

PESQUISA SOBRE ARQUITETURA ECLÉTICA EM SANTA CRUZ DO SUL E MÍDIAS EXTERIORES

Aparecida Mendes May¹
Diego Hennig Lovato²
Franciele Schuster Gehlen³
Maicon Pinto de Moraes⁴
Mariele Cristine Costa⁵
Patrícia Kuester⁶
Tais Catharina Amadori⁷
Luiz Carlos Schneider⁸

RESUMO

A cidade de Santa Cruz do Sul, localizada na região central do Rio Grande do Sul, possui uma arquitetura eclética com grande valor artístico e histórico para o estado e para a região do Vale do Rio Pardo. O projeto de pesquisa “Qualidade visual do patrimônio arquitetônico eclético na paisagem urbana da área central de Santa Cruz do Sul: o impacto das mídias exteriores” tem como objetivo realizar um diagnóstico referente aos elementos de mídias exteriores utilizados em edificações consideradas patrimônio arquitetônico e pertencentes ao período eclético da arquitetura, avaliando seus respectivos impactos na qualidade visual da edificação. Este artigo compreende uma descrição sintética da primeira etapa da pesquisa referente à revisão bibliográfica sobre os temas arquitetura eclética e mídias exteriores, percorrendo sobre alguns dos principais conceitos teóricos, sobre as classificações e tipologias utilizadas. Apresenta-se, ainda, outros métodos utilizados para a realização do trabalho como os de levantamentos patrimoniais preliminares, sua classificação e alguns dos principais resultados já obtidos.

Palavras-chave: Patrimônio Arquitetônico. Arquitetura Eclética. Mídias Exteriores.

ABSTRACT

The city of Santa Cruz do Sul, located in the central region of Rio Grande do Sul, has an eclectic architecture with great artistic and historical value for the state and the Vale do Rio Pardo region. The research project "Qualidade visual do patrimônio arquitetônico eclético na paisagem urbana da área central de Santa Cruz do Sul: o impacto das mídias exteriores" aims

¹ Acadêmica do curso de Arquitetura e Urbanismo da Universidade de Santa Cruz do Sul – UNISC
<cida_mc@hotmail.com>

² Acadêmico do curso de Arquitetura e Urbanismo da Universidade de Santa Cruz do Sul – UNISC
<diegolovato@hotmail.com>

³ Acadêmica do curso de Arquitetura e Urbanismo da Universidade de Santa Cruz do Sul – UNISC
<fragehlen@hotmail.com>

⁴ Acadêmico do curso de Arquitetura e Urbanismo da Universidade de Santa Cruz do Sul – UNISC
<maicon17moraes@hotmail.com>

⁵ Acadêmica do curso de Arquitetura e Urbanismo da Universidade de Santa Cruz do Sul – UNISC
<marieleccosta@hotmail.com>

⁶ Acadêmica do curso de Arquitetura e Urbanismo da Universidade de Santa Cruz do Sul – UNISC
<patriciak@unisc.br>

⁷ Acadêmica do curso de Arquitetura e Urbanismo da Universidade de Santa Cruz do Sul – UNISC
<taisamadori@yahoo.com.br>

⁸ Professor do curso de Arquitetura e Urbanismo da Universidade de Santa Cruz do Sul – UNISC
<luizcs@unisc.br>

to make a diagnosis related to external media elements used in buildings considered as architectural heritage and which belong to the period of eclectic architecture, evaluating their impacts on the visual quality of the building. This article reports a brief description of the first stage of the research on the literature review considering the topics of eclectic architecture and outdoor media, discussing some theoretical concepts as well as their classifications and types. It presents also other methods used to carry out the work of preliminary surveys of the heritage, their classification and some major results already obtained.

Keywords: Architectural Heritage. Eclectic Architecture. Billboard Medias.

