

Promotoria Estadual de Defesa do Patrimônio Cultural e Turístico

LAUDO TÉCNICO N ° 16/2013

1- CONSIDERAÇÕES PRELIMINARES

Devido à denúncia recebida nesta Promotoria, foi realizada vistoria técnica no município de Ouro Branco na data de 26 de fevereiro de 2013 pelas analistas do Ministério Público, a arquiteta urbanista, Andréa Lanna Mendes Novais e a historiadora, Neise Mendes Duarte.

Este laudo técnico tem como objetivo analisar a poluição visual existente no núcleo histórico de Ouro Branco, especialmente no entorno da praça Santa Cruz.



Figura 01 – Imagem contendo a localização do município de Ouro Branco. Fonte: *Wikipédia*. Acesso em fevereiro de 2012.

2- METODOLOGIA

Para elaboração deste laudo foram utilizados os seguintes procedimentos técnicos:

- Vistoria na área central de Ouro Branco, com registro fotográfico.
- Pesquisa realizada junto à Diretoria de Promoção do IEPHA.
- Informações constantes do Procedimento de Apoio à Atividade Fim – PAAF n° 0024.12.009660-7.
- Informações transmitidas pelo sr. Ildeu de Oliveira Ferreira, ex- Secretário de Cultura de Ouro Branco e pela sra. Elizabeti Félix, atual Gerente de Patrimônio Cultural do município.
- Consulta à legislação municipal que trata sobre o Plano Diretor, Lei de Parcelamento, Uso e Ocupação do Solo, Código de Obras e Código de Posturas.

Promotoria Estadual de Defesa do Patrimônio Cultural e Turístico

3- BREVE HISTÓRICO DE OURO BRANCO:

A origem do povoado de Santo Antônio de Ouro Branco está diretamente relacionada ao movimento bandeirista, organizado pelos paulistas, que a partir de meados do século XVII, iniciaram expedições com o objetivo de encontrar riquezas minerais no território colonial. As bandeiras foram responsáveis pela descoberta de ouro e pedras preciosas na região de Minas Gerais.

Por volta de 1694, uma expedição, chefiada pelos ex-integrantes da bandeira de Borba Gato, Miguel Garcia de Almeida Cunha e Manuel Garcia, subiu o rio das Velhas, desbravando a região, até alcançar a Serra de Deus Livre¹ que fazia parte do caminho do ouro.

Porém, um desentendimento entre os líderes causou uma divisão na expedição. Manuel Garcia seguiu na direção nordeste, chegando ao córrego Tripuí, onde foi encontrado o “ouro preto”, cuja coloração indicava a presença de óxido de ferro em sua composição. Já Miguel Garcia seguiu em direção ao oeste, paralelamente à encosta da Serra de Deus Livre, onde foi descoberto ouro de cor amarela que, em oposição ao ouro encontrado no córrego Tripuí, foi denominado “ouro branco”. Foi fundado na região o arraial de Santo Antônio do Ouro Branco, onde por volta de 1717 já estava sendo edificada a primeira igreja.²

Ouro Branco é uma das mais antigas freguesias de Minas, tendo sido elevada à condição de colativa pelo alvará de 16 de fevereiro de 1724, expedido pela Rainha Maria I, durante o governo de Lourenço de Almeida.³

A quantidade de ouro extraída de Ouro Branco foi infinitamente menor em relação à extração aurífera em Ouro Preto. Portanto, o arraial encontrou na agricultura e no comércio formas alternativas de desenvolvimento econômico. A passagem das tropas vindas do Rio de Janeiro pela região fez dela um importante núcleo comercial e de estadia.

Com o crescimento da circulação destas tropas, o caminho que levava até Vila Rica viveu um período de intenso desenvolvimento, chegando a abrigar quatorze hospedarias, numerosas casas comerciais e fábricas de objetos artesanais consumidos pelos tropeiros. Este movimentado caminho possibilitou ainda o surgimento de fazendas, cuja produção visava ao abastecimento das vilas mineradoras.

Com a decadência da atividade mineradora, iniciou-se em Ouro Branco o chamado ciclo da uva. A partir do final do século XIX o cultivo do café começou a ser desenvolvido na região, mas foi a produção da batata inglesa que abriu um novo ciclo econômico para Ouro Branco durante o século XX. Atualmente a cidade vive o chamado ciclo do aço, em função da atuação da empresa Açominas na região.

