input type="checkbox"/> Ruína
Grau de Modificação: <input checked="" type="checkbox"/> Íntegro <input type="checkbox"/> Pouco Alterado <input type="checkbox"/> Muito Alterado <input type="checkbox"/> Descaracterizado <input type="checkbox"/> Não se Aplica	Identificação da Publicidade: <input type="checkbox"/> Marquise <input type="checkbox"/> Toldo <input type="checkbox"/> Anúncio <input checked="" type="checkbox"/> Letreiro <input type="checkbox"/> Totem <input type="checkbox"/> Outros
Análise de posturas quanto à publicidade: "S" para SIM e "N" para NÃO <input type="checkbox"/> Dimensão correta de letreiros, anúncios, toldos, marquises e demais elementos parametrizados. <input type="checkbox"/> Posicionamento de elementos, sem interferir na leitura da linguagem da edificação. <input type="checkbox"/> Letreiro paralelo ou perpendicular à edificação, não apresentando o uso simultâneo dos dois tipos. <input type="checkbox"/> Regularidade de toldos e marquises.	

Detalhes:	Caracterização dos elementos publicitários:
-----------	---



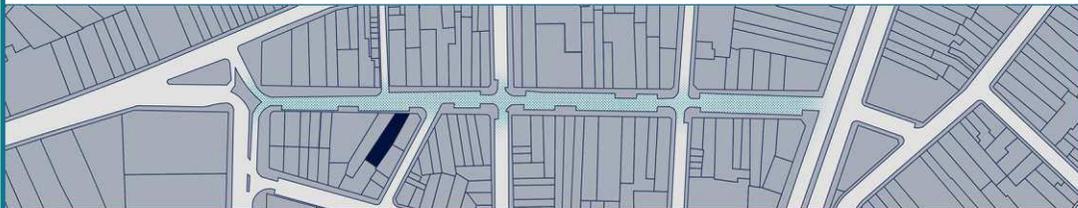
Quanto a materialidade: letreiro em ACM e aço.
 Quanto a originalidade: elementos não originais da edificação.

Observações:

FICHA DE IDENTIFICAÇÃO E CARACTERIZAÇÃO DE BENS

Ficha: 136	Rua: Maciel Pinheiro	Nº da Edificação: 293	Estilo Arquitetônico Original: Eclético
------------	----------------------	-----------------------	---

Localização do Imóvel na Via:

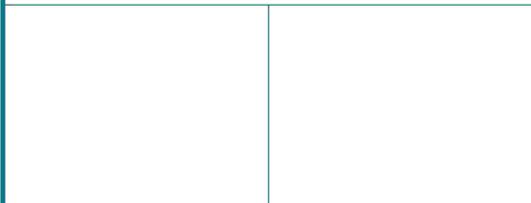


Fachada:	Legislação Incidente:	Uso da Edificação:
----------	-----------------------	--------------------



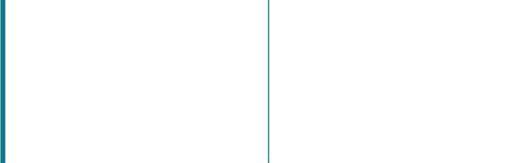
Lei Municipal Nº 3.721/1999 Decreto 25.139/2004 Lei Complementar Nº 003/2006 Decreto 33.816/2013	<input type="checkbox"/> Residencial <input checked="" type="checkbox"/> Comercial <input type="checkbox"/> Institucional <input type="checkbox"/> Serviços <input type="checkbox"/> Misto <input type="checkbox"/> Vazio
Descrição dos Usos: 1. Mega Móveis	Estado da Conservação: <input checked="" type="checkbox"/> Bom <input type="checkbox"/> Regular <input type="checkbox"/> Ruim <input type="checkbox"/> Ruína
Grau de Modificação: <input type="checkbox"/> Íntegro <input checked="" type="checkbox"/> Pouco Alterado <input type="checkbox"/> Muito Alterado <input type="checkbox"/> Descaracterizado <input type="checkbox"/> Não se Aplica	Identificação da Publicidade: <input type="checkbox"/> Marquise <input type="checkbox"/> Toldo <input type="checkbox"/> Anúncio <input type="checkbox"/> Letreiro <input type="checkbox"/> Totem <input type="checkbox"/> Outros
Análise de posturas quanto à publicidade: "S" para SIM e "N" para NÃO (*) Dimensão correta de letreiros, anúncios, toldos, marquises e demais elementos parametrizados. (*) Posicionamento de elementos, sem interferir na leitura da linguagem da edificação. (*) Letreiro paralelo ou perpendicular à edificação, não apresentando o uso simultâneo dos dois tipos. (*) Regularidade de toldos e marquises. * na ausência de elementos publicitários.	

Detalhes:	Caracterização dos elementos publicitários:
-----------	---



Quanto a materialidade: * Quanto a originalidade: * * na ausência de elementos publicitários.

Observações:

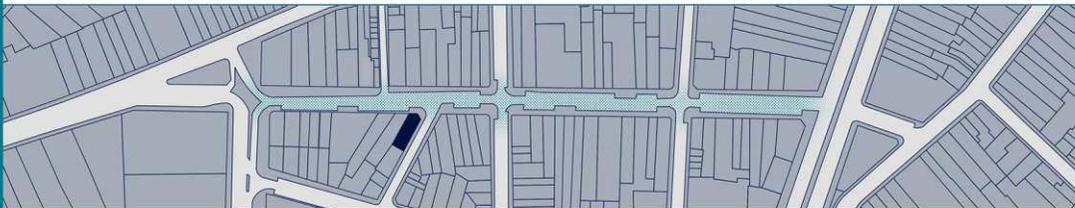


Observações: Antigo Edifício do Livro, Livraria Pedrosa.

FICHA DE IDENTIFICAÇÃO E CARACTERIZAÇÃO DE BENS

Ficha: 137	Rua: Maciel Pinheiro	Nº da Edificação: 293	Estilo Arquitetônico Original: Art Déco
------------	----------------------	-----------------------	---

Localização do Imóvel na Via:



Fachada:	Legislação Incidente:	Uso da Edificação:
----------	-----------------------	--------------------



Lei Municipal Nº 3.721/1999 Decreto 25.139/2004 Lei Complementar Nº 003/2006 Decreto 33.816/2013	<input type="checkbox"/> Residencial <input checked="" type="checkbox"/> Comercial <input type="checkbox"/> Institucional <input type="checkbox"/> Serviços <input type="checkbox"/> Misto <input type="checkbox"/> Vazio
Descrição dos Usos: 1. Damyller	Estado da Conservação: <input checked="" type="checkbox"/> Bom <input type="checkbox"/> Regular <input type="checkbox"/> Ruim <input type="checkbox"/> Ruína
Grau de Modificação: <input checked="" type="checkbox"/> Íntegro <input type="checkbox"/> Pouco Alterado <input type="checkbox"/> Muito Alterado <input type="checkbox"/> Descaracterizado <input type="checkbox"/> Não se Aplica	Identificação da Publicidade: <input type="checkbox"/> Marquise <input type="checkbox"/> Toldo <input type="checkbox"/> Anúncio <input checked="" type="checkbox"/> Letreiro <input type="checkbox"/> Totem <input type="checkbox"/> Outros
Análise de posturas quanto à publicidade: "S" para SIM e "N" para NÃO (S) Dimensão correta de letreiros, anúncios, toldos, marquises e demais elementos parametrizados. (S) Posicionamento de elementos, sem interferir na leitura da linguagem da edificação. (N) Letreiro paralelo ou perpendicular à edificação, não apresentando o uso simultâneo dos dois tipos. (S) Regularidade de toldos e marquises.	

Detalhes:	Caracterização dos elementos publicitários:
-----------	---



Quanto a materialidade: letreiros "Damyller" em ACM; letreiro "Edifício do Livro" em concreto. Quanto a originalidade: letreiro "Edifício do Livro" original da edificação, demais letreiros, não originais da edificação.