1 INTRODUÇÃO

A ausência de controles para a publicidade utilizada ao ar livre tem propiciado uma profunda transformação da paisagem urbana marcada pelo excesso de anúncios, símbolos e cores que podem causar dispersão e confusão para a leitura das mensagens. Isso por que uma das estratégias mais recorrentes da comunicação visual para a sociedade de consumo é a definição da identidade pela singularidade das atividades comerciais ou de serviços para seus usuários. Desta forma acontece uma profusa proliferação de imagens, signos e mensagens, o que, por sua vez em excesso, pode ocasionar prejuízos estéticos na paisagem urbana ou nas edificações. A poluição visual, em si, é o limite a partir do qual o meio não consegue mais absorver os elementos causadores das transformações em curso e acaba por perder as características naturais que lhe deram origem.

Os imóveis comerciais têm a necessidade de criar sua identidade para o consumidor, muitas vezes fazendo uso das placas informativas ou outros meios de divulgação. Em muitos casos tais anúncios são extremamente elaborados. Noutros estabelecimentos não há planejamento algum. No caso do “*retrofit*”, muitas edificações que passaram a ser comerciais tiveram outro uso original (geralmente antigas residências) e passam a ser adaptadas precariamente, gerando uma arquitetura de transição. Nestes casos, onde se insere comumente o patrimônio arquitetônico, desvirtua-se normalmente a forma arquitetônica da função. Para além das adequações e das exigências simbólicas da atividade comercial, acontecem as tentativas de transformação da identidade da edificação. Como exemplo, as fachadas são destacadas e pintadas com cores fortes, muitas vezes recobertas com painéis de todos os tipos e formas.

Estas necessidades surgem na medida em que já existe uma imagem simbólica do comércio à qual os indivíduos estão acostumados e a edificação, originalmente projetada para o uso residencial, não fornece elementos para a identificação imediata de um estabelecimento

comercial. A dissociação entre forma e função é uma grande questão, pois, ao mesmo tempo, e no caso do patrimônio arquitetônico, há necessidade de estudarem-se as possibilidades de flexibilização do uso, respeitando os limites e possibilidades que a edificação oferece.

Com o intuito de catalogar tais casos na cidade de Santa Cruz do Sul, foram identificados os diferentes elementos considerados como mídias exteriores e que são utilizados em edificações consideradas como Patrimônio Arquitetônico Eclético da área central urbana (assim definida pelo Plano Diretor) de Santa Cruz do Sul com o objetivo de diagnosticar-se os impactos visuais que resultam para a edificação e, conseqüentemente, para a qualidade visual da paisagem urbana.

Dessa forma, é apresentada aqui a primeira etapa do projeto, que consiste na realização de uma revisão bibliográfica sobre os seguintes temas: o estudo da arquitetura eclética e das mídias exteriores.

2 PATRIMÔNIO E ARQUITETURA ECLÉTICA

Em relação às terminologias comumente empregadas para o patrimônio arquitetônico, destacam-se alguns conceitos capazes de qualificar o objeto arquitetônico e que têm significativa importância quanto aos métodos e formas de preservação, conservação, restauração ou mesmo reforma das edificações a serem preservadas. Estes conceitos e terminologias são importantes para a catalogação patrimonial e foram utilizados quando da realização do levantamento de bens patrimoniais na área central da cidade de Santa Cruz do Sul. O primeiro conceito, mais recorrente, e conforme Choay (1999), é o de Monumento, que tem sua base na história da própria arquitetura do lugar, na sua escala, no excepcional valor artístico e ou valor emocional e simbólico para uma determinada coletividade. O termo “Arquitetura Inventariada” foi utilizado para aquela que tem seu valor artístico e arquitetônico já reconhecido e catalogado em publicações ou inventários específicos. Contudo, neste caso, tomaram-se alguns cuidados. Nem sempre os inventários existentes estão completos, o que se confirma no caso da área central de Santa Cruz do Sul. Apesar de todos os monumentos estarem listados nos inventários, foram encontradas também muitas outras edificações na área central urbana em categorias que não estavam completas. São os casos da Arquitetura de Excepcional Relevância, classificada como as edificações cuja arquitetura possui o mesmo grau de valor histórico, artístico, afetivo das listadas nos inventários, porém não foi identificada e mesmo catalogada como tal. Além desta, destacaram-se ainda os casos da Arquitetura de Relevância, cujos valores são menos expressivos ou pelo menos em um