¹ Atual Serra de Ouro Branco, que possui tombamento estadual na categoria de Conjunto Paisagístico. Decreto de Tombamento nº 19530, de 07 de novembro de 1978.

² Disponível em http://www.ourobranco.mg.gov.br/mat_vis.aspx?cd=6495. Acesso fevereiro de 2011.

³ BARBOSA, Waldemar de Almeida. Dicionário Histórico-Geográfico de Minas Gerais. Editora Itatiaia Ltda, Belo Horizonte, 1995.

Promotoria Estadual de Defesa do Patrimônio Cultural e Turístico

A Lei Estadual nº 556 de 30 de agosto de 1911 estabeleceu que o distrito de Ouro Branco fizesse parte do município de Ouro Preto. A Lei Estadual 1039 de 12 dezembro de 1953 elevou Ouro Branco à categoria de município, desmembrando-se assim de Ouro Preto.⁴

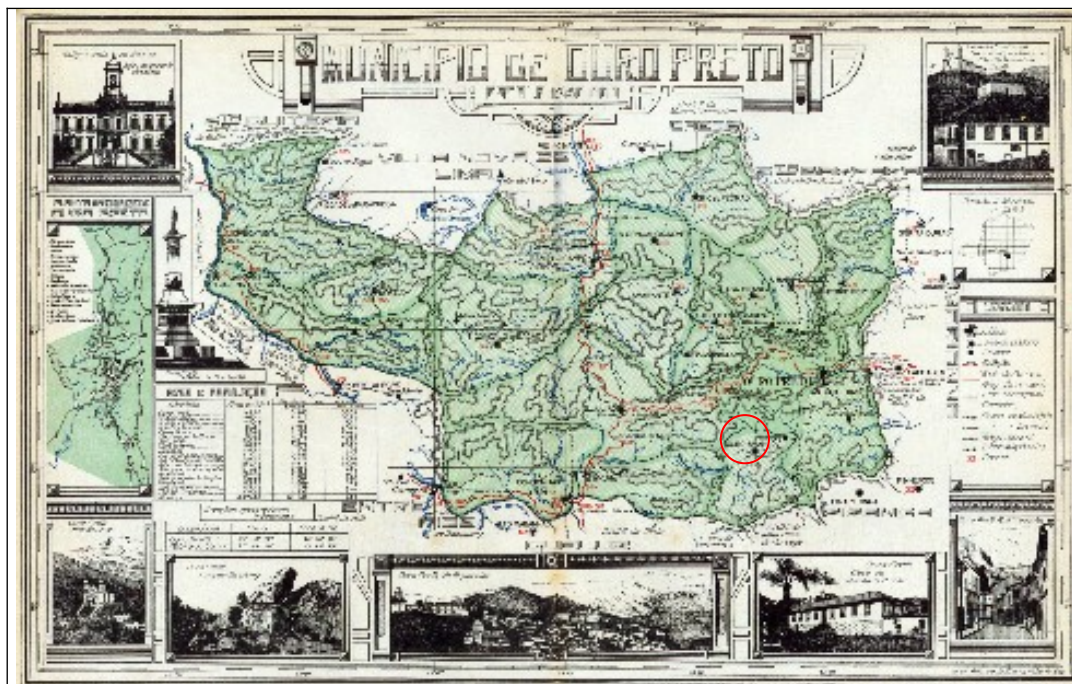
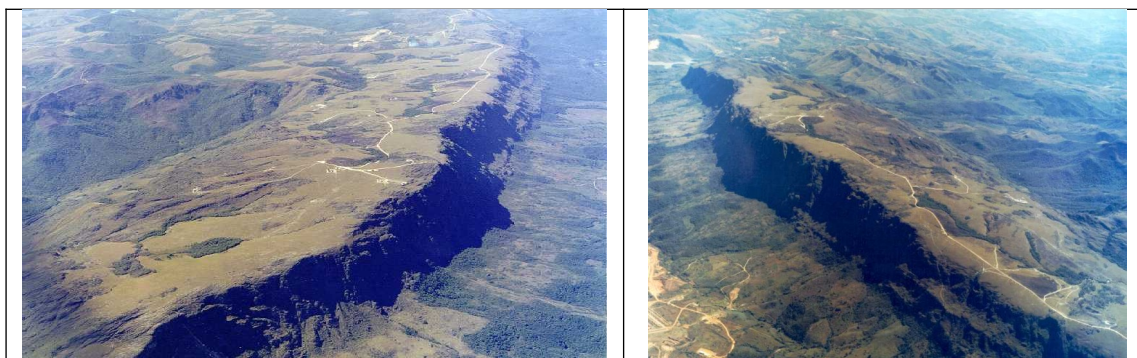


Figura 02 – Mapa do município de Ouro Preto, do qual Ouro Branco (assinalado de vermelho) foi distrito. Fonte: <http://www.albumchorographico1927.com.br>. Acesso fevereiro de 2013.