Observações:

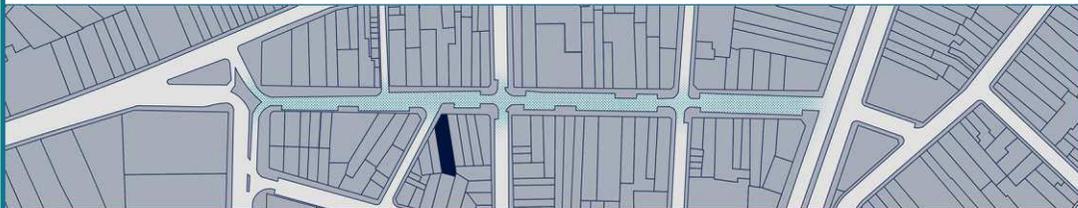


Observações: Antigo Edifício do Livro, Livraria Pedrosa.

FICHA DE IDENTIFICAÇÃO E CARACTERIZAÇÃO DE BENS

Ficha: 138 Rua: Maciel Pinheiro Nº da Edificação: 287 Estilo Arquitetônico Original: Art Déco

Localização do Imóvel na Via:



Fachada: Legislação Incidente: Uso da Edificação:



Lei Municipal Nº 3.721/1999
Decreto 25.139/2004
Lei Complementar Nº 003/2006
Decreto 33.816/2013

() Residencial
(x) Comercial
() Institucional
() Serviços
() Misto
() Vazio

Descrição dos Usos: Estado da Conservação:

1. Vacina Cell (x) Bom
2. Galeria Odilon Agra () Regular
Água de Cheiro () Ruim
() Ruína

Grau de Modificação: Identificação da Publicidade:

(x) Íntegro () Marquise
() Pouco Alterado () Toldo
() Muito Alterado () Anúncio
() Descaracterizado (x) Letreiro
() Não se Aplica () Totem
() Outros

Análise de posturas quanto à publicidade: "S" para SIM e "N" para NÃO

(N) Dimensão correta de letreiros, anúncios, toldos, marquises e demais elementos parametrizados.
(S) Posicionamento de elementos, sem interferir na leitura da linguagem da edificação.
(S) Letreiro paralelo ou perpendicular à edificação, não apresentando o uso simultâneo dos dois tipos.
(S) Regularidade de toldos e marquises.

Detalhes:



Caracterização dos elementos publicitários:

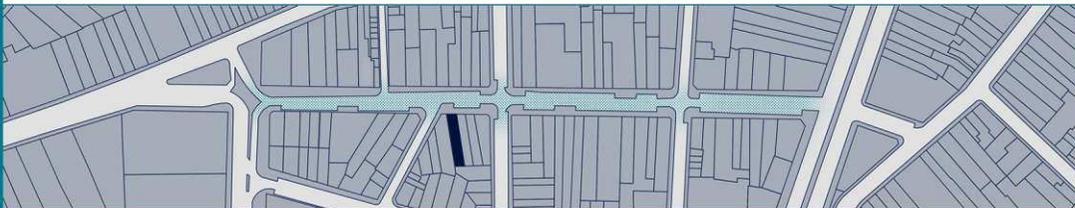
Quanto a materialidade: letreiros "Galeria Odilon Agra" e "Água de Cheiro" em lona e metal; letreiro "Vacina Cell" em ACM; faixa em banner "Aluga".
Quanto a originalidade: elementos não originais da edificação.

Observações:

FICHA DE IDENTIFICAÇÃO E CARACTERIZAÇÃO DE BENS

Ficha: 139 Rua: Maciel Pinheiro Nº da Edificação: 281 Estilo Arquitetônico Original: Art Déco

Localização do Imóvel na Via:



Fachada: Legislação Incidente: Uso da Edificação:



Lei Municipal Nº 3.721/1999
Decreto 25.139/2004
Lei Complementar Nº 003/2006
Decreto 33.816/2013

() Residencial
(x) Comercial
() Institucional
() Serviços
() Misto
() Vazio

Descrição dos Usos: Estado da Conservação:

1. Aluisio Magazine Baby (x) Bom
() Regular
() Ruim
() Ruína

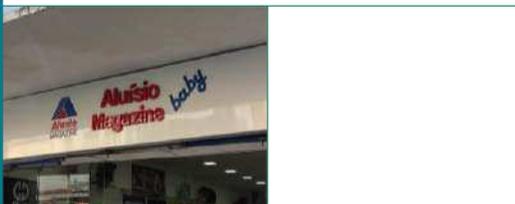
Grau de Modificação: Identificação da Publicidade:

() Íntegro () Marquise
(x) Pouco Alterado () Toldo
() Muito Alterado () Anúncio
() Descaracterizado (x) Letreiro
() Não se Aplica () Totem
() Outros

Análise de posturas quanto à publicidade: "S" para SIM e "N" para NÃO

(S) Dimensão correta de letreiros, anúncios, toldos, marquises e demais elementos parametrizados.
(S) Posicionamento de elementos, sem interferir na leitura da linguagem da edificação.
(S) Letreiro paralelo ou perpendicular à edificação, não apresentando o uso simultâneo dos dois tipos.
(S) Regularidade de toldos e marquises.

Detalhes:



Caracterização dos elementos publicitários:

Quanto a materialidade: letreiro em acrílico.
Quanto a originalidade: elemento não original da edificação.

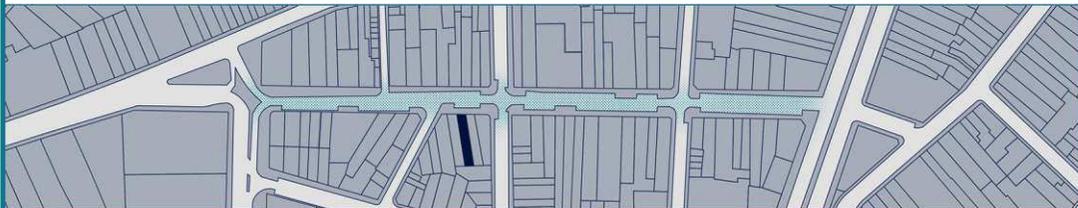
Observações:

Observações:

FICHA DE IDENTIFICAÇÃO E CARACTERIZAÇÃO DE BENS

Ficha: 140 Rua: Maciel Pinheiro N° da Edificação: 277 Estilo Arquitetônico Original: Art Déco

Localização do Imóvel na Via:



Fachada: Legislação Incidente: Uso da Edificação:



Lei Municipal N° 3.721/1999
Decreto 25.139/2004
Lei Complementar N° 003/2006
Decreto 33.816/2013

() Residencial
(x) Comercial
() Institucional
() Serviços
() Misto
() Vazio

Descrição dos Usos: Estado da Conservação:

1. Aluísio Fashion (x) Bom
() Regular
() Ruim
() Ruína

Grau de Modificação: Identificação da Publicidade:

() Íntegro
(x) Pouco Alterado
() Muito Alterado
() Descaracterizado
() Não se Aplica

() Marquise
() Toldo
(x) Anúncio
(x) Letreiro
() Totem
() Outros

Análise de posturas quanto à publicidade: "S" para SIM e "N" para NÃO

(N) Dimensão correta de letreiros, anúncios, toldos, marquises e demais elementos parametrizados.
(S) Posicionamento de elementos, sem interferir na leitura da linguagem da edificação.
(S) Letreiro paralelo ou perpendicular à edificação, não apresentando o uso simultâneo dos dois tipos.
(S) Regularidade de toldos e marquises.

Detalhes:



Caracterização dos elementos publicitários:

Quanto a materialidade: letreiro em ACM, anúncio em banner de lona.
Quanto a originalidade: elemento não original da edificação.

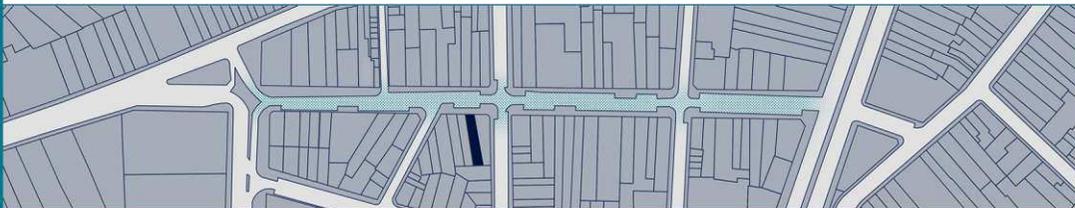
Observações:

...