primeiro momento, menos comumente observáveis ou assimiláveis pela população, considerando-se a arquitetura oficialmente inventariada pelo município. Por fim, constatou-se também a existência de uma arquitetura a que se convencionou chamar de “menor”, empregada nas edificações com pouco ou quase nenhum valor artístico, mas que foram recorrentes no período eclético e que englobaram por vezes outras funções como indústrias, fábricas, residências simples ou estabelecimentos comerciais.

Após a revisão dos principais conceitos empregados em relação ao patrimônio arquitetônico (valores e terminologias) e também dos inventários realizados no município de Santa Cruz do Sul sobre a arquitetura eclética, foi realizada uma revisão geral deste período de construção das edificações e que, por sua vez, foi bastante disseminada em Santa Cruz do Sul. A cidade, de médio porte, está situada entre Rio Pardo e o início da depressão central do estado do Rio Grande do Sul. Sua origem está diretamente ligada ao processo de colonização alemã, iniciado na região aproximadamente na metade do século XIX. A área central ou núcleo histórico caracteriza-se pela presença de ruas largas e arborizadas com uma arquitetura predominantemente pertencente ao período eclético e composta por residências, igrejas, casas comerciais e edificações institucionais de um a dois pavimentos. A região central urbana deste estudo é ampliada para compreender os quarteirões entre as ruas Carlos Trein Filho, Coronel Oscar Jost, Gaspar Silveira Martins e Senador Pinheiro Machado.

O movimento eclético na arquitetura internacional surgiu no século XIX, mais precisamente na Europa e acompanhando a revolução industrial, que permitiu inúmeros avanços na construção civil, bem como o emprego de novos materiais e técnicas construtivas. Se, por um lado, havia inovações nos métodos construtivos proporcionados principalmente pela mudança no sistema de produção, que passa de uma linha artesanal para um sistema fabril, por outro se nota uma clara tendência em utilizar uma linguagem estilística variada. Neste sentido, segundo Keller (2001), o movimento eclético, anacrônico por definição, pode utilizar uma ou mesmo a combinação de diversas linguagens arquitetônicas de períodos históricos distintos. Assim, as edificações poderiam apropriar-se tanto de elementos da antiguidade clássica greco-romana quanto os de quaisquer outros períodos como, por exemplo, o renascimento, barroco, românico ou gótico. Muitas vezes o ecletismo engloba também a utilização de arquiteturas não ocidentais consideradas exóticas, como é o caso das influências mouriscas, bizantinas ou egípcias na construção de algumas das edificações. Este movimento influencia a arquitetura no Brasil, especialmente a partir das últimas décadas do século XIX até as primeiras décadas do século XX. No Rio Grande do Sul, deixou um extenso

e rico legado de edificações que atestam a pujança e a riqueza patrimonial estilística de muitas cidades como Jaguarão, Pelotas, Porto Alegre entre outras.

Como dito anteriormente, a cidade de Santa Cruz do Sul e, em especial, a área central urbana, possui inúmeras edificações pertencentes ao estilo eclético, constituindo-se em um extenso e rico patrimônio histórico e arquitetônico para a região e para o Estado. Por outro lado, este patrimônio tem estado sujeito a todo tipo de descaracterizações e problemas de preservação. Apesar da existência de inventários legais que atestam a sua importância e mesmo de algumas tentativas isoladas de preservação e conservação dos imóveis, as leis municipais não contemplam hoje quaisquer restrições quanto à descaracterização visual da edificação. Como exemplo, a imagem abaixo ilustra a situação usual e recorrente de má utilização das mídias exteriores em um prédio considerado patrimônio arquitetônico eclético.