Figuras 03 e 04 – Serra do Ouro Branco, conjunto paisagístico tombado pelo IEPHA. Fonte: <http://www.ourobranco.com/mmc0814.htm>. Acesso em outubro/2012.

4- ANÁLISE TÉCNICA

⁴ <http://www.ibge.gov.br/cidadesat>. Acesso fevereiro de 2013.

Promotoria Estadual de Defesa do Patrimônio Cultural e Turístico

A poluição visual é um problema constante na atualidade. Entende-se como poluição visual em áreas urbanas a proliferação indiscriminada de “outdoors”, cartazes, formas diversas de propaganda, toldos, letreiros e placas de lojas e outros fatores que causem prejuízos estéticos à paisagem urbana local.

O suceder de placas, painéis, cartazes, toldos, cavaletes, faixas, banners, totens, back-lights, front-lights, além de causar agressões visuais e físicas aos "espectadores", retiram a possibilidade dos referenciais arquitetônicos da paisagem urbana, transgridem regras básicas de segurança, aniquilam as feições dos prédios obstruindo aberturas de insolação e ventilação, deixam a população sem referencial de espaço, estética, paisagem e harmonia, dificultando a absorção das informações úteis e necessárias para o deslocamento.

A falta de padronização de placas, letreiros, toldos, etc, está presente nas áreas comerciais de todo núcleo histórico, mas concentra-se principalmente no entorno da Praça Santa Cruz. A poluição visual causa grande prejuízo à estética do conjunto, interferindo negativamente na ambiência e obstruindo a visualização das fachadas de imóveis de valor cultural, alguns deles inventariados pelo município.

É comum encontrar, numa mesma edificação, vários modelos de letreiros, com “lay out” e materiais diferentes, além de tonalidades distintas na pintura das fachadas. Além disso, há estabelecimentos comerciais que utilizam placas em grandes dimensões, obstruindo a visibilidade das fachadas. Também foi verificada a presença de banners, faixas, inscrições nas vitrines e outras formas de propaganda. Verifica-se também a presença de placas em várias alturas de uma mesma edificação. Algumas lojas também expõem suas mercadorias nas calçadas, prejudicando o trânsito de pedestres.



Figura 05 – Toldos de diferentes modelos e tonalidades



Figura 06 – uso da calçada.

Promotoria Estadual de Defesa do Patrimônio Cultural e Turístico



Figura 07 e 08 – Engenhos de grandes dimensões, obstruindo a visibilidade das fachadas.



Figura 09 – Pintura com tonalidades distintas e modelos de engenho diferentes em uma mesma edificação.



Figura 10 – Presença de engenho paralelo de grandes dimensões, toldo e engenho perpendicular em um mesmo estabelecimento comercial.



Figura 11 – engenhos em diferentes alturas em uma mesma edificação.

Promotoria Estadual de Defesa do Patrimônio Cultural e Turístico



Figuras 12, 13 e 14 – Toldos, letreiros e pintura em tons diferenciados em imóveis inventariados.

Em análise à legislação municipal, verifica-se que em vários estabelecimentos comerciais há descumprimento do Código de Posturas Municipal.

5- FUNDAMENTAÇÃO

Numa cidade possuidora de edificações históricas, o turismo cultural pode contribuir com o aumento das atividades comerciais. Neste caso, a adequação no tratamento de fachadas do casario e a conservação dos elementos arquitetônicos são fundamentais.

Há uma constante disputa de espaços publicitários que acabam se tornando agressivos ao conjunto urbano, descaracterizando-o e criando um caos visual que interfere sobre a leitura dos imóveis e da composição do conjunto de fachadas em relação à rua.

A orientação para a colocação dos elementos de propaganda se faz necessária tendo-se em vista não só cada imóvel individualmente, mas também a visão do conjunto

Promotoria Estadual de Defesa do Patrimônio Cultural e Turístico

urbano, no sentido de haver uma maior integração à decoração e arquitetura das fachadas, com uma interferência mínima destes elementos.

O Código de Posturas do município de Ouro Branco foi aprovado através da Lei nº 1802/2010 e regulamentado através do Decreto nº 6292/2010.