FICHA DE IDENTIFICAÇÃO E CARACTERIZAÇÃO DE BENS

Ficha: 141 Rua: Maciel Pinheiro N° da Edificação: 271 Estilo Arquitetônico Original: Art Déco

Localização do Imóvel na Via:



Fachada: Legislação Incidente: Uso da Edificação:



Lei Municipal N° 3.721/1999
Decreto 25.139/2004
Lei Complementar N° 003/2006
Decreto 33.816/2013

() Residencial
(x) Comercial
() Institucional
() Serviços
() Misto
() Vazio

Descrição dos Usos: Estado da Conservação:

1. Rio Modas () Bom
(x) Regular
() Ruim
() Ruína

Grau de Modificação: Identificação da Publicidade:

() Íntegro
(x) Pouco Alterado
() Muito Alterado
() Descaracterizado
() Não se Aplica

() Marquise
() Toldo
() Anúncio
(x) Letreiro
() Totem
() Outros

Análise de posturas quanto à publicidade: "S" para SIM e "N" para NÃO

(N) Dimensão correta de letreiros, anúncios, toldos, marquises e demais elementos parametrizados.
(S) Posicionamento de elementos, sem interferir na leitura da linguagem da edificação.
(S) Letreiro paralelo ou perpendicular à edificação, não apresentando o uso simultâneo dos dois tipos.
(S) Regularidade de toldos e marquises.

Detalhes:



Caracterização dos elementos publicitários:

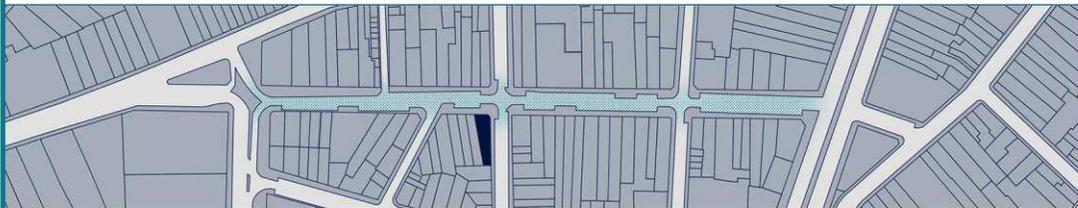
Quanto a materialidade: letreiro em ACM.
Quanto a originalidade: elemento não original da edificação.

Observações:

FICHA DE IDENTIFICAÇÃO E CARACTERIZAÇÃO DE BENS

Ficha: 142 Rua: Maciel Pinheiro/Cardoso Vieira Nº da Edificação: 263 Estilo Arquitetônico Original: Art Déco

Localização do Imóvel na Via:



Fachada: Legislação Incidente: Uso da Edificação:



Lei Municipal Nº 3.721/1999
Decreto 25.139/2004
Lei Complementar Nº 003/2006
Decreto 33.816/2013

() Residencial
(x) Comercial
() Institucional
() Serviços
() Misto
() Vazio

Descrição dos Usos: Estado da Conservação:

1. Redepharma (x) Bom
() Regular
() Ruim
() Ruína

Grau de Modificação: Identificação da Publicidade:

() Íntegro () Marquise
() Pouco Alterado (x) Toldo
() Muito Alterado (x) Anúncio
(x) Descaracterizado (x) Letreiro
() Não se Aplica () Totem
() Outros

Análise de posturas quanto à publicidade: "S" para SIM e "N" para NÃO

(S) Dimensão correta de letreiros, anúncios, toldos, marquises e demais elementos parametrizados.
(S) Posicionamento de elementos, sem interferir na leitura da linguagem da edificação.
(S) Letreiro paralelo ou perpendicular à edificação, não apresentando o uso simultâneo dos dois tipos.
(S) Regularidade de toldos e marquises.

Detalhes:



Caracterização dos elementos publicitários:

Quanto a materialidade: letreiro em ACM; toldo em lona; anúncios adesivos sob as esquadrias.
Quanto a originalidade: elementos não originais da edificação.

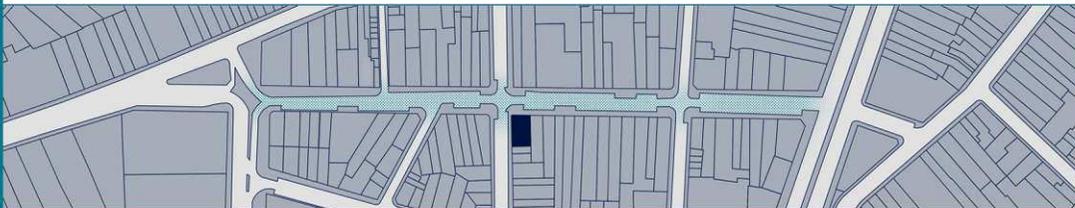


Observações:

FICHA DE IDENTIFICAÇÃO E CARACTERIZAÇÃO DE BENS

Ficha: 143 Rua: Maciel Pinheiro/Cardoso Vieira Nº da Edificação: 243 Estilo Arquitetônico Original: Art Déco

Localização do Imóvel na Via:



Fachada: Legislação Incidente: Uso da Edificação:



Lei Municipal Nº 3.721/1999
Decreto 25.139/2004
Lei Complementar Nº 003/2006
Decreto 33.816/2013

() Residencial
(x) Comercial
() Institucional
() Serviços
() Misto
() Vazio

Descrição dos Usos: Estado da Conservação:

1. Dimazzi (x) Bom
2. Roda Gigante () Regular
3. Piccadilly () Ruim
() Ruína

Grau de Modificação: Identificação da Publicidade:

() Íntegro (x) Marquise
(x) Pouco Alterado () Toldo
() Muito Alterado (x) Anúncio
() Descaracterizado (x) Letreiro
() Não se Aplica (x) Totem
(x) Outros

Análise de posturas quanto à publicidade: "S" para SIM e "N" para NÃO

(N) Dimensão correta de letreiros, anúncios, toldos, marquises e demais elementos parametrizados.
(S) Posicionamento de elementos, sem interferir na leitura da linguagem da edificação.
(S) Letreiro paralelo ou perpendicular à edificação, não apresentando o uso simultâneo dos dois tipos.
(S) Regularidade de toldos e marquises.

Detalhes:



Caracterização dos elementos publicitários:

Quanto a materialidade: letreiro e anúncios adesivos "Dimazzi"; letreiros "Roda Gigante" e "Piccadilly" em ACM.
Quanto a originalidade: elementos não originais da edificação.



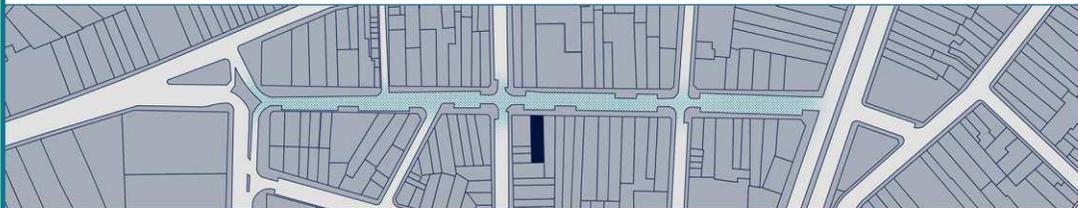
Observações:

O revestimento em ACM das lojas Piccadilly e Roda Gigante perpassam a dimensão de seus letreiros, demarcando toda a fachada de cada loja.

FICHA DE IDENTIFICAÇÃO E CARACTERIZAÇÃO DE BENS

Ficha: 144 Rua: Maciel Pinheiro N° da Edificação: 235 Estilo Arquitetônico Original: Vernacular

Localização do Imóvel na Via:



Fachada: Legislação Incidente: Uso da Edificação:



Lei Municipal Nº 3.721/1999
Decreto 25.139/2004
Lei Complementar Nº 003/2006
Decreto 33.816/2013

() Residencial
(x) Comercial
() Institucional
() Serviços
() Misto
() Vazio

Descrição dos Usos: Estado da Conservação:

1. Calce Bem () Bom
2. Mael Celulares e Acessórios (x) Regular
() Ruim
() Ruína

Grau de Modificação: Identificação da Publicidade:

() Íntegro (x) Marquise
(x) Pouco Alterado () Toldo
() Muito Alterado () Anúncio
() Descaracterizado (x) Letreiro
() Não se Aplica () Totem
() Outros

Análise de posturas quanto à publicidade: "S" para SIM e "N" para NÃO

(N) Dimensão correta de letreiros, anúncios, toldos, marquises e demais elementos parametrizados.
(S) Posicionamento de elementos, sem interferir na leitura da linguagem da edificação.
(S) Letreiro paralelo ou perpendicular à edificação, não apresentando o uso simultâneo dos dois tipos.
(N) Regularidade de toldos e marquises.