Figura 1 - Edificação Eclética do tipo mista (residência e comércio)



Trata-se de uma edificação eclética do tipo mista (residência e comércio), construída entre 1912 e 1914 para o Sr Joge Frantz pelo arquiteto Simão Gramlich. A edificação é inventariada e situada em uma das esquinas mais valorizadas da rua principal da cidade. A perda da qualidade estética acontece pela ausência de critérios para utilização da comunicação publicitária como luminosos, letreiros e *banners*. Destaca-se ainda que as pinturas para cada atividade comercial são realizadas de forma segmentada, sem ideia de conjunto da edificação. Desvalorizam a obra e causam uma confusão visual pelo excesso de informações.

Tais situações têm sido uma prática recorrente pela ausência de quaisquer discussões ou regramentos do tema. Agravam-se pelo próprio discurso dos comerciantes ou empresários,

que temem prejuízos comerciais caso haja intervenções na forma de divulgação externa de seus produtos ou serviços. Contudo, a ideia é estudar os diferentes tipos de casos para que se possam criar alguns padrões de referência que valorizem não somente a edificação, mas inclusive destacar as atividades comerciais, valorizando-as visualmente.

3 AS MÍDIAS EXTERIORES

Para melhor compreender as relações existentes na utilização das mídias exteriores em edificações ou espaços públicos/privados, é necessário um olhar para as relações entre sociedade e consumo com as próprias ideias de publicidade e propaganda.

A publicidade (ou propaganda) pode ser entendida como uma ferramenta ligada diretamente à atividade comercial, porém tem como base os procedimentos de comunicação da sociedade e é usada pra compreender tanto as relações do cotidiano como as de consumo. O Brasil apresenta uma vasta diferença socioeconômica nas camadas sociais, gerando assim as classes sociais e os desníveis de desenvolvimento regional. Neste sentido destaca-se que “certas características, porém, são comuns aos brasileiros, como a ocidentalização sócio-político-cultural e econômica, que estrutura a chamada sociedade de consumo” (GIACOMINI FILHO, 1991, p. 13).

Essa sociedade impulsiona a publicidade e, sendo assim, exige e impulsiona também os meios de produção que acabam produzindo em massa e construindo uma estrutura comercial completa. Desta forma, surge o “consumerismo” como ferramenta a ser utilizada socialmente pelo demandante frente aos problemas causados pelo consumismo. “... há comerciantes e produtores querendo satisfazer necessidades e desejos de consumidores, de outro há maus comerciantes e produtores que, à sombra de muitos artifícios e estratégias, procuram satisfazer suas necessidades de ganho próprio” (GIACOMINI FILHO, Gino, 1991, p. 13).

Seria estabelecida uma relação equilibrada se as necessidades e desejos dos consumidores fossem menos exigentes e complexas e se os produtores e comerciantes executassem sua função não só apenas como um fator lucrativo, mas sim como uma troca mútua de serviços públicos. Neste contexto é que a publicidade surge como um apaziguador nas tensões entre consumidores e produtores, diminuindo a resistência do consumidor. A propaganda pode também ser denominada publicidade, mas existem polêmicas a respeito da diferenciação entre as duas e, também, em relação ao seu uso, se é limitado aos meios de comunicação de massa ou não. Sendo assim, “entende-se por publicidade ou propaganda, a

forma de comunicação identificada e persuasiva empreendida, de forma paga, através dos meios de comunicação de massa” (GIACOMINI FILHO, Gino, 1991, p. 15). Em relação às formas de comunicação destacam-se: a comunicação identificada, que é basicamente a identificação do anunciante responsável, e a comunicação persuasiva, ou seja, o objetivo do anúncio, onde busca-se a atenção do consumidor, levando-o a tomar decisões.