Transcrevemos alguns trechos da Lei nº 1802/2010:

Art. 23. Nenhum estabelecimento comercial, industrial, de prestação de serviço ou de entidade associativa de qualquer natureza poderá funcionar ou promover publicidade ou propaganda sem prévia licença da Prefeitura e emissão do respectivo Alvará de Licença.

Art. 37. Excetuando-se a hipótese de existir licenciamento prévio regulado por legislação específica ou autorização prévia e expressa do órgão competente da Prefeitura, nos logradouros públicos é proibido:

V - depositar materiais de qualquer natureza ou preparar argamassa sobre passeios ou pistas de rolamento;

VIII - embaraçar ou impedir, por qualquer meio, o livre trânsito de pedestres ou de veículos;

XII - colocar mesas, cadeiras, bancas ou quaisquer outros objetos ou mercadorias sobre o passeio público, qualquer que seja a finalidade, exceto quando se tratar de passeio com largura mínima de 3,00 m (três metros), desde que seja preservada uma faixa de, no mínimo, 1,50 m (um metro e cinquenta centímetros) para o livre trânsito de pedestres;

XIII - colocar marquises ou toldos sobre passeios, qualquer que seja o material empregado;

XIV - vender ou expor mercadorias, bens ou serviços;

Art. 238. A exploração ou utilização dos meios de publicidade e propaganda nos

logradouros públicos ou em qualquer lugar de acesso ou visibilidade ao público no território do Município de Ouro Branco obedecerá ao disposto neste Código.

§ 1º O disposto no caput abrange a publicidade e a propaganda referentes a marca, nome fantasia e produtos e serviços de estabelecimentos comerciais, industriais, prestadores de serviços, inclusive escritórios, consultórios, casas e locais de diversão pública e eventos.

§ 2º Independente de denominação, para os efeitos deste Código serão considerados meios de publicidade e propaganda:

a) os anúncios, letreiros, painéis, tabuletas, emblemas, placas, avisos e congêneres, independente de suas naturezas e finalidades;

Promotoria Estadual de Defesa do Patrimônio Cultural e Turístico

b) quaisquer engenhos e elementos suspensos, instalados nos locais autorizados;

c) os anúncios pintados ou afixados em paredes, muros, tapumes ou veículos;

(...)

Art. 239. Toda e qualquer exploração ou utilização dos meios de publicidade e propaganda tratada no artigo anterior, independente da incidência ou não da respectiva taxa de licença, depende de licença prévia da Prefeitura Municipal de Ouro Branco.

Art. 247. Fica proibida a colocação ou exibição de anúncios, independente de sua finalidade, formas ou composições:

I - em postes e colunas situados em logradouros públicos;

II - em qualquer parte de edifícios públicos ou não, não tombados pelo patrimônio artístico, cultural ou histórico, exceto luminosos, quando em nível superior ao do teto do primeiro pavimento;

III - em edificações tombadas pelo patrimônio artístico, cultural ou histórico;

XII - com saliência para a via pública, exceto os luminosos, desde que a saliência, limitada a dois metros, não avancem além do meio-fio e tenham seu ponto mais baixo situado a mais de quatro metros do nível do passeio;

XIII - quando em toldos, avancem além do meio-fio ou tenham seu ponto mais baixo situado a menos de quatro metros do nível do passeio;

1º A critério da Fiscalização Municipal, mediante laudo próprio ou resultante de ação conjunta com outros órgãos consultivos, municipais, estaduais ou federais, não será permitida a exploração de publicidade ou propaganda quando:

(...)

II - prejudique o conjunto arquitetônico do prédio onde se localize, ou dos que estejam à sua volta;

Verifica-se que, apesar desta normatização, na prática a poluição visual está presente em vários locais do centro de Ouro Branco.

Segundo José Afonso da Silva:

A paisagem urbana é, assim, a roupagem com que as cidades se apresentam a seus habitantes e visitantes. Uma cidade não é um ambiente de negócios, um simples mercado onde até sua paisagem é objeto de interesse econômicos lucrativos; mas é, sobretudo, um

Promotoria Estadual de Defesa do Patrimônio Cultural e Turístico

*ambiente de vida humana, no qual se projetam valores espirituais perenes, que revelam às gerações provindouras a sua memória”.*⁵

De acordo com Hely Lopes Meirelles:

*A estética urbana tem constituído perene preocupação dos povos civilizados e se acha integrada nos objetivos do moderno urbanismo, que não visa apenas às obras utilitárias, mas cuida também dos aspectos artísticos, panorâmicos, paisagísticos, monumentais e históricos, de interesse cultural, recreativo e turístico da comunidade. Na realidade, nada compromete mais a boa aparência de uma cidade que o mau gosto e impropriedade de certos anúncios em dimensões avantajadas e cores gritantes, que tiram a vista de belos sítios urbanos e entram em conflito estético como ambiente que os rodeia.*⁶

Ainda segundo o Mestre:

*A publicidade urbana, abrangendo os anúncios de qualquer espécie e forma exposto ao público, deve ficar sujeita à regulamentação e polícia administrativa do Município, por ser assunto de seu interesse local e conter sempre a possibilidade de causar danos ao patrimônio público e à estética da cidade”.*⁷

Segundo a recomendação relativa à salvaguarda dos conjuntos históricos e sua função na vida contemporânea, resultante da 19ª Sessão UNESCO - Organização das Nações Unidas para a Educação, a Ciência e a Cultura, realizada em Nairóbi em de 26 de novembro de 1976:

Os conjuntos históricos ou tradicionais e sua ambiência deveriam ser protegidos contra a desfiguração resultante da instalação de suportes, cabos elétricos ou telefônicos, antenas de televisão ou painéis publicitários de grande escala. Se já existirem, deverão ser adotadas medidas adequadas para suprimi-los. Os cartazes, a publicidade luminosa ou não, os letreiros comerciais, a sinalização das ruas, o mobiliário urbano e o revestimento do solo deveriam ser estudados e controlados com o maior cuidado, para que se integrem harmoniosamente ao conjunto. Deveria ser feito um esforço especial para evitar qualquer forma de vandalismo.

6 – CONCLUSÕES E SUGESTÕES

⁵ SILVA, José Afonso da. *Direito Urbanístico Brasileiro*. 4. Ed. São Paulo: Malheiros, 2006.

⁶ MEIRELLES, Hely Lopes. *Direito de Construir*. 9. Ed. São Paulo: Malheiros, 2005.

⁷ MEIRELLES, Hely Lopes. *Direito Municipal Brasileiro*. 13 ed. São Paulo: Malheiros, 2003

Promotoria Estadual de Defesa do Patrimônio Cultural e Turístico

O núcleo histórico da cidade coincide com a área comercial mais dinâmica, portanto o município de Ouro Branco já passou por alterações na sua paisagem urbana tradicional. Devemos considerar que a cidade, como um organismo vivo, é capaz de adaptar-se aos tempos. As adaptações serão mais organizadas e dentro do perfil da cidade, quanto maior for a preocupação com o seu planejamento. É preciso que os poderes públicos estejam sempre um passo à frente, evitando-se que o caos urbano se perpetue. Por isto **a importância da normatização e da fiscalização.**

As orientações constantes no Código de Posturas municipal, além de não estarem sendo respeitadas, são insuficientes no que diz respeito à manutenção da paisagem urbana, sendo necessária uma melhor e mais completa orientação sobre a utilização de toldos, placas e letreiros no núcleo histórico de Ouro Branco.

O Conselho Municipal de Proteção ao Patrimônio Cultural pode e deve atuar nesse sentido, traçando diretrizes gerais sobre instalação de engenhos publicitários e toldos na cidade. O que se verifica em Ouro Branco é **inexistência destas orientações** e o **descumprimento do Código de Posturas** que resultam no recobrimento da fachada dos edifícios por meio de toldos e anúncios publicitários e a colocação de anúncios cada vez maiores e em grande quantidade mascarando a identidade dos espaços da cidade, tornando-os todos semelhantes, dificultando a orientação do cidadão e escondendo seus marcos referenciais, passando os anúncios a ocupar o lugar destes marcos de referência.

Percebe-se a falha dos órgãos públicos municipais responsáveis em seu papel regulamentador e fiscalizador da publicidade.

Portanto, sugere-se:

- **Normatização, com a maior urgência, da ordenação dos anúncios publicitários e toldos na cidade, em cumprimento ao Decreto Lei 25/37 e leis municipais buscando uniformizar os critérios para instalações de letreiros, placas e toldos no núcleo histórico.** Os engenhos publicitários e toldos dos estabelecimentos comerciais devem estar em harmonia com a arquitetura presente no local, sem obstruir os elementos arquitetônicos característicos das edificações.
- Sugere-se como **diretrizes**:
 1. Vedação de instalação de qualquer tipo de engenho de publicidade que obstrua parcial ou totalmente os elementos arquitetônicos ou decorativos característicos das edificações.
 2. Vedação de publicidade que obstrua porta, janela ou qualquer abertura destinada à iluminação ou ventilação.
 3. Somente deverá ser permitida instalação de engenho publicitário no pavimento térreo,
 4. Somente deverá ser permitido um engenho publicitário por estabelecimento comercial.