Detalhes:



Caracterização dos elementos publicitários:

Quanto a materialidade: marquise "Mael" em PVC e lona; letreiro "Calce Bem" em lona e metal.
Quanto a originalidade: elementos não originais da edificação.

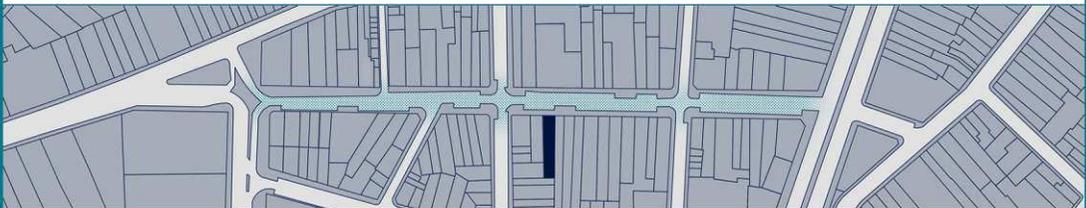
Observações:

Mael Celulares e Acessórios é um fiteiro anexado a edificação.

FICHA DE IDENTIFICAÇÃO E CARACTERIZAÇÃO DE BENS

Ficha: 145 Rua: Maciel Pinheiro N° da Edificação: 227-227-A Estilo Arquitetônico Original: Art Déco

Localização do Imóvel na Via:



Fachada: Legislação Incidente: Uso da Edificação:



Lei Municipal Nº 3.721/1999
Decreto 25.139/2004
Lei Complementar Nº 003/2006
Decreto 33.816/2013

() Residencial
(x) Comercial
() Institucional
() Serviços
() Misto
() Vazio

Descrição dos Usos: Estado da Conservação:

1. Aluísio Fashion (x) Bom
2. Center Joias () Regular
() Ruim
() Ruína

Grau de Modificação: Identificação da Publicidade:

() Íntegro () Marquise
(x) Pouco Alterado () Toldo
() Muito Alterado () Anúncio
() Descaracterizado (x) Letreiro
() Não se Aplica () Totem
() Outros

Análise de posturas quanto à publicidade: "S" para SIM e "N" para NÃO

(S) Dimensão correta de letreiros, anúncios, toldos, marquises e demais elementos parametrizados.
(S) Posicionamento de elementos, sem interferir na leitura da linguagem da edificação.
(S) Letreiro paralelo ou perpendicular à edificação, não apresentando o uso simultâneo dos dois tipos.
(S) Regularidade de toldos e marquises.

Detalhes:



Caracterização dos elementos publicitários:

Quanto a materialidade: letreiro "Aluísio Fashion" em acrílico e ACM; letreiro "Center Joias" em ACM.
Quanto a originalidade: elementos não originais da edificação.

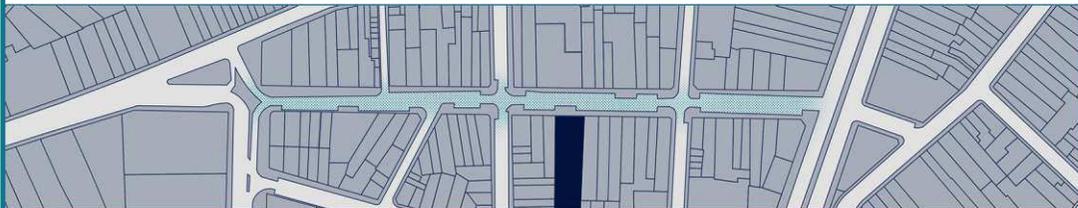
Observações:

O revestimento em ACM demarca o espaço da Aluísio Fashion.

FICHA DE IDENTIFICAÇÃO E CARACTERIZAÇÃO DE BENS

Ficha: 146	Rua: Maciel Pinheiro	Nº da Edificação: 213	Estilo Arquitetônico Original: Art Déco
------------	----------------------	-----------------------	---

Localização do Imóvel na Via:



Fachada:	Legislação Incidente:	Uso da Edificação:
----------	-----------------------	--------------------



Lei Municipal Nº 3.721/1999 Decreto 25.139/2004 Lei Complementar Nº 003/2006 Decreto 33.816/2013	<input type="checkbox"/> Residencial <input checked="" type="checkbox"/> Comercial <input type="checkbox"/> Institucional <input type="checkbox"/> Serviços <input type="checkbox"/> Misto <input type="checkbox"/> Vazio
Descrição dos Usos: 1. C&A	Estado da Conservação: <input checked="" type="checkbox"/> Bom <input type="checkbox"/> Regular <input type="checkbox"/> Ruim <input type="checkbox"/> Ruína
Grau de Modificação: <input type="checkbox"/> Íntegro <input type="checkbox"/> Pouco Alterado <input checked="" type="checkbox"/> Muito Alterado <input type="checkbox"/> Descaracterizado <input type="checkbox"/> Não se Aplica	Identificação da Publicidade: <input type="checkbox"/> Marquise <input type="checkbox"/> Toldo <input type="checkbox"/> Anúncio <input type="checkbox"/> Letreiro <input type="checkbox"/> Totem <input type="checkbox"/> Outros
Análise de posturas quanto à publicidade: "S" para SIM e "N" para NÃO <input type="checkbox"/> Dimensão correta de letreiros, anúncios, toldos, marquises e demais elementos parametrizados. <input type="checkbox"/> Posicionamento de elementos, sem interferir na leitura da linguagem da edificação. <input type="checkbox"/> Letreiro paralelo ou perpendicular à edificação, não apresentando o uso simultâneo dos dois tipos. <input type="checkbox"/> Regularidade de toldos e marquises.	

Detalhes:



Caracterização dos elementos publicitários: Quanto a materialidade: letreiro em acrílico. Quanto a originalidade: elemento não original da edificação.
--

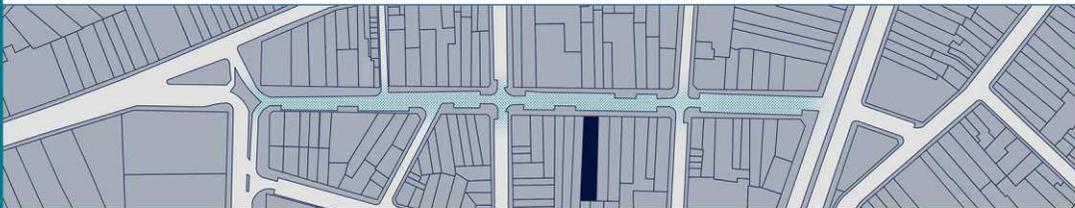
Observações:

 A loja ocupa duas três edificações distintas, unificadas e pintadas da mesma cor, atualmente. Dois pavimentos foram adicionados na edificação do meio.

FICHA DE IDENTIFICAÇÃO E CARACTERIZAÇÃO DE BENS

Ficha: 147	Rua: Maciel Pinheiro	Nº da Edificação:	Estilo Arquitetônico Original: Art Déco
------------	----------------------	-------------------	---

Localização do Imóvel na Via:



Fachada:	Legislação Incidente:	Uso da Edificação:
----------	-----------------------	--------------------



Lei Municipal Nº 3.721/1999 Decreto 25.139/2004 Lei Complementar Nº 003/2006 Decreto 33.816/2013	<input type="checkbox"/> Residencial <input checked="" type="checkbox"/> Comercial <input type="checkbox"/> Institucional <input type="checkbox"/> Serviços <input type="checkbox"/> Misto <input type="checkbox"/> Vazio
Descrição dos Usos: 1. Glamour Biju	Estado da Conservação: <input type="checkbox"/> Bom <input type="checkbox"/> Regular <input checked="" type="checkbox"/> Ruim <input type="checkbox"/> Ruína
Grau de Modificação: <input type="checkbox"/> Íntegro <input checked="" type="checkbox"/> Pouco Alterado <input type="checkbox"/> Muito Alterado <input type="checkbox"/> Descaracterizado <input type="checkbox"/> Não se Aplica	Identificação da Publicidade: <input type="checkbox"/> Marquise <input type="checkbox"/> Toldo <input type="checkbox"/> Anúncio <input checked="" type="checkbox"/> Letreiro <input type="checkbox"/> Totem <input type="checkbox"/> Outros
Análise de posturas quanto à publicidade: "S" para SIM e "N" para NÃO <input type="checkbox"/> Dimensão correta de letreiros, anúncios, toldos, marquises e demais elementos parametrizados. <input type="checkbox"/> Posicionamento de elementos, sem interferir na leitura da linguagem da edificação. <input type="checkbox"/> Letreiro paralelo ou perpendicular à edificação, não apresentando o uso simultâneo dos dois tipos. <input type="checkbox"/> Regularidade de toldos e marquises.	