Segundo o Código Brasileiro de Defesa do Consumidor, pode-se definir que: “consumidor é toda pessoa física ou jurídica que adquire ou utiliza produto ou serviço como destinatário final. Equipara-se ao consumidor a coletividade de pessoas, ainda que indetermináveis, que haja intervindo nas relações de consumo”. Portanto, o consumidor, assim considerado em algum nível, é o elemento chave nas relações publicitárias, podendo ser influenciado pelo anúncio que estimula a compra e o consumo e pode, também, atuar como intermediário, levando o anúncio a outros consumidores.

Pelo fato de o consumo ocorrer em grande parte em um ambiente urbano, com produtos industrializados que identificam marcas, o termo consumidor começa a adquirir várias interpretações, como o sentido individual sendo ligado, às vezes, à compra por impulso.

A mercadoria, ideológica por essência, despoja de seu trabalho aquele que a produz e despoja de sua vida aquele que a consome. No sistema econômico dominante, já não é mais a demanda que condiciona a oferta, mas a oferta que determina a demanda. Então é assim que, de maneira periódica, surgem novas necessidades que são rapidamente consideradas como vitais para a maioria da população. Como exemplo, primeiro foi o rádio, depois o carro, a televisão, o computador e agora o telefone celular. Todas estas mercadorias, distribuídas massivamente em um curto lapso de tempo, modificam profundamente as relações humanas: servem, por um lado, para isolar os homens um pouco mais de seu semelhante e por outro a difundir as mensagens dominantes do sistema. As coisas que possuímos acabam por possuímos. As relações entre empregador, empregado, e o consumidor são vitais no sistema de produção capitalista, bem como no desenvolvimento de ciclos de consumo e de avanço tecnológico. Neste contexto é que a transformação dos espaços e dos ambientes deve adequar-se às relações de consumo. A lógica capitalista é a da necessidade de mais oferta e variedade de produtos, muitos dos quais superficiais, e é também a lógica da obsolescência tecnológica dos produtos para que os mesmos possam ser continuamente repostos. O resultado tem sido muitas vezes o desperdício e geração de todo tipo de resíduos, o que é totalmente contrário ao discurso da sustentabilidade, da eficiência e da preservação.

A proliferação das imagens e das propagandas voltadas ao consumidor é parte essencial deste processo. Para ter-se ideia da importância deste fato, hoje praticamente a

metade dos recursos no desenvolvimento de novos produtos é diretamente voltada à publicidade. Os efeitos psicológicos desta enorme, gigantesca quantidade de anúncios no meio ambiente tem todo tipo de efeitos possíveis, atingindo e alterando continuamente valores sociais e econômicos. Assim sendo, pode-se entender a ideia de Guy Debord (1967), quando diz que “o urbanismo é a tomada do meio ambiente natural e humano pelo capitalismo que, ao desenvolver-se em sua lógica de dominação absoluta, refaz a totalidade do espaço como seu próprio cenário” (p. 170).

3.1 Tipos de Mídias Exteriores

Neste contexto é que os métodos de publicidade e propaganda evoluíram devido à necessidade de atrair a atenção do consumidor, que já não se satisfaz com uma simples leitura em um cartaz ou jornal. As organizações empresariais, junto com a sua área de “*marketing*”, desenvolvem propagandas que atraem e fixam a atenção do consumidor e, conseqüentemente, seus métodos de publicidade devem ser eficazes para obter o resultado desejado.

Segundo Barban (2001), quando um consumidor é exposto por um tempo a uma mensagem publicitária eficaz, ele primeiro se torna atento a ela (atenção) e, eventualmente, a entende (conhecimento); se a mensagem for aceita favoravelmente (aceitação), ele pode decidir que na próxima compra desse tipo de produto a marca anunciada será provavelmente a escolhida (convicção).

Ainda a mesma, a natureza da mensagem e seus conteúdos específicos afetam o planejamento de mídia em todos os níveis. No nível dos objetivos, por exemplo, o emprego de recurso criativo na propaganda de sustentação requererá ênfase nos objetivos de mídia quanto à frequência de impactos.