Promotoria Estadual de Defesa do Patrimônio Cultural e Turístico

5. Os engenhos de publicidade podem ser paralelos ou perpendiculares à fachada devendo obedecer às dimensões máximas e materiais a serem definidos pelo Conselho Municipal de Patrimônio Cultural⁸, respeitando uma altura livre de no mínimo 2.50 m, medido do nível do passeio público, contado da face inferior do engenho; espessura máxima de 0.20 m, com afastamento da parede em 0.15m.
6. Em obediência ao Código de posturas municipal, a instalação de toldos sobre logradouros públicos não deverá ser permitida. Em casos excepcionais, onde for comprovada a necessidade da instalação dos mesmos, os toldos deverão ser permitidos somente no pavimento térreo, desde que sejam recolhíveis, não metálicos, devendo ficar afixados acima das bandeiras das portas. Não deverá ser permitida a instalação de toldos que encubram parcialmente os vãos das vitrines, portas e janelas ou as partes superiores das mesmas, como as bandeiras. As larguras devem ser adequadas à dimensão das calçadas, respeitando uma altura livre de 2,50 m em relação à calçada. Devem ser confeccionados em uma única cor, preferencialmente na cor da fachada, sendo permitida a inscrição do nome do estabelecimento apenas na borda do toldo.
7. Sobre totens ou estruturas tubulares, os mesmos deverão estar contidos dentro do lote e sua projeção horizontal não deve atingir, total ou parcialmente, o logradouro público; não poderão ter mais do que 2,00 metros de altura, incluindo a base de sua estrutura e a área total do engenho publicitário; deverão possuir no máximo 50 centímetros de largura e espessura de 20 centímetros. Caso se opte pela colocação do totem ou estrutura tubular, a empresa não poderá colocar na fachada nenhum outro engenho publicitário.
8. **Sugere-se como perímetro para aplicação destas diretrizes as vias constantes da ZIH – Zona de Interesse Histórico.**
9. **Para instalação de placas, toldos e letreiros em imóveis inventariados e no entorno de bens tombados deverá haver prévia autorização do Conselho Municipal de Patrimônio Cultural.**
 - Adoção como requisito para a concessão e renovação dos alvarás de funcionamento que o estabelecimento esteja cumprindo as exigências dos órgãos de proteção em relação à publicidade e aos toldos.
 - Divulgação das normas estabelecidas entre os comerciantes, seja através da associação comercial local, correspondência, ou outras formas de

⁸ Sugestão para dimensões de engenhos paralelos à fachada: largura máxima de 1/3 da largura da fachada e 40 cm de altura. Sugestão para engenhos perpendiculares à fachada: 0.80 x 0.50 m, tanto para a vertical, quanto para a horizontal, devendo ser priorizada a colocação com a altura maior (vertical).

Promotoria Estadual de Defesa do Patrimônio Cultural e Turístico

publicidade. É importante que os proprietários dos estabelecimentos comerciais tenham conhecimento da normatização, para que possam cumpri-la.

- Adequação daqueles estabelecimentos comerciais que se encontram fora dos padrões exigidos, concedendo prazo para regularização. Caso haja descumprimento do prazo, deverão ser aplicadas multas.
- Fiscalização efetiva do cumprimento da normatização.
- Para os imóveis que abrigam mais de um estabelecimento comercial, recomenda-se que não seja permitida a pintura da fachada em tons distintos para não se perder a unidade da edificação. A identificação do estabelecimento comercial deverá ser feita com o uso dos engenhos publicitários dentro das normas sugeridas.

7- ENCERRAMENTO

São essas as considerações do Setor Técnico desta Promotoria, que se coloca à disposição para o que mais se fizer necessário.

Segue este laudo em 12 folhas, todas numeradas, sendo a última datada e assinada.

Belo Horizonte, 08 de março de 2013.

Neise Mendes Duarte
Analista do Ministério Público – Historiadora – MAMP 5011

Andréa Lanna Mendes Novais
Analista do Ministério Público – MAMP 3951
Arquiteta Urbanista – CAU 53880-9