Detalhes:



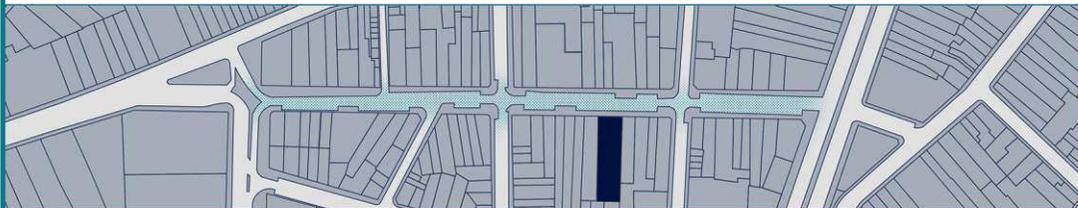
Caracterização dos elementos publicitários: Quanto a materialidade: letreiro em lona e metal. Quanto a originalidade: elemento não original da edificação.
--

Observações:

FICHA DE IDENTIFICAÇÃO E CARACTERIZAÇÃO DE BENS

Ficha: 148	Rua: Maciel Pinheiro	Nº da Edificação: 185	Estilo Arquitetônico Original: Art Déco
------------	----------------------	-----------------------	---

Localização do Imóvel na Via:

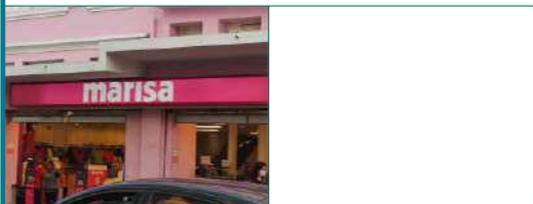


Fachada:	Legislação Incidente:	Uso da Edificação:
----------	-----------------------	--------------------



Lei Municipal Nº 3.721/1999 Decreto 25.139/2004 Lei Complementar Nº 003/2006 Decreto 33.816/2013	<input type="checkbox"/> Residencial <input checked="" type="checkbox"/> Comercial <input type="checkbox"/> Institucional <input type="checkbox"/> Serviços <input type="checkbox"/> Misto <input type="checkbox"/> Vazio
Descrição dos Usos:	Estado da Conservação:
1. Marisa	<input checked="" type="checkbox"/> Bom <input type="checkbox"/> Regular <input type="checkbox"/> Ruim <input type="checkbox"/> Ruína
Grau de Modificação:	Identificação da Publicidade:
<input checked="" type="checkbox"/> Íntegro <input type="checkbox"/> Pouco Alterado <input type="checkbox"/> Muito Alterado <input type="checkbox"/> Descaracterizado <input type="checkbox"/> Não se Aplica	<input type="checkbox"/> Marquise <input type="checkbox"/> Toldo <input type="checkbox"/> Anúncio <input checked="" type="checkbox"/> Letreiro <input type="checkbox"/> Totem <input type="checkbox"/> Outros
Análise de posturas quanto à publicidade: "S" para SIM e "N" para NÃO	
(S) Dimensão correta de letreiros, anúncios, toldos, marquises e demais elementos parametrizados. (S) Posicionamento de elementos, sem interferir na leitura da linguagem da edificação. (S) Letreiro paralelo ou perpendicular à edificação, não apresentando o uso simultâneo dos dois tipos. (S) Regularidade de toldos e marquises.	

Detalhes:



Caracterização dos elementos publicitários:
Quanto a materialidade: letreiro em metal e acrílico com iluminação interna. Quanto a originalidade: elemento não original da edificação.

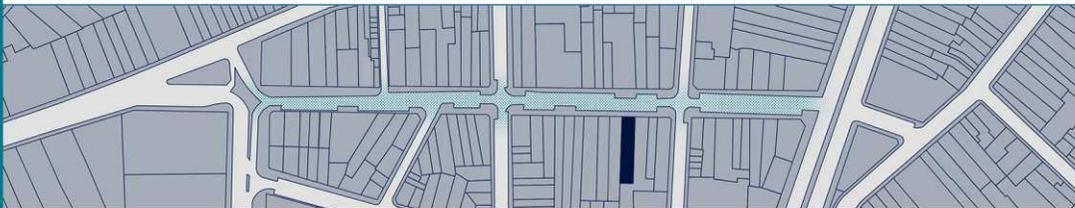
Observações:

A loja ocupa duas edificações, que apesar de terem sido pintadas na mesma cor, podem ser distinguidas pelas diferentes características art déco presentes nos pavimentos superiores.

FICHA DE IDENTIFICAÇÃO E CARACTERIZAÇÃO DE BENS

Ficha: 149	Rua: Maciel Pinheiro	Nº da Edificação: 175	Estilo Arquitetônico Original: Art Déco
------------	----------------------	-----------------------	---

Localização do Imóvel na Via:

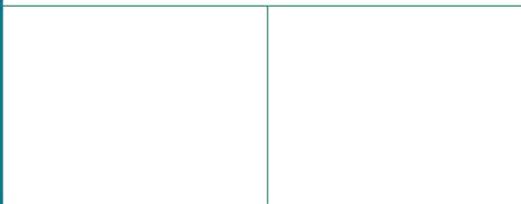


Fachada:	Legislação Incidente:	Uso da Edificação:
----------	-----------------------	--------------------



Lei Municipal Nº 3.721/1999 Decreto 25.139/2004 Lei Complementar Nº 003/2006 Decreto 33.816/2013	<input type="checkbox"/> Residencial <input checked="" type="checkbox"/> Comercial <input type="checkbox"/> Institucional <input type="checkbox"/> Serviços <input type="checkbox"/> Misto <input type="checkbox"/> Vazio
Descrição dos Usos:	Estado da Conservação:
	<input type="checkbox"/> Bom <input type="checkbox"/> Regular <input checked="" type="checkbox"/> Ruim <input type="checkbox"/> Ruína
Grau de Modificação:	Identificação da Publicidade:
<input type="checkbox"/> Íntegro <input checked="" type="checkbox"/> Pouco Alterado <input type="checkbox"/> Muito Alterado <input type="checkbox"/> Descaracterizado <input type="checkbox"/> Não se Aplica	<input type="checkbox"/> Marquise <input type="checkbox"/> Toldo <input type="checkbox"/> Anúncio <input type="checkbox"/> Letreiro <input type="checkbox"/> Totem <input type="checkbox"/> Outros
Análise de posturas quanto à publicidade: "S" para SIM e "N" para NÃO	
(*) Dimensão correta de letreiros, anúncios, toldos, marquises e demais elementos parametrizados. (*) Posicionamento de elementos, sem interferir na leitura da linguagem da edificação. (*) Letreiro paralelo ou perpendicular à edificação, não apresentando o uso simultâneo dos dois tipos. (*) Regularidade de toldos e marquises.	
* na ausência de elementos publicitários.	

Detalhes:



Caracterização dos elementos publicitários:
Quanto a materialidade: * Quanto a originalidade: *
* na ausência de elementos publicitários.

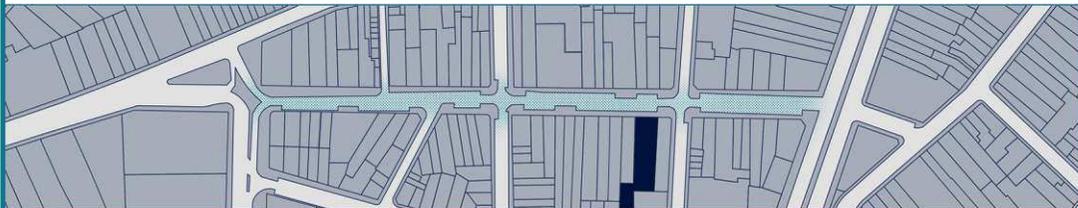
Observações:

A loja possui marcas de letreiros retirados.