Kothe (1999) comenta que hoje a sociedade consumista não se satisfaz com pouco, os métodos de propaganda foram inovados e o rádio e a televisão não ofuscam sua visão. A mente funciona como filtros de proteção ao bombardeio diário de inúmeras informações. A propaganda e a publicidade sempre existiram e continuarão a existir, o que se percebe é que os métodos utilizados serão aperfeiçoados de acordo com a aceleração das necessidades dos consumidores. Neste sentido os métodos mais utilizados segundo Kothe (1999) são:

a) Cartaz em tapume: pequenos murais de papel para serem afixados em veículos de transporte, paredes ou, como o nome já diz, em tapumes. Não possuem garantia de exposição, exceto na veiculação em espaço pago;

b) Cartaz de Tabuleta: é um cartaz impresso colado sobre um suporte ou tabuleta. O autor comenta que esse tipo de publicidade demonstra grande impacto visual, destinado a um lançamento ou campanha;

c) Luminosos: basicamente, e conforme Kothe (1999), diferenciam-se entre “*Back-light*” (iluminação interna); “*Front-light*” (iluminação frontal) e os Triedos, onde três anúncios consecutivos são colocadas em cada face do triedo;

d) Painéis circulantes em transporte coletivos: os adesivos afixados na traseira e na lateral de transportes coletivos, como ônibus e metrô. As propagandas realizadas no interior dos metrô são chamadas “*indoor*”, já no exterior dos ônibus são chamadas de “*busdoor*”, conceitos empregados no meio publicitário;

e) Publicidade no mobiliário urbano: todo e qualquer local público utilizado para publicidade e propaganda, como: placas em paradas de ônibus, na passagem de pedestres, canteiro e praças públicas, entre outros.

4 MÉTODOS APLICADOS E RESULTADOS OBTIDOS

Toda base teórica da pesquisa foi apresentada e discutida em dois seminários internos realizados na forma de oficinas de nivelamento metodológico para a equipe. Ambos os seminários procuraram relacionar os temas de forma contextualizada à situação da cidade de Santa Cruz do Sul. Os seminários e outras reuniões da equipe de pesquisa centraram-se também nos inventários patrimoniais existentes e nas entrevistas realizadas com perguntas abertas e fechadas para as empresas locais de publicidade.

O estudo da arquitetura eclética por meio dos inventários foi fundamental para iniciar o levantamento das edificações na área central urbana de Santa Cruz do Sul. Deste estudo constatou-se que os levantamentos patrimoniais oficiais contemplavam somente parcialmente a arquitetura eclética urbana da área central. Destaca-se também que um dado alarmante é o das demolições patrimoniais. Portanto, na sequência, iniciou-se um levantamento preliminar da área urbana central por meio do Google “*Street View*”, reconhecendo-se as edificações ecléticas em categorias distintas, as quais são:

a) Arquitetura Inventariada: onde o patrimônio arquitetônico eclético é oficialmente catalogado pelos seguintes levantamentos: Levantamento do Pró-Cultura GTZ e Prefeitura Municipal de Santa Cruz do Sul/1986; Levantamento do Patrimônio Arquitetônico da área central urbana de Santa Cruz do Sul (Unisc/Prefeitura Municipal de Santa Cruz do Sul/2004); Levantamento da Arquiteta Vera Schultze;

b) Arquitetura de Excepcional Relevância Arquitetônica: edificações que apresentam valores arquitetônicos e artísticos expressivos e representativos do período eclético e não constam como arquitetura oficialmente inventariada;

c) Arquitetura de relevância: edificações que apresentam valores arquitetônicos e artísticos representativos do período;

d) Arquitetura menor: edificações recorrentes do período eclético que apresentam valores arquitetônicos de menor expressão ou significação;

e) Reminiscências arquitetônicas: edificações que foram descaracterizadas por reformas ou sucessivas alterações e que permitam identificar poucos elementos arquitetônicos ou artísticos significativos do ecletismo;

f) Edificações excluídas: edificações excluídas do levantamento preliminar do Google “*Street View*” por não estarem classificadas nos critérios anteriores;

g) Edificações demolidas: as que foram demolidas durante a realização da pesquisa.

Após a finalização da etapa de mapeamentos, conforme as catalogações expostas acima, obteve-se o resultado efetivo de um conjunto de 148 edificações, pertencentes à arquitetura eclética na área central em diferentes padrões, da seguinte forma: arquitetura inventariada oficialmente - 45 edificações; arquitetura de excepcional relevância arquitetônica - 22 edificações; arquitetura de relevância - 31 edificações; arquitetura menor - 16 edificações; reminiscências arquitetônicas - 32 edificações; demolidas - 02 edificações. Deste resultado parcial salientam-se três conclusões. A primeira é a de que na categoria “b” foram encontrados 22 imóveis que poderiam ter sido listados no inventário oficial patrimonial. Ressalta-se também, como segunda conclusão, a grande quantidade de imóveis nas outras categorias, que permitem ampliar a importância deste patrimônio para a cidade de Santa Cruz do Sul, e a necessidade de valorização pela municipalidade por meio de ações de preservação e conservação. Constatou-se a existência de poucos exemplos positivos frente à escala do conjunto. A terceira conclusão é a de que há uma quantidade expressiva de imóveis que foram totalmente descaracterizados por reformas ou mesmo demolições, algumas destas inclusive realizadas no curto período do levantamento, que foi somente de dois meses. Com a conclusão dos levantamentos e respectivos mapeamentos citados acima, as próximas etapas previstas para a pesquisa serão de continuidade do levantamento patrimonial e das mídias exteriores para posterior análise específica.

Portanto, como avaliação preliminar, pode-se afirmar que a maior parte das edificações foram submetidas a diferentes níveis de degradações quanto à sua integridade física e também em relação à sua qualidade visual. Dos resultados futuros desta análise

espera-se poder contribuir para a elaboração ou implementação de políticas públicas orientadas para dar apoio às melhorias da qualidade visual da arquitetura eclética e na valorização patrimonial e da paisagem urbana.

REFERÊNCIAS

BARBAN, Arnold M. *A essência do planejamento de mídia*. São Paulo: Nobel, 2001.

CHOAY, Françoise. *A alegoria do patrimônio*. Lisboa: Edições 70 Ltda., 1999, 245 p.

CÓDIGO DE DEFESA DO CONSUMIDOR. Lei 8.078 de 11/09/90. Brasília, Diário Oficial da União, 1990.

DEBORD, Guy. *A Sociedade do Espetáculo*. E-book digitalizado por Coletivo Periferia e eBooks Brasil, 2003.

FILHO, Gino Giacomini. *Consumidor versus propaganda*. São Paulo: Summus, 1991.

KELLER, Milton Roberto. *Santa Cruz do Sul e sua Arquitetura Eclética*. 2001. 262f. Dissertação (Programa de Pós-Graduação de Desenvolvimento Regional – Mestrado e Doutorado)-Universidade de Santa Cruz do Sul, Santa Cruz do Sul, 2001.

KOTHE, Marco Antônio. *A utilização da comunicação publicitária no meio urbano*. 255f. Monografia. Universidade de Santa Cruz do Sul, Santa Cruz do Sul, 1999.

NÚCLEO DE GESTÃO PÚBLICA. Inventário do Patrimônio Arquitetônico da área central urbano de Santa Cruz do Sul, pesquisa do Curso de Arquitetura e Urbanismo, Universidade de Santa Cruz do Sul – UNISC em parceria com a Prefeitura Municipal de Santa Cruz do Sul, 2006.

PREFEITURA MUNICIPAL/ SECRETARIA DE PLANEJAMENTO DE SANTA CRUZ DO SUL/ SOCIEDADE ALEMÃ DE COOPERAÇÃO TÉCNICA BRASIL ALEMANHA GTZ. Levantamento Patrimonial, 1986.

SCHULTZ, Vera. Trabalho de levantamento com a Prefeitura Municipal, 2008.