

## ESTUDO DE CASO NO CENTRO DO MUNICÍPIO DE IJUÍ/RS DIANTE DA POLUIÇÃO VISUAL NO PATRIMÔNIO ARQUITETÔNICO <sup>1</sup>

Larissa Taiane Malmann Feyh<sup>2</sup>  
Rafaela Martins Teixeira<sup>3</sup>  
Tarcísio Dorn de Oliveira<sup>4</sup>

**Resumo:** Tendo em vista o acelerado desenvolvimento tecnológico, arquitetônico e industrial, muitas edificações, por sua vez, são descaracterizadas atualmente por via de outdoors e propagandas em suas fachadas, em busca de uma melhoria referente ao aspecto visual do empreendimento, de modo a encobrir não só os traços antigos da edificação, como também a nossa memória. Diante disso, o presente trabalho tem como objetivo demonstrar de forma sucinta, algumas considerações referentes a relação do patrimônio arquitetônico do município de Ijuí/RS com a publicidade nos dias de hoje. Para isso, desenvolveu-se uma pesquisa em campo no centro da cidade, envolvendo edificações antigas, quais foram modificadas para uma melhoria visual da idade contemporânea. O estudo foi realizado com base em quatro edificações: Edifício América, Rua do Comércio, 363 – Centro, Ijuí-RS, Cine Teatro Serrano, Rua Praça República, 1 – Centro, Ijuí-RS, Edifício Scharnberg, Esquina pertencente à Rua Quinze de Novembro e a Rua do Comércio – Centro, Ijuí-RS e Edifício Hocevar, Rua Benjamim Constant, 101 – Centro, Ijuí-RS. Diante disso, foi feita uma comparação das mesmas de como eram suas fachadas antigamente e como estão nos dias atuais, visando o crescimento cada vez mais acelerado das cidades, com o comércio e indústrias determinando seus espaços e as publicidades encobrendo as construções e, conseqüentemente escondendo o patrimônio histórico e cultural do “público”. Após a realização desse estudo, nota-se a intensidade com que a publicidade tem desvalorizado o patrimônio cultural e arquitetônico da cidade de Ijuí/RS. A apreciação visual de uma edificação histórica em bons cuidados é de suma importância para a formação da identidade de um povo. Ao perceber os cuidados e a preservação das características com o patrimônio, espera-se que se intensifique o sentimento de pertencimento e reconhecimento de história e/ou cultura, conservando assim a memória que nos é deixada.

**Palavras-chave:** Patrimônio; Publicidade; Preservação.

---

<sup>1</sup> Pesquisa desenvolvida junto ao Grupo de Pesquisa Espaço Construído, Sustentabilidade e Tecnologias – Gtec da Universidade do Noroeste do Estado do Rio Grande do Sul – UNIJUI

<sup>2</sup> Estudante do Curso de Arquitetura e Urbanismo da Universidade do Noroeste do Estado do Rio Grande do Sul (UNIJUI). E-mail: [larifeyh@hotmail.com](mailto:larifeyh@hotmail.com)

<sup>3</sup> Estudante do Curso de Arquitetura e Urbanismo da Universidade do Noroeste do Estado do Rio Grande do Sul (UNIJUI). E-mail: [rafelamartins\\_teixeira@hotmail.com](mailto:rafelamartins_teixeira@hotmail.com)

<sup>4</sup> Professor do Curso de Arquitetura e Urbanismo da Universidade do Noroeste do Estado do Rio Grande do Sul (UNIJUI). E-mail: [tarcisio.oliveira@unijui.edu.br](mailto:tarcisio.oliveira@unijui.edu.br)