FICHA DE IDENTIFICAÇÃO E CARACTERIZAÇÃO DE BENS

Ficha: 150 Rua: Maciel Pinheiro N° da Edificação: 175 Estilo Arquitetônico Original: Art Déco

Localização do Imóvel na Via:



Fachada: Legislação Incidente: Uso da Edificação:



Lei Municipal N° 3.721/1999
Decreto 25.139/2004
Lei Complementar N° 003/2006
Decreto 33.816/2013

() Residencial
() Comercial
() Institucional
() Serviços
(x) Misto
() Vazio

Descrição dos Usos: Estado da Conservação:

1. Cattan (Comercial) () Bom
2. Pastelaria Sulavit (Comercial) (x) Regular
3. Odonto Sorriso (Serviços) () Ruim
() Ruína

Grau de Modificação: Identificação da Publicidade:

() Íntegro (x) Marquise
(x) Pouco Alterado () Toldo
() Muito Alterado (x) Anúncio
() Descaracterizado (x) Letreiro
() Não se Aplica () Totem
() Outros

Análise de posturas quanto à publicidade: "S" para SIM e "N" para NÃO

(N) Dimensão correta de letreiros, anúncios, toldos, marquises e demais elementos parametrizados.
(S) Posicionamento de elementos, sem interferir na leitura da linguagem da edificação.
(S) Letreiro paralelo ou perpendicular à edificação, não apresentando o uso simultâneo dos dois tipos.
(N) Regularidade de toldos e marquises.

Detalhes:



Caracterização dos elementos publicitários:

Quanto a materialidade: marquise em ACM; letreiro "Odonto Sorriso" em acrílico; letreiro "Pastelaria Sulavit" em lona e metal; letreiro "Cattan" em placa de ACM; anúncios adesivos sob as esquadrias superiores.
Quanto a originalidade: elementos não originais da edificação.

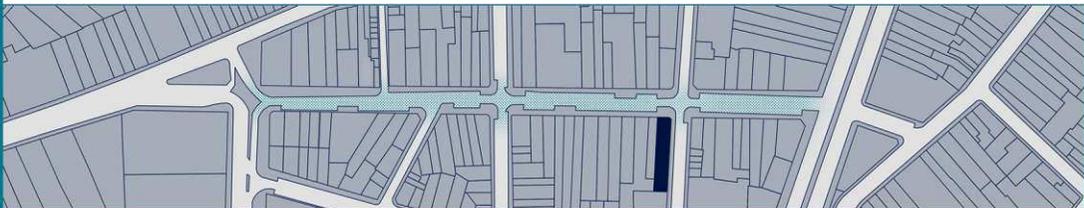
Observações:

As lojas ocupam duas edificações, sendo distinguidas pelas diferentes características art déco presentes nos pavimentos superiores.

FICHA DE IDENTIFICAÇÃO E CARACTERIZAÇÃO DE BENS

Ficha: 151 Rua: Maciel Pinheiro/Semeão Leal N° da Edificação: 157 Estilo Arquitetônico Original: Art Déco

Localização do Imóvel na Via:



Fachada: Legislação Incidente: Uso da Edificação:



Lei Municipal N° 3.721/1999
Decreto 25.139/2004
Lei Complementar N° 003/2006
Decreto 33.816/2013

() Residencial
(x) Comercial
() Institucional
() Serviços
() Misto
() Vazio

Descrição dos Usos: Estado da Conservação:

1. Chic Modas () Bom
(x) Regular
() Ruim
() Ruína

Grau de Modificação: Identificação da Publicidade:

() Íntegro () Marquise
(x) Pouco Alterado () Toldo
() Muito Alterado () Anúncio
() Descaracterizado (x) Letreiro
() Não se Aplica () Totem
() Outros

Análise de posturas quanto à publicidade: "S" para SIM e "N" para NÃO

(S) Dimensão correta de letreiros, anúncios, toldos, marquises e demais elementos parametrizados.
(S) Posicionamento de elementos, sem interferir na leitura da linguagem da edificação.
(S) Letreiro paralelo ou perpendicular à edificação, não apresentando o uso simultâneo dos dois tipos.
(S) Regularidade de toldos e marquises.

Detalhes:



Caracterização dos elementos publicitários:

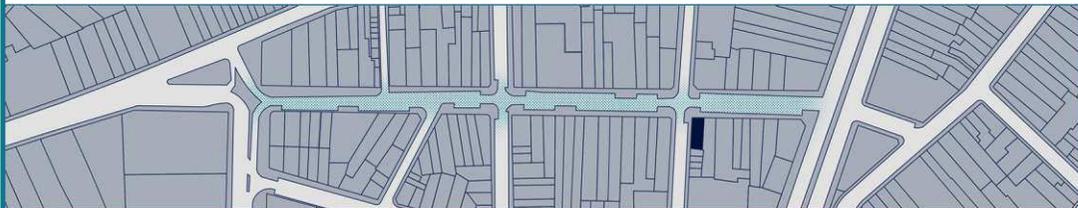
Quanto a materialidade: letreiro em lona e metal.
Quanto a originalidade: elementos não originais da edificação.

Observações:

FICHA DE IDENTIFICAÇÃO E CARACTERIZAÇÃO DE BENS

Ficha: 152 Rua: Maciel Pinheiro/Semeão Leal N° da Edificação: 141 Estilo Arquitetônico Original: Contemporâneo

Localização do Imóvel na Via:



Fachada: Legislação Incidente: Uso da Edificação:



Lei Municipal N° 3.721/1999
Decreto 25.139/2004
Lei Complementar N° 003/2006
Decreto 33.816/2013

() Residencial
(x) Comercial
() Institucional
() Serviços
() Misto
() Vazio

Descrição dos Usos: Estado da Conservação:

1. Loja Pag 10 (x) Bom
() Regular
() Ruim
() Ruína

Grau de Modificação: Identificação da Publicidade:

(x) Íntegro () Marquise
() Pouco Alterado () Toldo
() Muito Alterado () Anúncio
() Descaracterizado (x) Letreiro
() Não se Aplica () Totem
() Outros

Análise de posturas quanto à publicidade: "S" para SIM e "N" para NÃO

(S) Dimensão correta de letreiros, anúncios, toldos, marquises e demais elementos parametrizados.
(S) Posicionamento de elementos, sem interferir na leitura da linguagem da edificação.
(S) Letreiro paralelo ou perpendicular à edificação, não apresentando o uso simultâneo dos dois tipos.
(S) Regularidade de toldos e marquises.

Detalhes:



Caracterização dos elementos publicitários:

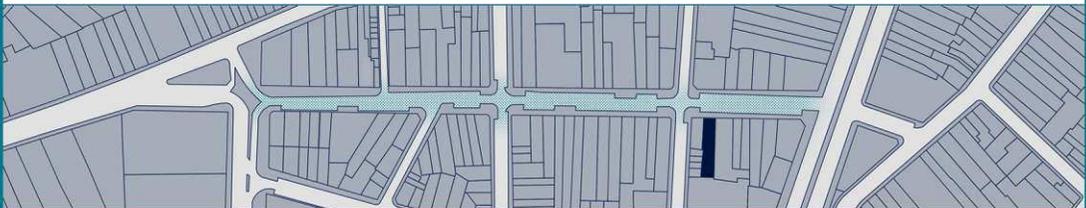
Quanto a materialidade: letreiros em ACM.
Quanto a originalidade: elementos não originais da edificação.

Observações:

FICHA DE IDENTIFICAÇÃO E CARACTERIZAÇÃO DE BENS

Ficha: 153 Rua: Maciel Pinheiro N° da Edificação: 135 Estilo Arquitetônico Original: Modernista

Localização do Imóvel na Via:



Fachada: Legislação Incidente: Uso da Edificação:



Lei Municipal N° 3.721/1999
Decreto 25.139/2004
Lei Complementar N° 003/2006
Decreto 33.816/2013

() Residencial
(x) Comercial
() Institucional
() Serviços
() Misto
() Vazio

Descrição dos Usos: Estado da Conservação:

1. Sportike (x) Bom
2. Mr. Gangster () Regular
() Ruim
() Ruína

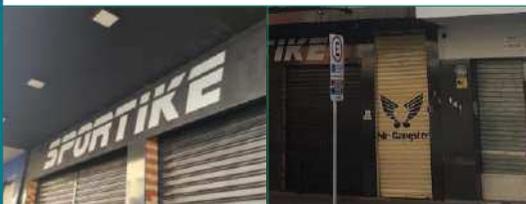
Grau de Modificação: Identificação da Publicidade:

(x) Íntegro () Marquise
() Pouco Alterado () Toldo
() Muito Alterado () Anúncio
() Descaracterizado (x) Letreiro
() Não se Aplica () Totem
() Outros

Análise de posturas quanto à publicidade: "S" para SIM e "N" para NÃO

(S) Dimensão correta de letreiros, anúncios, toldos, marquises e demais elementos parametrizados.
(S) Posicionamento de elementos, sem interferir na leitura da linguagem da edificação.
(S) Letreiro paralelo ou perpendicular à edificação, não apresentando o uso simultâneo dos dois tipos.
(S) Regularidade de toldos e marquises.

Detalhes:



Caracterização dos elementos publicitários:

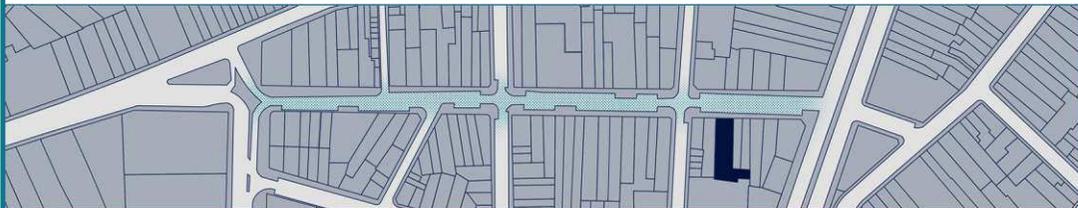
Quanto a materialidade: Letreiro "Sportike" em ACM; letreiro "Mr. Gangster" em pintura sob portão metálico.
Quanto a originalidade: elementos não originais da edificação.

Observações:

FICHA DE IDENTIFICAÇÃO E CARACTERIZAÇÃO DE BENS

Ficha: 154	Rua: Maciel Pinheiro	Nº da Edificação: 125	Estilo Arquitetônico Original: Art Déco
------------	----------------------	-----------------------	---

Localização do Imóvel na Via:



Fachada:	Legislação Incidente:	Uso da Edificação:
----------	-----------------------	--------------------



Lei Municipal Nº 3.721/1999 Decreto 25.139/2004 Lei Complementar Nº 003/2006 Decreto 33.816/2013	<input type="checkbox"/> Residencial <input checked="" type="checkbox"/> Comercial <input type="checkbox"/> Institucional <input type="checkbox"/> Serviços <input type="checkbox"/> Misto <input type="checkbox"/> Vazio
Descrição dos Usos: 1. Narciso Enxovais	Estado da Conservação: <input checked="" type="checkbox"/> Bom <input type="checkbox"/> Regular <input type="checkbox"/> Ruim <input type="checkbox"/> Ruína
Grau de Modificação: <input type="checkbox"/> Íntegro <input checked="" type="checkbox"/> Pouco Alterado <input type="checkbox"/> Muito Alterado <input type="checkbox"/> Descaracterizado <input type="checkbox"/> Não se Aplica	Identificação da Publicidade: <input type="checkbox"/> Marquise <input type="checkbox"/> Toldo <input checked="" type="checkbox"/> Anúncio <input checked="" type="checkbox"/> Letreiro <input type="checkbox"/> Totem <input type="checkbox"/> Outros
Análise de posturas quanto à publicidade: "S" para SIM e "N" para NÃO (N) Dimensão correta de letreiros, anúncios, toldos, marquises e demais elementos parametrizados. (S) Posicionamento de elementos, sem interferir na leitura da linguagem da edificação. (S) Letreiro paralelo ou perpendicular à edificação, não apresentando o uso simultâneo dos dois tipos. (S) Regularidade de toldos e marquises.	

Detalhes:



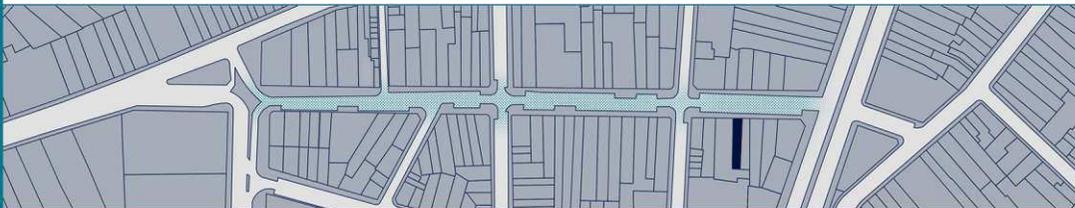
Caracterização dos elementos publicitários: Quanto a materialidade: letreiro em ACM; anúncio em banner de lona. Quanto a originalidade: elementos não originais da edificação.
--

Observações:

FICHA DE IDENTIFICAÇÃO E CARACTERIZAÇÃO DE BENS

Ficha: 155	Rua: Maciel Pinheiro	Nº da Edificação: 117	Estilo Arquitetônico Original: Art Déco
------------	----------------------	-----------------------	---

Localização do Imóvel na Via:



Fachada:	Legislação Incidente:	Uso da Edificação:
----------	-----------------------	--------------------



Lei Municipal Nº 3.721/1999 Decreto 25.139/2004 Lei Complementar Nº 003/2006 Decreto 33.816/2013	<input type="checkbox"/> Residencial <input checked="" type="checkbox"/> Comercial <input type="checkbox"/> Institucional <input type="checkbox"/> Serviços <input type="checkbox"/> Misto <input type="checkbox"/> Vazio
Descrição dos Usos: 1. Rutra	Estado da Conservação: <input checked="" type="checkbox"/> Bom <input type="checkbox"/> Regular <input type="checkbox"/> Ruim <input type="checkbox"/> Ruína
Grau de Modificação: <input type="checkbox"/> Íntegro <input checked="" type="checkbox"/> Pouco Alterado <input type="checkbox"/> Muito Alterado <input type="checkbox"/> Descaracterizado <input type="checkbox"/> Não se Aplica	Identificação da Publicidade: <input type="checkbox"/> Marquise <input type="checkbox"/> Toldo <input type="checkbox"/> Anúncio <input checked="" type="checkbox"/> Letreiro <input type="checkbox"/> Totem <input type="checkbox"/> Outros
Análise de posturas quanto à publicidade: "S" para SIM e "N" para NÃO (S) Dimensão correta de letreiros, anúncios, toldos, marquises e demais elementos parametrizados. (S) Posicionamento de elementos, sem interferir na leitura da linguagem da edificação. (S) Letreiro paralelo ou perpendicular à edificação, não apresentando o uso simultâneo dos dois tipos. (S) Regularidade de toldos e marquises.	

Detalhes:



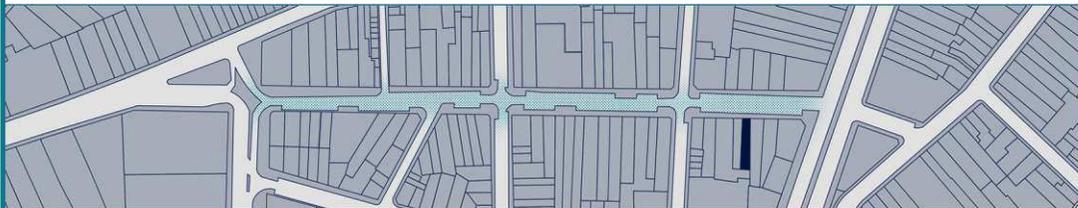
Caracterização dos elementos publicitários: Quanto a materialidade: letreiro em ACM. Quanto a originalidade: elemento não original da edificação.

Observações:

FICHA DE IDENTIFICAÇÃO E CARACTERIZAÇÃO DE BENS

Ficha: 156	Rua: Maciel Pinheiro	Nº da Edificação: 107	Estilo Arquitetônico Original: Art Déco
------------	----------------------	-----------------------	---

Localização do Imóvel na Via:



Fachada:	Legislação Incidente:	Uso da Edificação:
----------	-----------------------	--------------------



Lei Municipal Nº 3.721/1999 Decreto 25.139/2004 Lei Complementar Nº 003/2006 Decreto 33.816/2013	<input type="checkbox"/> Residencial <input checked="" type="checkbox"/> Comercial <input type="checkbox"/> Institucional <input type="checkbox"/> Serviços <input type="checkbox"/> Misto <input type="checkbox"/> Vazio
Descrição dos Usos: 1. Ótica Diniz	Estado da Conservação: <input checked="" type="checkbox"/> Bom <input type="checkbox"/> Regular <input type="checkbox"/> Ruim <input type="checkbox"/> Ruína
Grau de Modificação: <input type="checkbox"/> Íntegro <input checked="" type="checkbox"/> Pouco Alterado <input type="checkbox"/> Muito Alterado <input type="checkbox"/> Descaracterizado <input type="checkbox"/> Não se Aplica	Identificação da Publicidade: <input type="checkbox"/> Marquise <input type="checkbox"/> Toldo <input type="checkbox"/> Anúncio <input checked="" type="checkbox"/> Letreiro <input type="checkbox"/> Totem <input type="checkbox"/> Outros
Análise de posturas quanto à publicidade: "S" para SIM e "N" para NÃO <input type="checkbox"/> Dimensão correta de letreiros, anúncios, toldos, marquises e demais elementos parametrizados. <input type="checkbox"/> Posicionamento de elementos, sem interferir na leitura da linguagem da edificação. <input type="checkbox"/> Letreiro paralelo ou perpendicular à edificação, não apresentando o uso simultâneo dos dois tipos. <input type="checkbox"/> Regularidade de toldos e marquises.	

Detalhes:	Caracterização dos elementos publicitários:
-----------	---



Quanto a materialidade: letreiro em ACM. Quanto a originalidade: elemento não original da edificação.
--

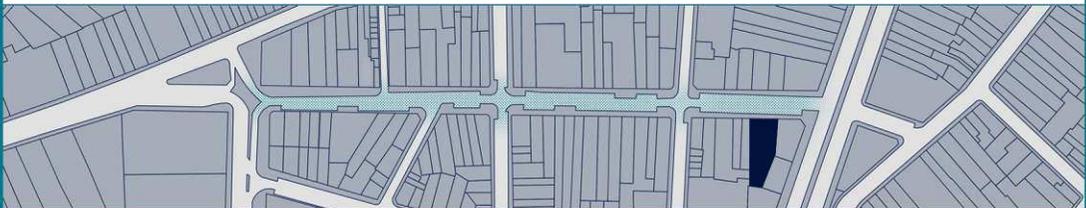
Observações:

--

FICHA DE IDENTIFICAÇÃO E CARACTERIZAÇÃO DE BENS

Ficha: 157	Rua: Maciel Pinheiro	Nº da Edificação: 95	Estilo Arquitetônico Original: Art Déco
------------	----------------------	----------------------	---

Localização do Imóvel na Via:



Fachada:	Legislação Incidente:	Uso da Edificação:
----------	-----------------------	--------------------



Lei Municipal Nº 3.721/1999 Decreto 25.139/2004 Lei Complementar Nº 003/2006 Decreto 33.816/2013	<input type="checkbox"/> Residencial <input checked="" type="checkbox"/> Comercial <input type="checkbox"/> Institucional <input type="checkbox"/> Serviços <input type="checkbox"/> Misto <input type="checkbox"/> Vazio
Descrição dos Usos: 1. Jetset	Estado da Conservação: <input checked="" type="checkbox"/> Bom <input type="checkbox"/> Regular <input type="checkbox"/> Ruim <input type="checkbox"/> Ruína
Grau de Modificação: <input type="checkbox"/> Íntegro <input checked="" type="checkbox"/> Pouco Alterado <input type="checkbox"/> Muito Alterado <input type="checkbox"/> Descaracterizado <input type="checkbox"/> Não se Aplica	Identificação da Publicidade: <input type="checkbox"/> Marquise <input type="checkbox"/> Toldo <input type="checkbox"/> Anúncio <input checked="" type="checkbox"/> Letreiro <input type="checkbox"/> Totem <input type="checkbox"/> Outros
Análise de posturas quanto à publicidade: "S" para SIM e "N" para NÃO <input type="checkbox"/> Dimensão correta de letreiros, anúncios, toldos, marquises e demais elementos parametrizados. <input type="checkbox"/> Posicionamento de elementos, sem interferir na leitura da linguagem da edificação. <input type="checkbox"/> Letreiro paralelo ou perpendicular à edificação, não apresentando o uso simultâneo dos dois tipos. <input type="checkbox"/> Regularidade de toldos e marquises.	

Detalhes:	Caracterização dos elementos publicitários:
-----------	---



Quanto a materialidade: letreiro adesivo sob a esquadria de vidro. Quanto a originalidade: elemento não original da edificação.
--

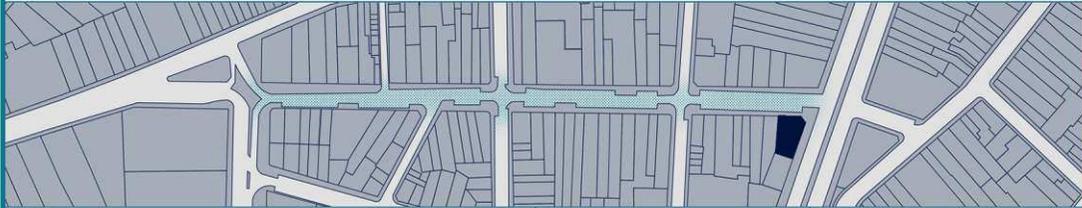
Observações:

A loja unificou duas edificações vizinhas.
--

FICHA DE IDENTIFICAÇÃO E CARACTERIZAÇÃO DE BENS

Ficha: 158	Rua: Maciel Pinheiro	Nº da Edificação: 89	Estilo Arquitetônico Original: Art Déco
------------	----------------------	----------------------	---

Localização do Imóvel na Via:



Fachada:	Legislação Incidente:	Uso da Edificação:
	Lei Municipal Nº 3.721/1999 Decreto 25.139/2004 Lei Complementar Nº 003/2006 Decreto 33.816/2013	<input type="checkbox"/> Residencial <input type="checkbox"/> Comercial <input type="checkbox"/> Institucional <input type="checkbox"/> Serviços <input checked="" type="checkbox"/> Misto <input type="checkbox"/> Vazio
	Descrição dos Usos:	Estado da Conservação:
	1. Biblioteca Municipal de Campina Grande (Institucional) 2. Instituto Histórico de Campina Grande (Institucional) 3. Galeria Central (Comércio)	<input type="checkbox"/> Bom <input checked="" type="checkbox"/> Regular <input type="checkbox"/> Ruim <input type="checkbox"/> Ruína
	Grau de Modificação:	Identificação da Publicidade:
	<input type="checkbox"/> Integro <input checked="" type="checkbox"/> Pouco Alterado <input type="checkbox"/> Muito Alterado <input type="checkbox"/> Descaracterizado <input type="checkbox"/> Não se Aplica	<input checked="" type="checkbox"/> Marquise <input type="checkbox"/> Toldo <input checked="" type="checkbox"/> Anúncio <input checked="" type="checkbox"/> Letreiro <input type="checkbox"/> Totem <input type="checkbox"/> Outros
Análise de posturas quanto à publicidade: "S" para SIM e "N" para NÃO <input type="checkbox"/> Dimensão correta de letreiros, anúncios, toldos, marquises e demais elementos parametrizados. <input checked="" type="checkbox"/> Posicionamento de elementos, sem interferir na leitura da linguagem da edificação. <input checked="" type="checkbox"/> Letreiro paralelo ou perpendicular à edificação, não apresentando o uso simultâneo dos dois tipos. <input type="checkbox"/> Regularidade de toldos e marquises.		

Detalhes:	Caracterização dos elementos publicitários:
	Quanto a materialidade: marquise "Galeria Central" em ACM; letreiro "Ótica Targino" em ACM; anúncio "plastificação" em papel colado sob a parede. Quanto a originalidade: elementos não originais da edificação.
	Observações:

