AUTOR: MARCELA MARIA GUIMARÃES GODOY

TÍTULO: SUBSÍDIOS PARA COMPREENSÃO DA SITUAÇÃO ATUAL DA ÁREA COMERCIAL DO BAIRRO SAVASSI (1985- 2000) ASSISTIDA PELO GEOPROCESSAMENTO

Monografia apresentada ao Curso de Especialização em Geoprocessamento da Universidade Federal de Minas Gerais para a obtenção do título de Especialista em Geoprocessamento

Orientador:

ANA CLARA MOURÃO MOURA

FEVEREIRO / 2001

GODOY, Marcela Maria Guimarães.
Subsídios para Compreensão da Situação Atual da Área Comercial do Bairro Savassi (1985 – 2000) Assistida pelo Geoprocessamento.
Belo Horizonte, 2001.
n. p 49.

Monografia (Especialização) – Universidade Federal de Minas Gerais.
Departamento de Cartografia.

1. Planejamento Comercial 2. Planejamento Urbano 3. Revitalização Urbana. 4. Geoprocessamento
Universidade Federal de Minas Gerais. Instituto de Geociências. Departamento de Cartografia

AGRADECIMENTOS

A realização deste trabalho não seria completa sem o apoio de meus amigos, colegas de trabalho e familiares.

Gostaria de agradecer em especial ao André, pelo apoio na coleta de dados em campo, bem como na digitação e modelagem do Banco de Dados, que proporcionou a análise dos resultados deste trabalho, ao Ângelo, pela paciência e disponibilidade de Dados Cadastrais e Cartográficos, através da Prodabel, às minhas sócias Beth e Juliana por compreender as minhas ausências no nosso escritório, a minha orientadora, Ana Clara, pelos sábados e noites de discussão sobre este trabalho, a Dra. Beatriz pela orientação e incentivo para a conclusão desta monografia e ao Fernando Sasso e Luciana, pelo apoio técnico a mesma.

RESUMO

A Região da Savassi representa uma importante área comercial para a cidade de Belo Horizonte. Tendo em vista este aspecto, faz-se necessário, a elaboração de um estudo para a compreensão do estágio atual de desempenho desta área.

Foi estabelecido um período de análise de 15 anos compreendendo as décadas de 80 e 90.

Para avaliação das características encontradas na década de 80, foram utilizados mapeamentos da época, fornecidos pela PRODABEL, bem como parâmetros das Leis de Uso e Ocupação do Solo de 1976 e 1986.

Para avaliação das características atuais foram utilizados parâmetros da Lei de Uso e Ocupação do Solo de 1996, bem como um levantamento em campo, abrangendo um universo de 661 estabelecimentos comerciais e de serviços.

Através deste minucioso estudo, utilizando como instrumento análise o desenvolvimento de aplicações de geoprocessamento, verificou-se aspectos preocupantes, tais como um grande número de estabelecimentos fechados e um alto índice de poluição visual nos estabelecimentos instalados na região.

Faz-se necessário propor uma medida de intervenção, através de um Plano Diretor Regional, para revitalização da região e recuperação dos seus aspectos de atratibilidade, tendo como embasamento o uso das ferramentas de geoprocessamento.

SUMÁRIO

AGRADECIMENTOS iii

RESUMO iv

SUMÁRIO v

LISTA DE FIGURAS vi

1. INTRODUÇÃO 1

1.1. A CIDADE DE BELO HORIZONTE 1

1.2. O CONCEITO DE IMAGEM 5

1.3. CONTEXTUALIZAÇÃO DA REGIÃO CENTRO-SUL 6

1.4. O BAIRRO SAVASSI 7

1.5. DELIMITAÇÃO DO BAIRRO SAVASSI 12

2. OBJETIVOS 13

3. PROCEDIMENTOS METODOLÓGICOS 14

3.1. 1ª ETAPA – CONCEPÇÃO DO PROJETO DE PESQUSA 14

3.2. 2ª ETAPA – PLANEJAMENTO/PREPARAÇÃO PARA A EXECUÇÃO DA PESQUISA (AMOSTRAGEM E COLETA) 15

3.3. 3ª ETAPA – TABULAÇÃO, ANÁLISE E CONFECÇÃO DE TABELAS E GRÁFICOS 20

3.4. 4ª ETAPA – GEOREFERENCIAMENTO DOS DADOS 24

3.4.1. ESTRUTURA DO PROJETO 24

4. RESULTADOS ALCANÇADOS 29

4.1. ANÁLISE DAS LEIS DE USO E OCUPAÇÃO DE SOLO 29

4.1.2 LEI DE USO E OCUPAÇÃO DO SOLO DE 1976 E 1985 29

4.1.3 LEI DE USO E OCUPAÇÃO DO SOLO DE 1996 35

4.2.DESENVOLVIMENTO DOS SEGMENTOS DO COMÉRCIO E SERVIÇOS DE 1986 A 2000 39

4.3. A SITUAÇÃO ATUAL DOS SEGMENTOS DO COMÉRCIO E SERVIÇOS 55

5. CONCLUSÃO 68

6. REFERÊNCIA BIBIOGRÁFICA 70

LISTA DE FIGURAS

Figura 01- Inauguração da cidade de Belo Horizonte **1**

Figura 02 – Mapa da cidade de Belo Horizonte – 1942 **3**

Figura 03 – Mapa da cidade de Belo Horizonte – 1972 **3**

Figura 04 – Foto do Interior da Padaria Savassi **7**

Figura 05 – Delimitação Oficial do Bairro da Savassi **12**

Figura 06 – Delimitação da Área Geográfica pesquisada **14**

Figura 07 – Modelo de questionário aplicado em pesquisa de campo **16**

Figura 08 – Modelo de questionários preenchidos aplicados em pesquisa de campo **19**

Figura 09 – Organograma simplificado do Banco de Dados **23**

Figura 10 – Mapa Savassi.arq da Categoria Arquitetura **25**

Figura 11 – Mapa Savassi.urb da Categoria Urbanismo **26**

Figura 12 – Mapa Savassi.via da Categoria Sistema Viário **27**

Figura 13 – Fluxograma de elaboração de um Plano Diretor Regional **47**

Tabela 01 – Descrição dos campos da Tabela ARQ_1986 **20**

Tabela 02 – Descrição dos campos da Tabela TAB_GERAL_ARQ **21**

Tabela 03 – Descrição dos campos da Tabela TAB_CORES **21**

Tabela 04 – Descrição dos campos da Tabela TAB_REVEST **22**

Tabela 05 – Descrição dos campos da Tabela TAB_POLUICAO **22**

Tabela 06 - Descrição dos campos da Tabela TAB_GERAL_URB **23**

Tabela 07 – Anexo III da Lei de Uso e ocupação do Solo de 1976 **31**

Tabela 08 – Anexo IV da Lei de Uso e ocupação do Solo de 1996 **35**

Tabela 09 – Caracterização dos Usos na Região da Savassi em 1986 e 2000 **36**

Tabela 10 – Caracterização dos Segmentos do Comércio e Serviços em 2000 **38**

Tabela 11 – Caracterização dos Estabelecimentos Comerciais e de Serviços Fechados na Região **40**

Tabela 12 – Estabelecimentos Comerciais e de serviços que apresentam poluição na fachada **42**

Tabela 13 – Caracterização dos Tipos de Poluição na fachada dos estabelecimentos comerciais e de serviços **43**

Tabela 14 – Caracterização dos Ramos de Atividades que possuem poluição de fachada do tipo “excesso de informações” **44**

Gráfico 01 – Caracterização dos Usos - 1986 **37**

Gráfico 02 – Caracterização dos Usos - 2000 **37**

Gráfico 03 – Descrição dos Segmentos do Comércio e Serviços **39**

Gráfico 04 – Caracterização dos Estabelecimentos Fechados **41**

Gráfico 05 – Caracterização dos Tipos de Poluição na fachada dos estabelecimentos comerciais **44**

Mapa 01 – Mapeamento da Lei de Uso e Ocupação do Solo - 1976

Mapa 02 – Mapeamento da Lei de Uso e Ocupação do Solo - 1986

Mapa 03 – Mapeamento da Lei de Uso e Ocupação do Solo - 1996

Mapa 04 – Caracterização dos Usos na Região da Savassi em 1986

Mapa 05 – Caracterização dos Usos na Região da Savassi em 2000

Mapa 06 – Identificação da Verticalização das Edificações na Região da Savassi em 1986

Mapa 07 – Espacialização dos Ramos de Atividades na Região da Savassi - Ramo Alimentício

Mapa 08 – Espacialização dos Ramos de Atividades na Região da Savassi - Ramo Objetos e Acessórios para casa

Mapa 09 – Espacialização dos Ramos de Atividades na Região da Savassi - Ramo Serviços, Objetos e Acessórios Pessoais

Mapa 10 – Espacialização dos Ramos de Atividades na Região da Savassi - Ramo Financeiro

Mapa 11 – Espacialização dos Ramos de Atividades na Região da Savassi - Ramo Atividades Ligadas à Imprensa

Mapa 12 – Espacialização dos Ramos de Atividades na Região da Savassi - Ramo Serviços, Produtos e Acessórios para a Beleza

Mapa 13 – Espacialização dos Ramos de Atividades na Região da Savassi - Ramo Elétrico e Eletrônicos

Mapa 14 – Espacialização dos Ramos de Atividades na Região da Savassi - Ramo Serviços, Produtos e Acessórios para veículos

Mapa 15 – Espacialização dos Ramos de Atividades na Região da Savassi - Ramo outros serviços

Mapa 16 – Espacialização dos estabelecimentos fechados na região da Savassi

Mapa 17 – Estabelecimentos com fachada poluída na região da Savassi

Mapa 18 – Caracterização dos Tipos de Poluição da Fachada dos estabelecimentos comerciais

Mapa 19 – Verificação da Atratibilidade das Placas dos estabelecimentos comerciais

Mapa 20 - Verificação da Visibilidade das Placas dos estabelecimentos comerciais

Mapa 21 – Espacialização das áreas degradas na região da Savassi

1. INTRODUÇÃO

> "*A cidade, mais do que simples obra/ conjunto arquitetônico, constitui-se como um conjunto múltiplo de ação coletiva, elaborada em muitas dimensões, plena de significados, construtora de identidades e significações. A cidade como uma megaorganização - real e virtual, concreta e simbólica - passa a ser sujeito de intervenções planejadas*"(FISCHER 1996:14).

A cidade tem como principal objetivo, ao ser concebida e planejada, ser atrativa para o público que considera adequado à estratégia que desenvolve. Para tanto, é necessário compreender o processo de decisão existente que baliza uma escolha, seja pelo turismo, pelo comércio ou serviços oferecidos pela mesma.

A escolha da cidade, como local a ser analisado, fundamenta-se, principalmente, na existência de diversos aspectos que apontam para o aumento da sua importância como agente promotor de desenvolvimento local e na necessidade de compreensão do processo de planejamento e revitalização urbana.

1.1. A CIDADE DE BELO HORIZONTE

A inauguração da cidade de Belo Horizonte, em 1897, foi consequência da necessidade de uma capital de estado que equilibrasse as suas regiões e amenizasse os desníveis econômicos existentes na época, bem como uma representação do surgimento de uma nova era, uma vez que, com a Proclamação da República, a cidade de Ouro Preto passa a ser a simbologia da dominação colonial e do poder monárquico.

Figura 01–Inauguração da Cidade de Belo Horizonte–Fonte:www. adhoc.com.br/comunidade.html

Planejada de acordo com a corrente Positivista, a cidade *". . .expressa a ideologia da ordem e do progresso em sua configuração urbana, em suas linhas e esquinas retas"* (MONTE-MOR, 1994:14). O seu projeto original propunha espaços de primeira categoria, com zonas urbanas compostas por um meticuloso traçado ortogonal de ruas, cuja nomenclatura seguia uma lógica, bem como avenidas amplas e arborizadas, planejadas paar serem ocupadas imediatamente e de segunda categoria, com zonas suburbanas (separadas das zonas urbanas pela avenida do Contorno) e zonas rurais (destinadas a se constituir como o cinturão verde da cidade), tendo padrões mais flexíveis de urbanização e servindo como futuras áreas de expansão da cidade. Pretendia-se, assim, implantá-la a partir do centro em direção à periferia.

> *"Às ruas fiz dar a largura de 20 metros, necessária para a conveniente arborização, a livre circulação dos carris e os trabalhos da colocação e reparações das canalizações subterrâneas. Às avenidas fixei a largura de 35m, suficiente para dar-Ihes a beleza e conforto que deverão, de futuro, proporcionar à população" (AARÃO REIS, 1895:32)*

Mas, contrariando as expectativas dos seus construtores, a cidade cresceu no sentido oposto, uma vez que a classe trabalhadora, excluída do espaço central, é quem de fato determinou a sua formação. O processo de formação suburbana e rural se deu de forma muito mais intensa. O centro permaneceu excessivamente vazio, do ponto de vista residencial. A zona rural transformou-se em uma extensão da zona urbana, deixando de cumprir o seu papel original. Como um traço marcante da zona urbana da cidade, os bondes, além de se constituírem em um meio de circular pela cidade, demarcaram o espaço símbolo da centralidade de Belo Horizonte.

Em 1930, em decorrência da política pública industrializante que complementava o projeto de modernidade do Estado, uma nova área industrial lhe é adicionada a Cidade Industrial de Contagem.

A construção de Brasília e o direcionamento do desenvolvimento para o centro-oeste do país colocaram Minas em uma posição privilegiada.

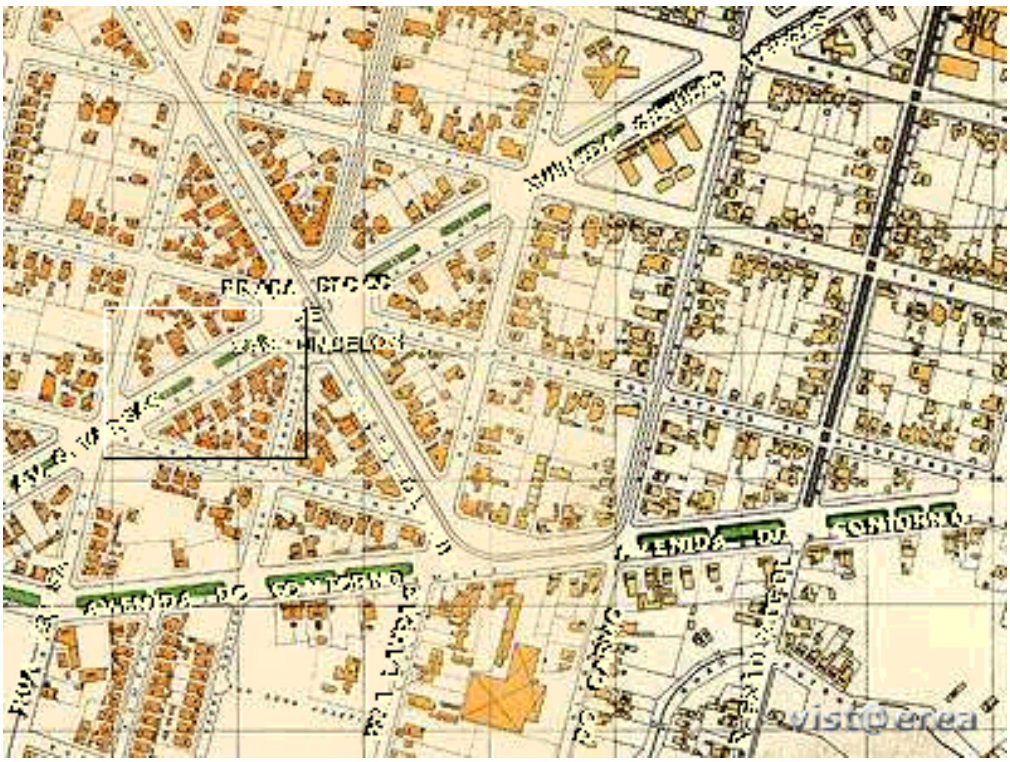


Figura 02 – Mapa da Cidade de Belo Horizonte – 1942 – Bairro Funcionários (Atual Bairro da Savassi).
Fonte: www.vistaaerea.com.br

Em 1970, Belo Horizonte pode ser considerada centro regional, mas foi, ainda, incapaz de polarizar algumas de suas regiões. Consolidou-se como metrópole periférica.

A partir de meados da década de 70, a perspectiva populista por parte dos seus governantes estimulou a venda de lotes, cuja infra-estrutura, quando existente, não atendia de forma alguma os níveis mínimos de saneamento aceitáveis em projetos urbanos.

Figura 03 – Mapa da Praça Diogo de Vasconcelos – 1972 – Bairro Funcionários (Atual Bairro da Savassi).
Pode-se observar que não havia o “Pirulito” da Savassi. Fonte: www.vistaaerea.com.br

A cidade chega aos dias atuais com mais de 2 milhões de habitantes, apresentando os problemas característicos das grandes cidades. Apesar de ostentar o rótulo de "ser a primeira cidade planejada do Brasil", Belo Horizonte não se diferencia das outras grandes cidades no sentido de conseguir responder de forma adequada aos seus problemas.

Podemos analisar os processos evolutivos e suas consequências, para a cidade de Belo horizontem, através de dois trechos, de diferentes épocas:

> *"Criou-se, como por milagre, no meio de um rude sertão, uma bela cidade moderna, com avenidas imensas, com palácios formosos, com admiráveis parques! Pelas ruas largas e arborizadas, rolam bondes elétricos; lâmpadas elétricas fulguram entre os prédios elegantes e higiênicos; motores elétricos põem em ação, nas fábricas, as grandes máquinas cujo ron-ron contínuo entoa os hinos do trabalho e da paz" (Olavo Bilac, 1903).*

> *"A cidade mudou, verticalizou, expandiu e criou um negócio que é perigoso: a exemplo de outras grandes cidades, criou uma periferia inteiramente desassistida, onde começam a acontecer atas de violência terríveis (Jornalista).*

Uma das regiões de características mais marcantes da cidade de Belo Horizonte é a Centro-Sul, pois, conforme analisado acima, ela era alvo de ocupação inicial e acabou cedendo lugar para a periferia, mudando, por completo a sua imagem proposta inicialmente.

Como parte da Região Centro-Sul, temos o bairro, definido atualmente, como Savassi, o qual iremos desenvolver um estudo, do ponto de vista econômico, para compreensão da situação atual do comércio, baseado nas mudanças observadas nos últimto 15 anos, com o objetivo de propor alguma medidas para revitalização urbana e resgate da imagem do Bairro quando da época da “Padaria Savassi”, conforme observaremos no item 1.4, pág. 07.

1.2. CONCEITO DE IMAGEM

A imagem é um fator de extrema importância para a atração de públicos, seja a de organizações e empresas ou, até mesmo, da própria cidade.

Uma imagem positiva, pode aumentar a atratibilidade da organização, tendo como consequência o aumento da habilidade de competição por consumidores, do ponto de vista comercial. Pode-se agregar ao conceito de “imagem positiva" habilidade de gerar benefícios tais como: influenciar volume de vendas, atrair acionistas e empregados, auxiliar no relacionamento das empresas com a comunidade em geral e com o governo e promover e vender a instituição tal como um produto.

Dessa forma, diante da globalização dos mercados e do acirramento da competitividade, preocupar-se e investir em imagem torna-se importante, pois ela é o único valor de uma empresa que é capaz de decidir situações de empate e de contornar ou superar pequenas desvantagens.

A imagem é criada a partir da percepção de alguém, ou seja, junto com a informação os conhecimentos, crenças, sentimentos e sensações de um indivíduo. Isso possibilita uma interpretação e apreensão da mensagem como um processo de apropriação de significados, de reconstrução simbólica e de interpretação. A realidade considerada como compreendida seria a imagem

A imagem corporativa, categoria mais ampla e abrangente de imagem, é o conceito a partir do qual neste trabalho, busca-se analisar a região da Savassi em seus diversos aspectos. Podendo ser compreendido como o conjunto de impressões que se tem sobre a organização, quando transposto para a realidade de um local, esse conceito passa a se referir ao conjunto de impressões sobre o lugar, ou seja, a imagem constituída por seus diversos públicos: moradores, investidores e consumidores.

1.3. CONTEXTUALIZAÇÃO DA REGIÃO CENTRO-SUL

A Região Centro-Sul, apesar de grandes dificuldades internas, apresenta características bem marcantes, diferenciadoras do restante da cidade, tais como verticalidade, concentração de atividade econômica regional e alto padrão de ocupação.

Esta região apresenta alta densidade demográfica e habitacional, bem como os mais elevados “preços de terra”.

A região pode ser subdividida em três sub-regiões de acordo com o Plano Diretor de Belo Horizonte de 1996, conforme descrito abaixo.

- 1ª Sub-região

A primeira sub-região abrange os bairros Barro Preto, parte de Santa Efigênia (Área Hospitalar) e Centro, sendo caracterizada por apresentar um decréscimo populacional, pois se verificou a substituição das residências por comércio e serviços, conseqüência dos parâmetros impostos pela lei de Uso e Ocupação do Solo de 1985, que tinha como objetivos, para esta sub-região, a intensificação das atividades econômicas.

- 2ª Sub-região

A segunda sub-região abrange os bairros internos à Av. do Contorno, onde está inserido o Bairro da Savassi, nosso objeto de estudo.

- 3ª Sub-região

A terceira sub-região abrange os bairros estantes da região, além dos limites da Av. do Contorno, com o uso predominantemente residencial e atividades de comércio e serviço nos corredores.

1.4. O BAIRRO SAVASSI

> *“Há 60 anos era inaugurada uma padaria que acabou batizando a praça, o bairro e um estilo de vida”.*

Quando a praça 13 de maio (atual Diogo de Vasconcelos ou Praça da Savassi) foi inaugurada, nos primeiros anos da nova capital mineira, não se poderia prever, que a região se transformaria em um dos pontos mais balados de Belo Horizonte.

No ano de 1940, o comerciante Arthur Savassi, proprietário de uma fábrica de laticínios na Rua Goiás, resolveu inaugurar uma padaria na Praça 13 de maio, que logo ficou bastante conhecida em virtude dos seus apetitosos produtos. O pão da “padaria Savassi” estava tão conhecido que, aos poucos, o entorno do estabelecimento começou a ser conhecido pelo nome da padaria.

Figura 04 – Foto do interior da Padaria Savassi, cujas mesas forma retiradas em 1946, para se tornar uma mercearia.

Na época, a padaria foi considerada uma das mais luxuosas casas de Belo Horizonte, cuja arquitetura abusava do uso de metal cromado e mesas de mármore carrara, onde era servido o costumeiro “chá das cinco”. O estabelecimento mantinha uma placa imponente com o seu nome e, ao longo do tempo, passou a ser ponto de referência para todos os bairros próximos.

Na Praça 13 de maio passava o bonde Pernambuco, que subia a rua Pernambuco, percorria a Praça, as Avenidas Cristóvão Colombo, Contorno, a Rua Grão Mogol e a Praça ABC. O abrigo da Praça, onde as pessoas esperavam o bonde, era o local de encontros, conversas e paqueras.

O bairro Funcionários, como era chamado na época antes de desmembrar a “parte” Savassi, era um local tranquilo e de pouco movimento, onde as famílias tradicionais possuíam residência.

A Avenida Paranaúna (atual Avenida Getúlio Vargas) era bastante arborizada e possuía canteiros bastante largos, pois o fluxo de carros na cidade era bastante escasso.

As casas da região geralmente eram grandes, podendo, algumas, serem referidas como pequenos palacetes, como era o caso da casa do Dr. José Maria Alkimim, que posteriormente foi vendida para a família “Longo”, para a construção do shopping 5ª Avenida.

O comércio existente na área restringia-se aos produtos de necessidade básica, onde podemos citar a padaria Savassi o Armazém Colombo, o Armarinho do Seu Nezinho e, mais tarde, a Farmácia Vidigal, que anteriormente chamava-se São Félix. No local onde atualmente situa-se a Casa do Whiskey, existia um apequena fábrica de fogões, podendo ressaltar que, naquela época, a Avenida Nossa Senhora do Carmo, era apenas uma rua bem estreita.

No quarteirão do Colégio Padre Machado existia uma Olaria, que fabricava tijolos. Por ali, passava um córrego (atual Rua Lavras), que era conhecido como Córrego do Jardim Zoológico.

Como caracterização do comércio local, não podemos deixar de citar a **Sorveteria São Domingos**, cujo proprietário era o Seu Domingos, **que surgiu na década de 30, permanecendo no mesmo local até os dias atuais. Pode-se afirmar que esta foi a primeira sorveteria a se instalar na cidade de Belo Horizonte.**

Nas décadas de 40, 50 e 60 não se falavam em boites e barzinhos, a diversão frequente das moças e rapazes era os clubes, como, por exemplo, o Minas Tênis Clube.

Na década de 60 a praça ganhou o pirulito, originalmente criado para ocupar a Praça Sete. A região já se firmava como área comercial.

O comércio, nesta época, continuava se restringindo aos gêneros alimentícios e de primeira necessidade. Havia, em maior número, o comércio caseiro, que funcionava no interior das casas, mas não me lojas abertas à rua. Havia uma feira livre na Avenida Getúlio Vargas, ás quartas-feiras, onde se podia comprar verduras, frutas, legumes, dentre outros. As boutiques e lojas de vestuários se concentravam ao longo da Rua Espírito Santo e na região central. Portanto, para comprar roupas e demais acessórios, os moradores do bairro Funcionários precisavam se deslocar até o centro.

No início da década de 60, surge ao lado da padaria uma grande banca de jornal, cujo nome, hoje, é **Agência Status**, de livros e revistas. Ela tornou-se também um **ponto de reunião de intelectuais, os quais encontravam ali, os melhores livros e revistas, inclusive estrangeiras**. Primeiro era só a banca e, mais tarde, devido ao seu sucesso, o proprietário pôde comprar a loja localizada em frente à banca, permanecendo assim com os dois estabelecimentos funcionando conjuntamente.

Surge então o **Cine Pathè,** Localizando-se na região mais nobre e valorizada da cidade, onde residiam as famílias mais tradicionais, provenientes de Ouro Preto, tornando-se um cinema de alta qualidade, exibindo bons filmes, transformando-se mais tarde em cinema de Arte, exibindo os "cult movies".

Em meados de 60, surge a primeira grande loja importante da região, na Praça da Savassi, a importadora CHEN. Ela surgiu na casa onde anteriormente morava a família de Tancredo Neves. **A importadora Chen foi a primeira grande importadora de Belo Horizonte.**

Nessa época, surgiu também o restaurante do Tuica Rabelo, na Praça da Savassi, do outro lado da Avenida Getúlio Vargas. Havia ainda os supermercados Big-Joy com uma loja na rua dos Inconfidentes, outra na Gonçalves Dias e outra na rua Antônio de Albuquerque, onde os moradores passaram a fazer suas compras.

Muitas pessoas vinham de outros lugares para comprar na importadora. Os turistas que vinham a Belo Horizonte queriam conhecer a Savassi, a padaria e todo o círculo social que se iniciava ali.

As antigas casas da Savassi começaram a ser vendidas e no lugar delas passaram a surgir lojas comerciais de diversos tipos e, grandes edifícios de salas, lojas ou apartamentos. A função comercial da Savassi se expandiu, mudando a paisagem do local e extinguindo a imagem de um bairro por muitos anos residencial.

Começaram a surgir na Savassi dezenas de lojas, escritórios e consultórios, nas salas dos prédios que ali vinham sendo edificados.

Nos anos 70 o tráfego se intensificou, transformando a praça num dos lugares mais movimentados da capital e o pirulito, depois de dezesseis anos, acabou voltando para seu local original.

Os anos 80 chegaram e a Savassi ganhou alguns quarteirões fechados, o que criava um ponto de parada de gente de todas as idades, que procuravam uma paquera ou uma sombra para descansar. O trânsito se tornou cada vez mais tumultuado, mas isso não impedia a badalação noturna da região.

Com o advento dos *shoppings* no início dos anos 80, houve uma atração das novas gerações, chegando a usar-se a expressão “Geração Shopping”. Além disso, com a má distribuição de renda e o consequente surgimento de assaltos, pivetes e menores de rua, tornou-se muito mais seguro e fácil parar tranquilamente num shopping center, com estacionamento grátis e fazer suas compras, sem a dificuldade do estacionamento proibido. Houve então, um certo declínio do comércio da Savassi, com muitas lojas fechadas e placas de: “Aluga-se”, em grande quantidade.

Já nos anos 90, a região ganhou o nome oficial de Savassi e uma área demarcada.

A Savassi continua construindo sua história, agora no final do século, com a mesma efervescência cultural e noturna de sempre. Não faltam restaurantes, bares, boates, lanchonetes e tudo mais que rimar com diversão. O comércio continua jovem e moderno bem como seus freqüentadores que são o símbolo da vida diurna e noturna da região.

Dentre as transformações sofridas pela região do bairro Funcionários até os dias de hoje, destacam-se as três mais significativas para a região. A primeira delas é a transformação de uma região do bairro e partes de outros bairros em Savassi, originário da Padaria Savassi. **A segunda se refere à transformação de uma região estrita e caracteristicamente residencial em uma área de comércio intenso e lançador de moda e estilo. Além de zona comercial, o bairro se transformou também em local de concentração de bares e boates, assim como de restaurantes, cafés, cursinhos e lanchonetes; portanto, de vida social intensa durante o dia e à noite**. Com isso, o barulho e o movimento se tornaram intenso. O movimento constante e o barulho "tomaram conta" da região que no começo era considerada calma. A terceira e importante transformação é o fator segurança, assunto tratado nos jornais da cidade, no jornal da Savassi e nos "bate-papos" informais.

De um bairro antigamente formado por casarões com grandes quintais onde cresciam jabuticabeiras, bananeiras e hortas domésticas, com jardins e canteiros cobertos de rosas, bogarés, violetas, manacás, madressilvas e de grades floreadas por jasmins, não resta quase nada. Resta apenas a memória de seus antigos moradores e frequentadores. Com a modernidade e a hostilidade de seus altos edifícios, esbarramos também em muralhas de medo que se impõe à porta de cada residência, edifício ou estabelecimento comercial.

1.5. DELIMITAÇÃO DO BAIRRO SAVASSI

O projeto de Lei, de autoria do vereador José Lincoln Magalhães, oficializa como "Região da Savassi" a seguinte área: Começa na Praça Tiradentes, na confluência da Av. Brasil com Av. Afonso Pena. Segue a Av. Brasil até a Praça da Liberdade, incluindo toda a praça, sobe pela rua da Bahia até a Av. do Contorno, segue esta até a Praça Milton Campos, e dali pela Afonso Pena até a Av. Brasil, fechando sua delimitação na Praça Tiradentes.

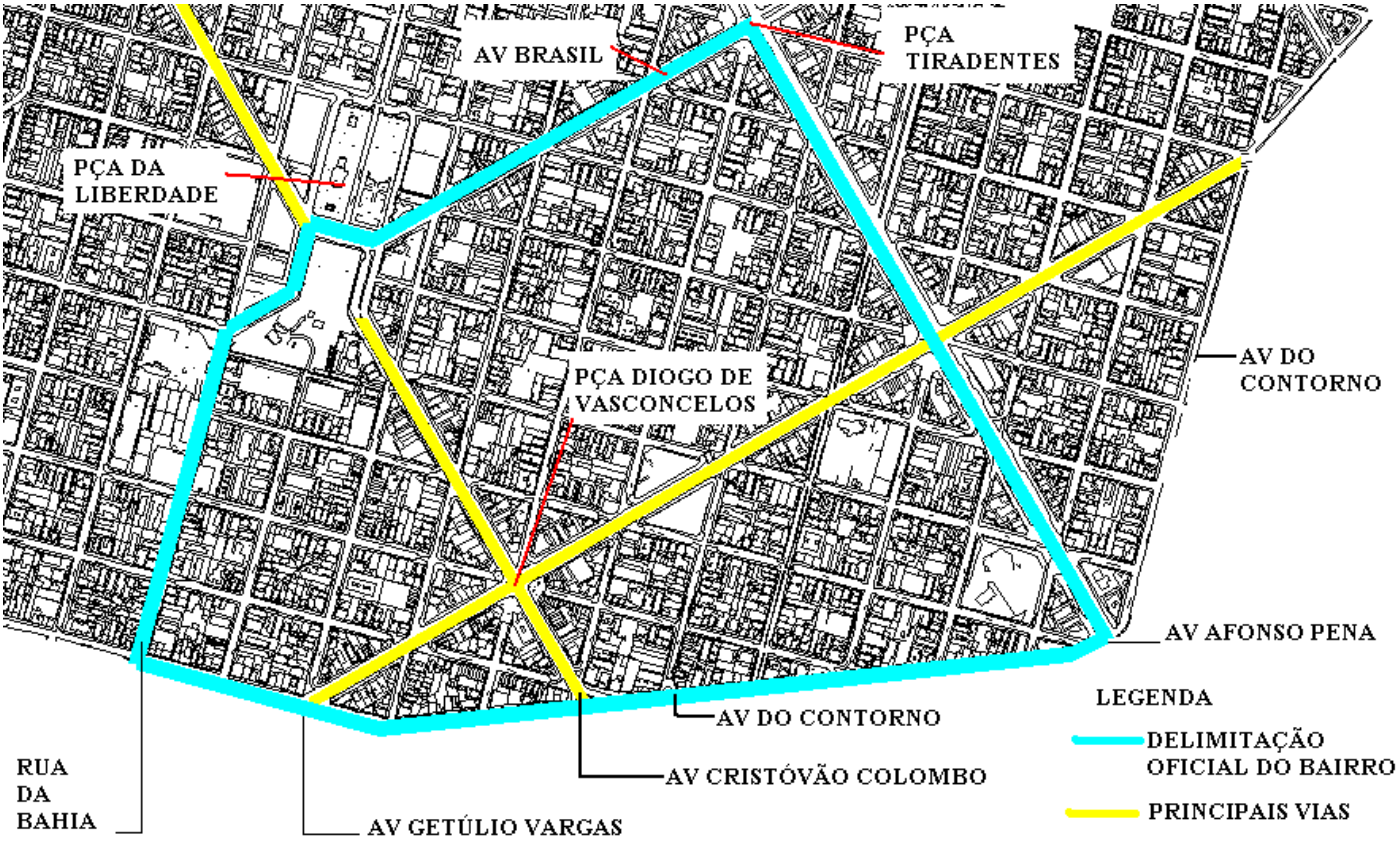


Figura 05 – Delimitação Oficial do Bairro da Savassi, segundo projeto de Lei.

2. OBJETIVOS

O objetivo geral deste projeto é analisar o desenvolvimento da área comercial do Bairro, hoje denominado, Savassi, nos últimos 15 anos, no sentido de identificar o sentido de evolução da área comercial e de serviços, com a identificação de áreas de degradação, desvalorização comercial, propondo assim, a revitalização urbana o Bairro, como forma de resgate da imagem do mesmo, perante a população da cidade de Belo Horizonte.

Os objetivos específicos deste projeto são identificar parâmetros para o correto desenvolvimento dos segmentos do comércio e serviços na área, de acordo com a Lei de Uso e Ocupação do Solo de Belo Horizonte, uma vez que a região é delimitada como “Área de Diretrizes especiais”, pela mesma. O instrumento de análise será a geolocalização dos principais vetores comerciais, numa análise evolutiva da atividade sócio-econômica da região, com vistas à perspectiva de intervenção e melhoria, além da compreensão lógica da distribuição espacial do comércio e serviços da Savassi, identificando os aspectos construtivos dos estabelecimentos em contraponto com os parâmetros definidos pelas leis de Uso e Ocupação do Solo de 1976, 1985 e 1996, utilizando a análise dos aspectos físicos dos estabelecimentos, tendo como elemento principal de análise a placa e fachada dos mesmos.

Um outro objetivo específico é a espacialização dos usos comerciais na área de estudo, para verificação de setorização de “ramos de atividades” comerciais e de serviços, para ser utilizado como informação estratégica na elaboração de propostas para um Plano Diretor Regional de Desenvolvimento.

Como ferramenta de análise, serão utilizados os recursos do geoprocessamento.

3. PROCEDIMENTOS METODOLÓGICOS

3.1. 1ª ETAPA - CONCEPÇÃO DO PROJETO DE PESQUISA

A concepção do projeto de pesquisa inclui o reconhecimento da área geográfica com a escolha da metodologia adequada.

Para a escolha da área geográfica pesquisada foram considerados dados sobre limites, fluxo de pedestres, marcos de referências da população e legibilidade do espaço construído e aspectos externos, constituindo-se estas referências no conceito de percepção urbana do universo considerado.

Nesta etapa foram definidos os aspectos, que deveriam ser pesquisados, em que ambiente e em que universo, as unidades comerciais e de serviços a serem pesquisadas e os instrumentos de coleta.

A área de estudo deste projeto está situada dentro das delimitações do Bairro Savassi e configurada como Área de Diretriz Especial pelo Plano Diretor de Belo Horizonte, conforme podemos verificar abaixo.

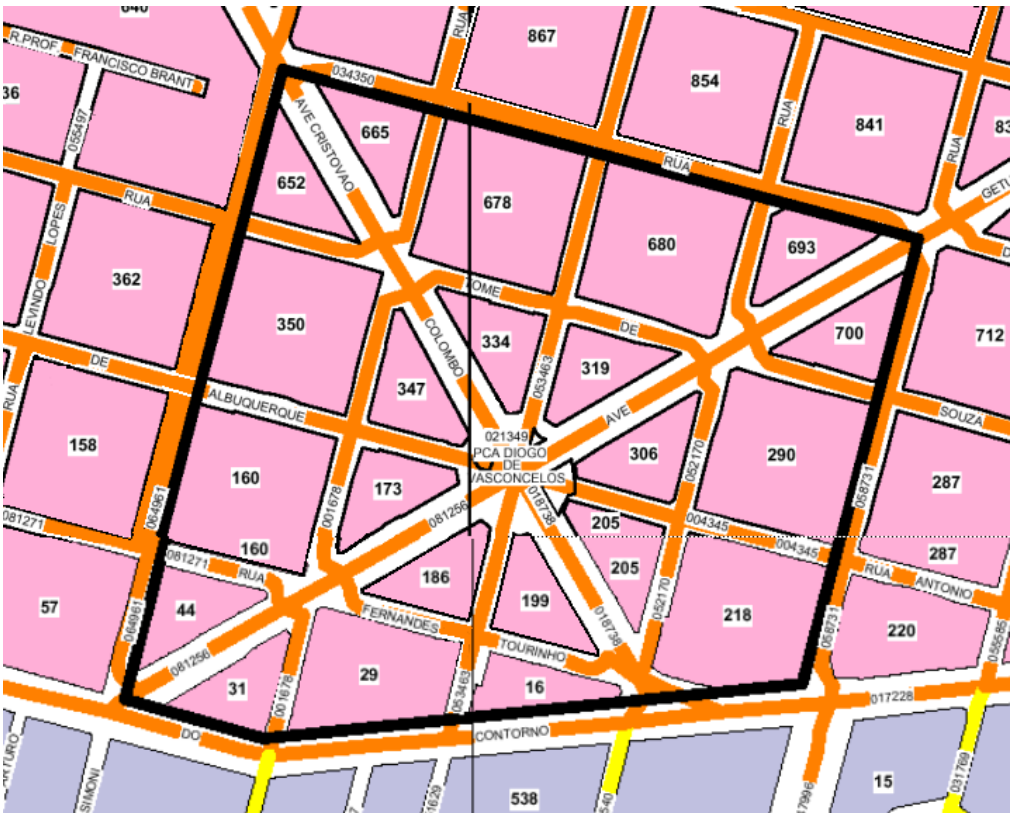


Figura 06 – Delimitação da Área Geográfica pesquisada, de acordo com a definição de Área de Diretriz Especial da Lei de Uso e Ocupação do Solo de 1996.

3.2. 2ª ETAPA - PLANEJAMENTO/PREPARAÇÃO PARA A EXECUÇÃO DA PESQUISA (AMOSTRAGEM E COLETA)

Nesta Etapa, foi feito um levantamento em campo em 661 estabelecimentos comerciais e de serviços para catalogar os aspectos físicos dos mesmos, na atualidade, sendo selecionados como objeto alvo do questionário confeccionado os aspectos externos dos mesmos (placa e fachada), a fim de que pudesse ser possível definir algum tipo de padronização.

A **Coleta de Dados ocorreu** considerando **dois níveis distintos**:

- **Nível global referente a toda e qualquer estabelecimento comercial e de serviços existentes na área pesquisada;**
- **Nível específico referente à percepção do arquiteto sobre estes estabelecimentos, com vistas à elaboração de um parecer individual sobre os mesmos;**

Como instrumento de coleta de dados foi elaborado um questionário simples para cadastramento dos estabelecimentos comerciais e de serviços, acompanhado de um levantamento fotográfico.

O questionário aplicado em campo é dividido em 05 ênfases:

- Dados Cadastrais;
- Aspectos da Fachada;
- Aspectos da Placa;
- Observações;
- Foto da Fachada do Estabelecimento.

A primeira ênfase, “Dados Cadastrais”, contém perguntas identificadoras do estabelecimento comercial, tais como Nome Fantasia, Endereço Completo, Telefone e Fax.

A segunda ênfase, “Aspectos da Fachada”, contém perguntas sob o ponto de vista do pesquisador, tais como, cor da fachada, revestimento, existência de poluição e caracterizá-la.

A terceira ênfase, “Aspectos da Placa”, contém perguntas como visibilidade da placa, atratibilidade da mesma sob o ponto de vista do pesquisador e sua dimensão aproximada.

Na quarta ênfase, “Observações” são anotadas algumas características diferenciadas do estabelecimento, tais como, a não existência de placa, ou, até mesmo, quando um estabelecimento pesquisado se encontra fechado e, na Quinta ênfase, é anexada uma foto do estabelecimento, como ilustração e melhor interpretação dos aspectos identificados nas ênfases anteriores.

QUESTIONÁRIO DE ANÁLISE DOS ASPECTOS EXTERNOS DOS ESTABELECIMENTOS COMERCIAIS					
DADOS CADASTRAIS					
NOME DO ESTABELECIMENTO					
TIPO	ENDEREÇO			NUM	COMP
BAIRRO			TELEFONE	FAX	CEP
ASPECTOS DA FACHADA					
COR DA FACHADA					
	BRANCO		PRETO		CINZA
	AMARELO		VERMELHO		VERDE
	ROSA		ROXO		LILÁS
	LARANJA		AZUL		MARROM
	BEGE				
REVESTIMENTO DA FACHADA					
	AÇO INOX		ARDÓSIA		AZULEJO
	VIDRO		CERÂMICA		CHAPA DE ALUMÍNIO
	CONCRETO		GRANITO		MÁRMORE
	PINTURA		PINTURA ESPECIAL		QUARTZOLITE
	COBOGÓ		TIJOLO APARENTE		PASTILHA
	CIMENTO				
POLUIÇÃO NA FACHADA					
		EXISTE			NÃO EXISTE
TIPO DE POLUIÇÃO NA FACHADA					
	EXCESSO DE MERCADORIA		PICHAÇÃO		PLACAS
	EXCESSO DE INFORMAÇÃO		TOLDOS		PLANTAS
	SUJEIRA				
ASPECTOS DA PLACA					
	PLACA VISÍVEL			PLACA NÃO VISÍVEL	
	PLACA ATRATIVA			PLACA NÃO ATRATIVA	
DIMENSÃO APROXIMADA DA PLACA					
NÚMERO DAS FOTOS TIRADAS DO ESTABELECIMENTO COMERCIAL					
OBSERVAÇÕES					
FOTO DA FACHADA DO ESTABELECIMENTO COMERCIAL					
DATA DE PESQUISA					

Figura 07 – Modelo de questionário aplicado em pesquisa de campo

EXEMPLO DE FICHA PREENCHIDA

NÚMERO DO QUESTIONÁRIO
3

NÚMERO DO QUARTEIRÃO
22

NOME FANTASIA
CASA DO LUSTRE

ENDEREÇO
AVE DO CONTORNO

NÚMERO
6338

COMPLEMENTO

BAIRRO
SAVASSI

TELEFONE
3223.5855

FAX
. 0

CEP
30110-110

CORES DA FACHADA
BRANCO AMARELO CINZA

REVESTIMENTO DA FACHADA
VIDRO PINTURA

POLUIÇÃO NA FACHADA
SIM

TIPOS DE POLUIÇÃO NA FACHADA
EXCESSO DE INFORMAÇÕES

PLACA VISÍVEL
SIM

PLACA ATRATIVA
NÃO

DIMENSÃO DA PLACA
1000 X 0080 m

OBSERVAÇÕES

DATA
22/12/2000

FOTO DA FACHADA DO ESTABELECIMENTO COMERCIAL

EXEMPLO DE FICHA PREENCHIDA

NÚMERO DO QUESTIONÁRIO **NÚMERO DO QUARTEIRÃO**
58 21
NOME FANTASIA

ENDEREÇO
RUA SERGIPE
NÚMERO **COMPLEMENTO** **BAIRRO**
SAVASSI
TELEFONE **FAX** **CEP**
. 0 . 0 30130-171
CORES DA FACHADA
BEGE

REVESTIMENTO DA FACHADA
CHAPA DE FERRO CONCRETO

POLUIÇÃO NA FACHADA NÃO
TIPOS DE POLUIÇÃO NA FACHADA

PLACA VISÍVEL **PLACA ATRATIVA**

DIMENSÃO DA PLACA
OBSERVAÇÕES
ESTABELECIMENTO FECHADO SEM PLACA

DATA 22/12/2000
FOTO DA FACHADA DO ESTABELECIMENTO COMERCIAL

EXEMPLO DE FICHA PREENCHIDA

NÚMERO DO QUESTIONÁRIO 52
NÚMERO DO QUARTEIRÃO 21
NOME FANTASIA
SÉTIMO SOL
ENDEREÇO
RUA FERNANDES TOURINHO
NÚMERO 401
COMPLEMENTO
BAIRRO SAVASSI
TELEFONE 3282.1820
FAX . 0
CEP 30112-000
CORES DA FACHADA
AMARELO AZUL

REVESTIMENTO DA FACHADA
TIJOLO APARENTE PINTURA VIDRO
CONCRETO
POLUIÇÃO NA FACHADA SIM
TIPOS DE POLUIÇÃO NA FACHADA
TOLDOS EXCESSO DE INFORMAÇÕES

PLACA VISÍVEL NÃO
PLACA ATRATIVA NÃO
DIMENSÃO DA PLACA 0060 X 0120 m
OBSERVAÇÕES

DATA 22/12/2000
FOTO DA FACHADA DO ESTABELECIMENTO COMERCIAL

Figura 08 – Modelo de questionários preenchidos aplicados em pesquisa de campo

3.3. 3ª ETAPA - TABULAÇÃO, ANÁLISE E CONFECÇÃO DE TABELAS E GRÁFICOS

Esta tabulação compreendeu **duas etapas**, correspondendo a **primeira à digitação das informações coletadas em pesquisa de campo para formatação de Banco de Dados,** obtendo, **resultados** referentes à área comercial pesquisada.

A **segunda etapa constituiu a elaboração de tabelas**, correspondentes à **soma total dos resultados** do Banco de Dados formatado, permitindo uma análise da região, conforme os objetivos propostos para este projeto.

Para elaboração do banco de Dados do geoprocessamento, foram utilizados os conceitos de "banco de Dados Relacional", divididos em duas categorias de análise:

- Dados relativos à arquitetura da região;
  - Tipos de Usos em 1986;
  - Tipos de Usos em 2000;
- Dados relativos aos parâmetros urbanos da região.
  - Lei de Uso e Ocupação do Solo de 1976;
  - Lei de Uso e Ocupação do Solo de 1986;
  - Lei de Uso e Ocupação do Solo de 1996.

TABELAS DOS DADOS RELATIVOS A ARQUITETURA DA REGIÃO–DESCRIÇÃO DOS CAMPOS

Nome do Campo	Descrição do Campo	Tipo de Campo
CODIGO	Identificação da Edificação	Numérico (Requerido e Sem Duplicação)
TIPO	Descrição do tipo de uso	Texto

TABELA 01: Descrição dos campos da Tabela ARQ_1986

Nome do Campo	Descrição do Campo	Tipo de Campo
QUEST	Descrição do número do questionário aplicado em campo	Numérico (Requerido e Sem Duplicação)
QUART	Descrição do número do quarteirão onde se encontra o estabelecimento comercial pesquisado	Numérico
FANTASIA	Identificação do Nome Fantasia do estabelecimento comercial (nome da placa)	Texto
TIPO	Identificação do tipo de logradouro	Texto
ENDERECO	Identificação do nome do logradouro	Texto
NUM	Identificação do número do estabelecimento comercial	Numérico
COMP	Identificação do complemento (se houver)	Texto
BAIRRO	Identificação do nome do Bairro	Texto
TELEFONE	Identificação do número do telefone do estabelecimento comercial	Numérico
FAX	Identificação do número do fax do estabelecimento comercial	Numérico
CEP	Identificação do número do CEP	Numérico
COR_FACH	Identificação das cores da Fachada, sob o ponto de vista do pesquisador / arquiteto	Texto
REVEST_FACH	Identificação dos revestimentos utilizados na Fachada, sob o ponto de vista do pesquisador / arquiteto	Texto
POL_FACH	Identificação da existência de poluição na fachada	Texto
TIPO_POL	Caracterização dos tipos de poluição existentes na fachada	Texto
VIS_PLACA	Identificação da visibilidade da placa	Texto
ATRAT_PLACA	Identificação de atratibilidade na placa	Texto
DIM_PLACA	Dimensionamento da placa	Numérico
OBS	Observações pertinentes sobre os estabelecimentos comerciais	Texto
DATA	Data que foi feita à pesquisa de campo	Data / Hora

TABELA 02: Descrição dos campos da Tabela TAB_GERAL_ARQ

Nome do Campo	Descrição do Campo	Tipo de Campo
CODIGO	Codificação dos tipos de cores existentes nas fachadas dos estabelecimentos comerciais	Numérico (Requerido e Sem Duplicação)
DESCRICAO	Descrição dos tipos de cores existentes nas fachadas dos estabelecimentos comerciais.	Texto

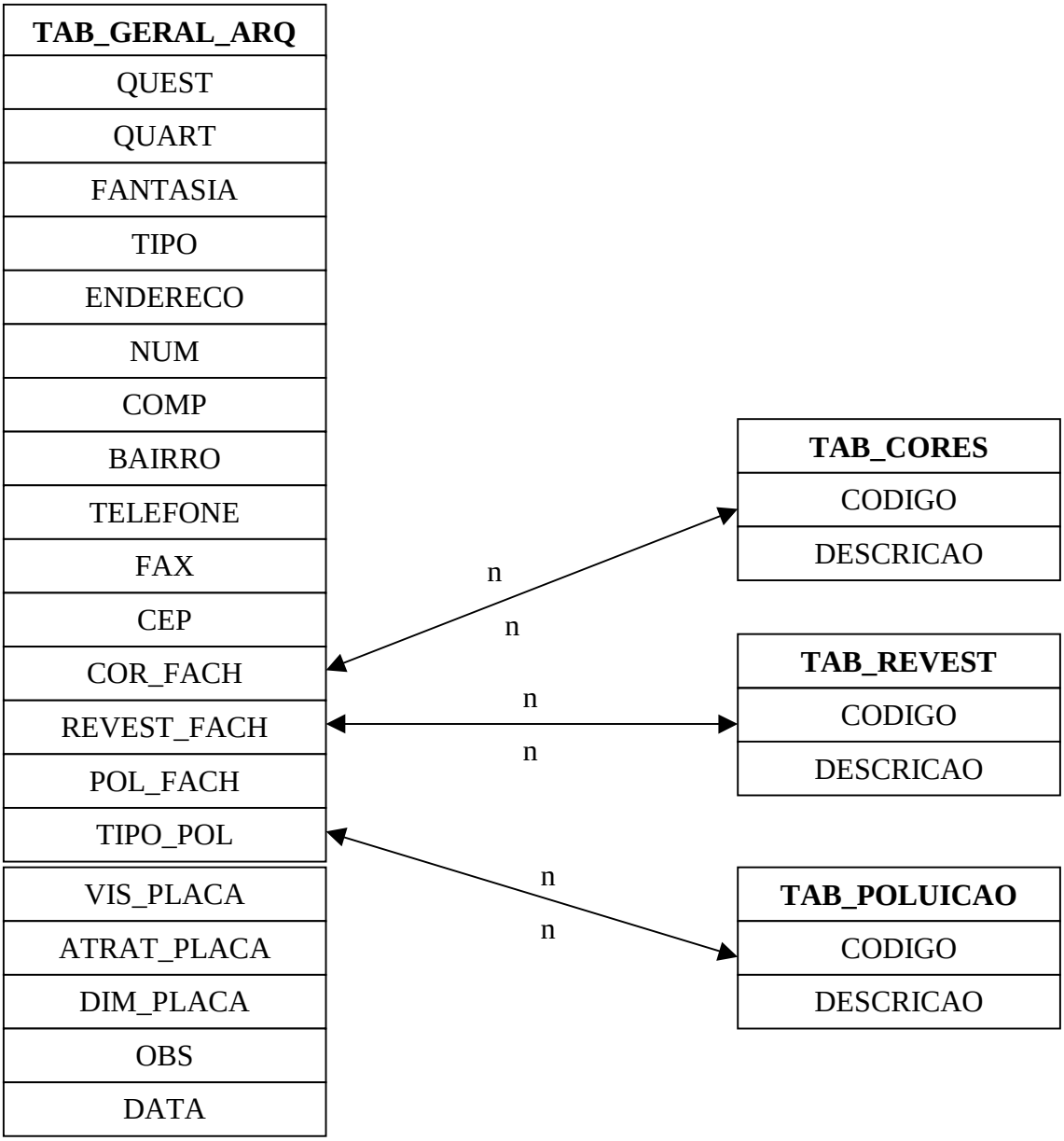
TABELA 03: Descrição dos campos da Tabela TAB_CORES

Nome do Campo	Descrição do Campo	Tipo de Campo
CODIGO	Codificação dos tipos de revestimentos existentes nas fachadas dos estabelecimentos comerciais	Numérico (Requerido e Sem Duplicação)
DESCRICAO	Descrição dos tipos de revestimentos existentes nas fachadas dos estabelecimentos comerciais.	Texto

TABELA 04: Descrição dos campos da Tabela TAB_REVEST

Nome do Campo	Descrição do Campo	Tipo de Campo
CODIGO	Codificação dos tipos de poluições existentes nas fachadas dos estabelecimentos comerciais	Numérico (Requerido e Sem Duplicação)
DESCRICAO	Caracterização dos tipos de poluições existentes nas fachadas dos estabelecimentos comerciais	Texto

TABELA 05: Descrição dos campos da Tabela TAB_POLUICAO



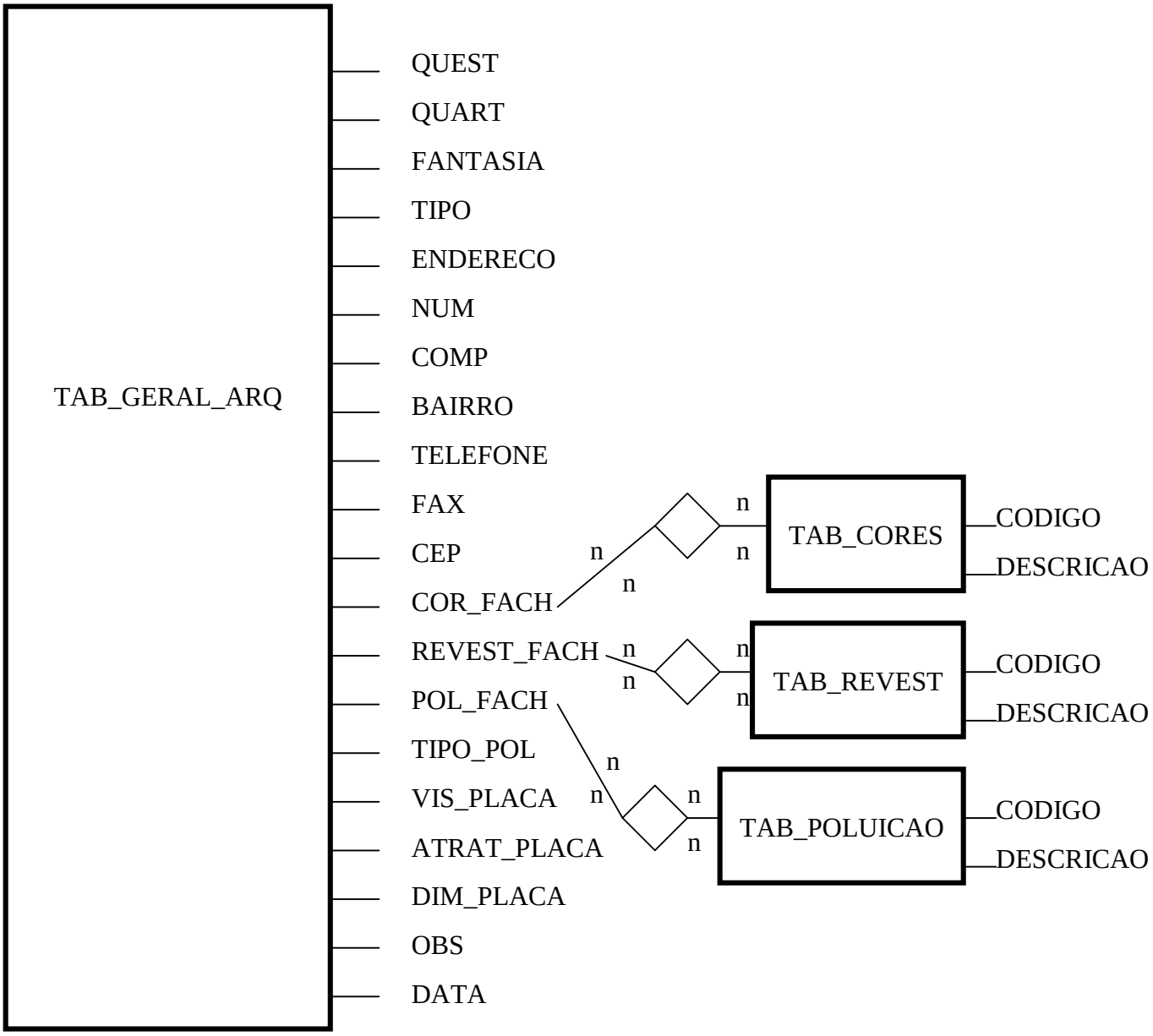


Figura 09 – Organograma Simplificado do Banco de Dados

Nome do Campo	Descrição do Campo	Tipo de Campo
MSLINK	Numeração das quadras na área de estudo	Numérico (Requerido e Sem Duplicação)
LEI_1976	Definição de zoneamentos da área pesquisada de acordo com a Lei de Uso e ocupação do Solo de 1976	Texto
LEI_1986	Definição de zoneamentos da área pesquisada de acordo com a Lei de Uso e ocupação do Solo de 1986	Texto
LEI_1996	Definição de zoneamentos da área pesquisada de acordo com a Lei de Uso e ocupação do Solo de 1996	Texto

TABELA 06: Descrição dos campos da Tabela TAB_GERAL_URB

3.4. 4ª ETAPA – GEOREFERENCIAMENTO DE DADOS

Para a formação de um Sistema de Informações Geográficas – SIG, o elemento central do geoprocessamento é o seu Banco de Dados, formatado a partir dos dados coletados em pesquisa de campo, que contém informações referentes aos estabelecimentos comerciais e de serviços nas diversas regiões geográficas, podendo ser dividido em duas partes:

- Banco de Dados Geoespacial descrevendo a posição e a forma dos elementos das áreas geográficas em estudo;
- Banco de Dados específico contendo as qualidades ou atributos dos elementos gráficos representados na base cartográfica.

O sistema de utilização do Banco de Dados é um componente do geoprocessamento que é usado para entrada, manipulação e análise dos dados dos atributos e, inclui ainda, uma série de recursos, que possibilitam o uso do componente espacial, para consultas, relacionamentos e cruzamentos dos dados geográficos armazenados, expandindo assim, a possibilidade de geração de produtos mais eficazes.

Serão utilizados os parâmetros da Lei de Uso e Ocupação do Solo de 1976, 1986 e 1996 para esta área em confronto com as ocupações existentes no ano de 1986 e 2000, utilizando, para o georeferenciamento das informações o software Microstation Geographics.

De posse de todos os dados, serão traçadas diretrizes para revitalização e normatização de parâmetros construtivos da área estudada, bem como deste segmento econômico, através da geolocalização dos mesmos.

3.4.1. ESTRUTURA DO PROJETO

A estrutura de um projeto de geoprocessamento é formada por um conjunto de bases cartográficas, classificadas por categorias, que são subdivididas em elementos, denominados de feições.

Para este projeto, foram consideradas três categorias, a saber:

- Arquitetura – arq – Projeção das edificações, numeração de porta e numeração dos links para o Banco de Dados;

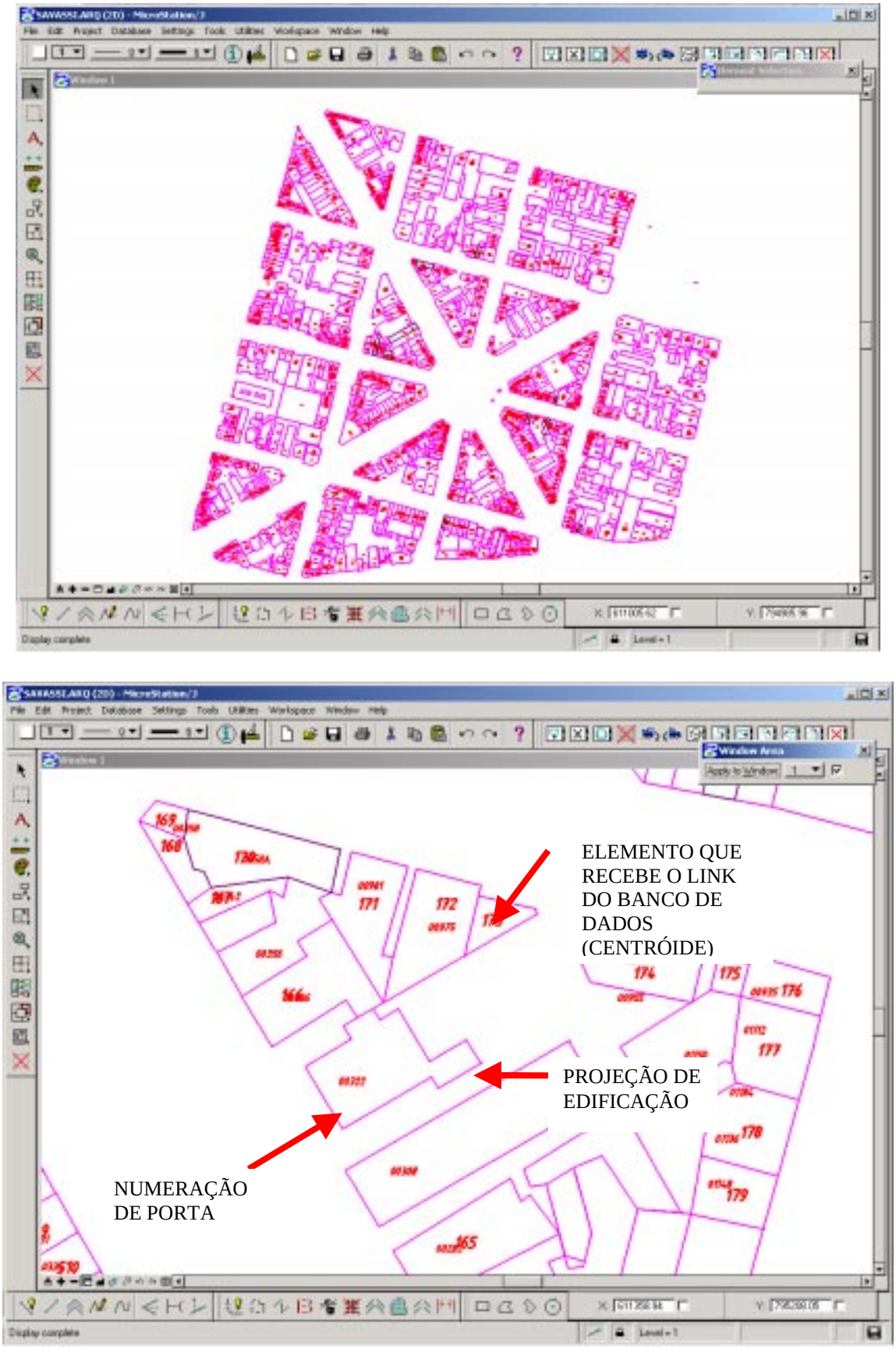


Figura 10 – Mapa Savassi.arq da Categoria Arquitetura

- Urbanismo – urb – Projeção de divisão dos lotes e delimitação de quadras;

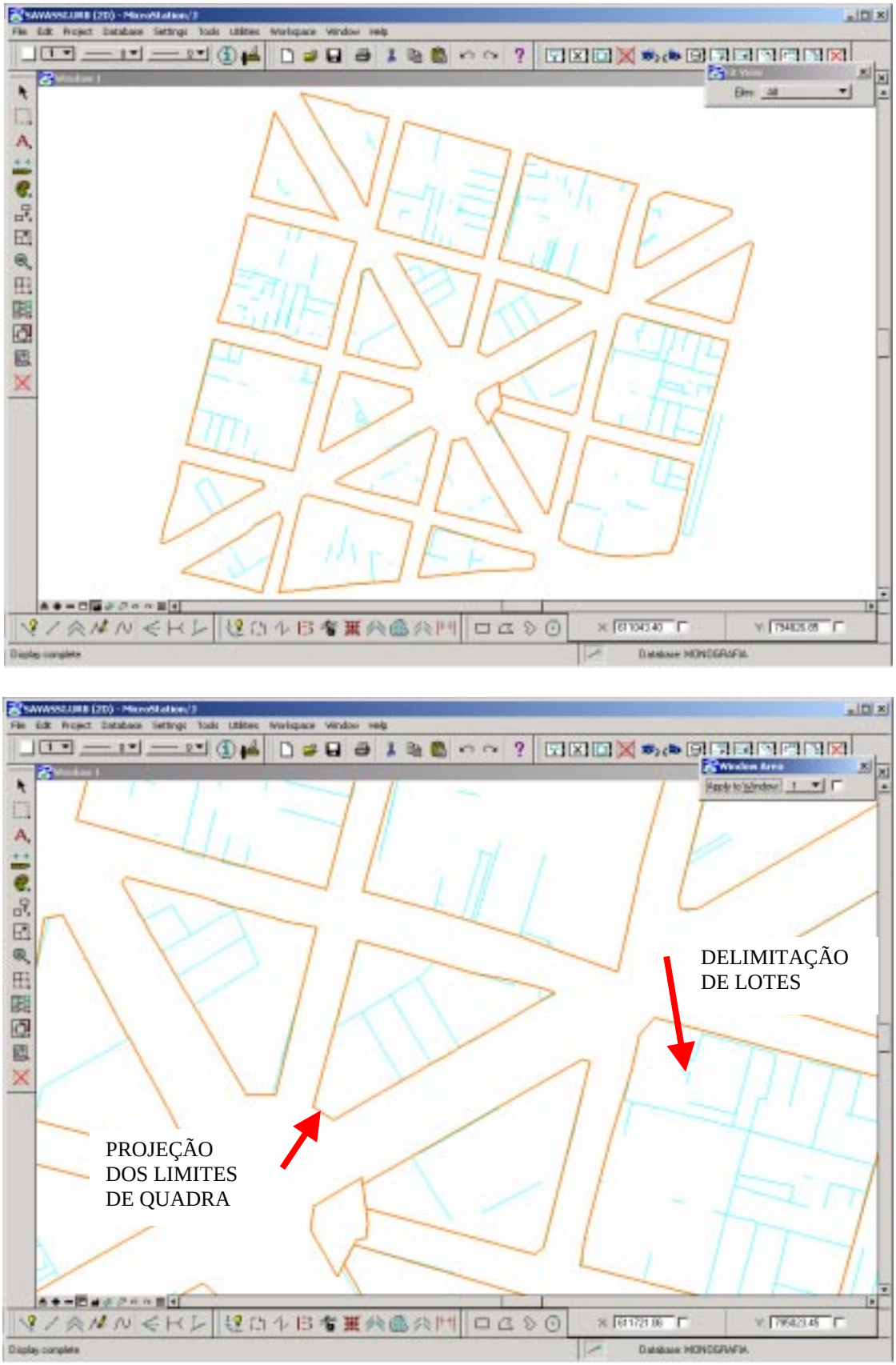
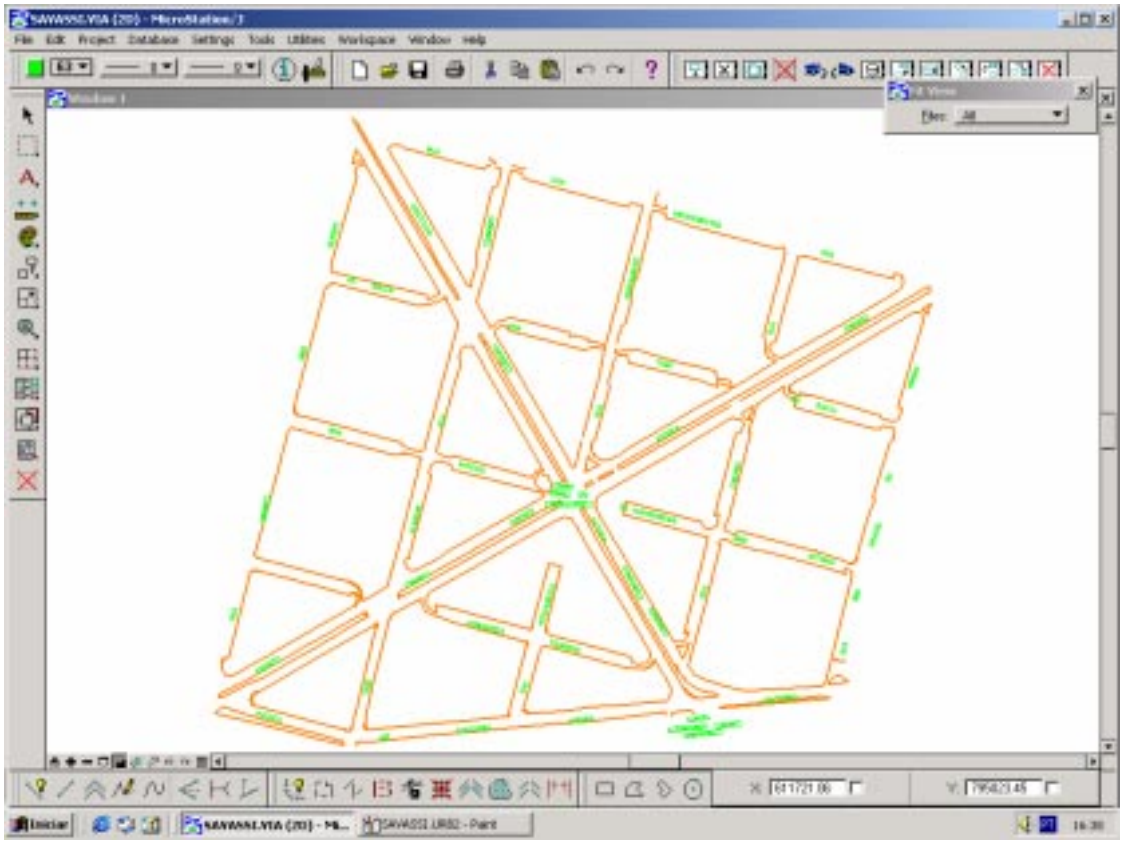


Figura 11 – Mapa Savassi.urb da Categoria Urbanismo

- Sistema Viário – via – Projeção dos passeios, canteiros viários e toponímias.



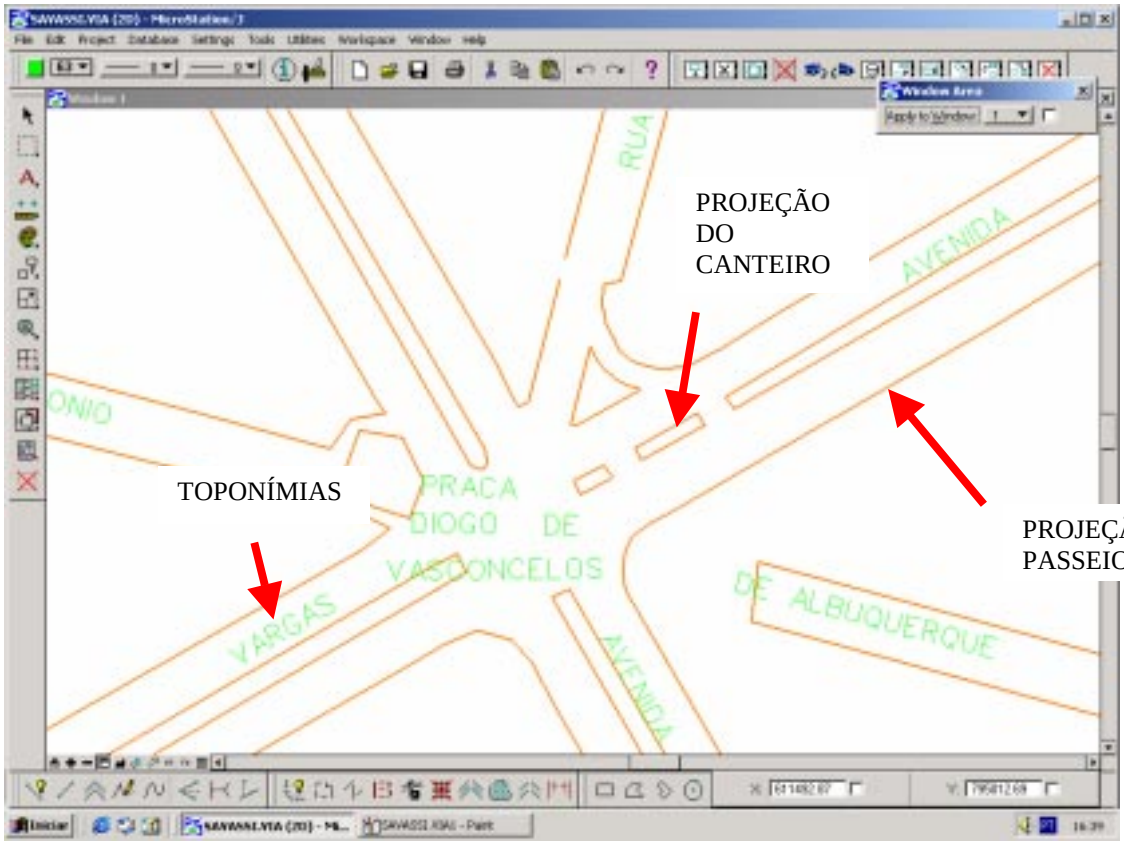


Figura 12 – Mapa Savassi.via da Categoria Sistema Viário

Observando o quadro abaixo, podemos verificar todas as características básicas atribuídas às feições do projeto:

CATEGORIA	CÓDIGO	FEIÇÃO	DESCRIÇÃO	LV[1]	ELEM TYPE	COLOR	LW[2]
Arquitetura	1.1.1	Edificação	Projeção de Edificação	11	Line	5	1
	1.1.2	Centróide	Número de Questionário	12	Text Node	3	2
	1.1.3	Número	Numeração de Porta	13	Text Node	3	1
	1.1.4	Ponto	Centróide do Polígono	14		3	0
	1.2	Shapes	Polígono de Referência do elemento identificado	15	Shape	0	0
	1.3	Piscina	Projeção de Piscina	16	Line	7	0
	1.4	Campo	Projeção de Campo de Futebol	17	Line	2	0
Sistema Viário	2.1	Eixo Viário	Eixo de Via	21	Line	8	0
	2.2	Nome Rua	Toponímia	22	Text	2	0
	2.3	Canteiro	Projeção de Canteiros / Passeio	23	Line	6	1
	2.4	Ponte	Representação de Pontes / Viadutos	24	Line	4	0
Urbano	3.1	Quadra	Projeção de Quadra	31	Line	6	1
	3.2	Lote	Projeção de Limites de Lote	32	Line	7	0
	3.3	Jardim	Projeção de Jardins	33	Line	2	0
	3.4	Lago	Projeção de corpos d’água	34	Shape	1	0

[1] Nível ou Level onde está armazenado, graficamente, o elemento.
[2] Line weight – Peso gráfico do elemento (espessura)

4. RESULTADOS ALCANÇADOS

4.1. ANÁLISE DAS LEIS DE USO E OCUPAÇÃO DE SOLO

4.1.1. LEI DE USO E OCUPAÇÃO DO SOLO DE 1976 e 1985

As duas leis têm conceitos parecidos, não havendo quase nenhuma mudança na regulamentação do zoneamento para a cidade de Belo Horizonte.

Em razão das 02 leis serem semelhantes, iremos descrever, primeiramente, os conceitos para o melhor entendimento dos zoneamentos determinados na área de estudo.

A Lei de Uso e Ocupação do Solo, que levou o número 2662, foi sancionada pelo prefeito Luiz Verano e 29 de novembro e publicada no “Minas gerais” em 8 de dezembro de 1976.

Tendo influência do pensamento modernista da Carta de Atenas, que propunha o zoneamento funcional das atividades urbanas, esta lei tem como conceito principal a setorização das áreas residenciais e atividades econômicas dentro de uma cidade, considerando, basicamente, os zoneamentos descritos abaixo:

- ZR – Zona Residencial
- ZC – Zona Comercial
- SE – Setor Especial

Os artigos descritos abaixo, retirados da própria lei, explicam os tipos de zoneamento encontrados na área de estudo.

> ***ART. 9º***
> *§ 2º - SE-2 são espaços, estabelecimentos e instalações sujeitos a controle e destinados a grandes usos institucionais tais como: parques, praças, hospitais, centro cívico, universidades, estádios, terminais, usina de lixo, aterro sanitário, cemitérios, áreas de lazer e escolas em geral.*
> ***ART. 31º***
> *I - Comércio local – Atividades do comércio ligadas ao consumo imediato, ou seja, à comercialização de produtos alimentícios em mercearias, padarias, quitandas e açougues até 50,00 m² (cinquenta metros quadrados) de área edificada;*

II - Comércio de bairro – Atividades de comércio ligadas ao consumo da população de bairro, ou seja, à comercialização de produtos alimentícios, artigos de uso pessoal, de uso doméstico, de armarinho, bares, sorveterias, lanchonetes, farmácias, drogarias, floriculturas, livrarias, papelarias, tecidos e brinquedos, em estabelecimentos de até 250,00 m² de área edificada; casas de ferragem e material de construção com área de 720,00 m², incluídas as partes do terreno destinadas a estacionamento e circulação de veículos, carga e descarga e depósitos ao ar livre de mercadorias sendo limitada até 250,00 m² a área edificada;

III - Comércio principal – Atividades de comércio relacionadas ou não com o uso residencial, como as assinaladas na categoria de "comercio de bairro" sem limitação de área edificada, além de restaurantes, comercialização de máquinas, aparelhos e artigos de uso doméstico e de escritório, artigos de vidraçaria, joalheria, relojoaria e fotótica; artigos funerários, religiosos, galerias de arte, antiguidades, veículos e acessórios;

IV - Comércio Atacadista – Comércio não varejista de produtos relacionados ou não com o uso residencial, incluindo armazéns de estocagem, entrepostos de mercadorias, terminais atacadistas, armazéns de frios, frigoríficos, silos, grandes depósitos de material de construção, depósitos de ferro velho, depósitos de madeira, depósitos de lojas de departamentos.

ART. 32º

I - Serviços locais – Atividades de serviço ligadas ao atendimento imediato, como barbeiro, salão de beleza, alfaiate, costureira, sapateiro, com área de até 50,00 m².

II - Serviços de bairro – Atividades de serviços ligadas ao atendimento de bairro, como as definidas na categoria de "serviços locais" sem limitação de área edificada e serviços diversos de ourivesaria, relojoaria, fotótica, consertos de eletrodomésticos, chaveiros, casas lotéricas, agências bancárias, escritórios de profissionais liberais, consultórios, conservação e reparação de edificações, saunas, lavanderias e tinturarias, academias de ginástica, com área edificada até 200,00 m²; posto de gasolina com área edificada de até 720,00 m2 incluídas as partes do terreno destinadas à circulação, estacionamento de veículos e depósitos ao ar livre de mercadorias; serviços de estacionamento e guarda de veículos particulares em lotes vagos;

III - Serviços principais, - Atividades de serviço definidas nas categorias "serviços locais" e "serviços de bairro" sem limitação de área edificada, e confecções de clichês, encadernações, cópias, confecções de material de propaganda, hotéis, pensões, casas de diversões; administração de empresa, firmas de consultoria e projetos; corretagem, administração de bens e imóveis; seleção de pessoal, agências de trabalho e orientação profissional; processamento de dados; consignação, representação comercial; agências de exportação e importação; empresas de comunicação; empresas de publicidade, distribuidores de revistas, jornais, filmes; correios; corretagem de seguros e capitalização, cobranças, cartórios; agências de turismo; serviço de música, gravação, empresas de seguro, capitalização, crédito, financiamento, investimentos, crédito imobiliário, corretoras e distribuidoras de títulos e valores; serviços de estacionamento e guarda de veículos particulares em edifícios-garagem;
IV - Serviços especiais – Atividades de serviços definidas nas categorias e "serviços locais" e serviços de bairro", sem limitação de área edificada e "serviços principais", além de serviços de locação de máquinas e equipamentos de qualquer natureza; reparação de máquinas e aparelhos elétricos e não elétricos de uso industrial, agrícola e comercial; reparação de veículos, motores e peças, soldagem, galvonoplastia e operações similares, guarda-móveis, garagens de ônibus.

Podemos verificar os parâmetros construtivos do zoneamento definido e acordo com a tabela abaixo:

<table>
<tr><th>USO / ZONA</th><th>ZR-2</th><th>ZC-3</th><th>ZC-5</th><th>SE-2</th></tr>
<tr><td>RESIDENCIAL UNIFAMILIAR</td><td>MA-1</td><td>MA-1
MA-2</td><td>MA-1
MA-2</td><td rowspan="17">REGULAMENTAÇÃO POR DECRETO</td></tr>
<tr><td>RESIDENCIAL MULTIFAMILIAR HORIZONTAL</td><td>-</td><td>MA-3</td><td>-</td></tr>
<tr><td>RESIDENCIAL MULTIFAMILIAR VERTICAL</td><td>-</td><td>MA-4
MA-5
MA-18</td><td rowspan="4">MA-9
MA-10
MA-11
MA-19</td></tr>
<tr><td>COMÉRCIO LOCAL</td><td>-</td><td rowspan="3">MA-8
MA-9
MA-12
MA-19</td></tr>
<tr><td>COMÉRCIO DE BAIRRO</td><td>-</td></tr>
<tr><td>COMÉRCIO PRINCIPAL</td><td>-</td></tr>
<tr><td>COMÉRCIO ATACADISTA</td><td>-</td><td>MA-13
MA-14</td><td>-</td></tr>
<tr><td>SERVIÇO LOCAL</td><td>-</td><td rowspan="3">MA-8
MA-9
MA-12</td><td rowspan="3">MA-9
MA-10
MA-11</td></tr>
<tr><td>SERVIÇO DE BAIRRO</td><td>-</td></tr>
<tr><td>SERVIÇOS PRINCIPAIS</td><td>-</td></tr>
<tr><td>SERVIÇOS ESPECIAIS</td><td>-</td><td rowspan="3">MA-13
MA-14</td><td>-</td></tr>
<tr><td>INDÚSTRIAS URBANAS DE PEQUENO PORTE</td><td>-</td><td>-</td></tr>
<tr><td>INDÚSTRIAS URBANAS DE MÉDIO PORTE</td><td>-</td><td>-</td></tr>
<tr><td>INDÚSTRIAS DE GRANDE PORTE</td><td>-</td><td>-</td><td>-</td></tr>
<tr><td>INSTITUCIONAL LOCAL</td><td>MA-15</td><td rowspan="2">MA-9
MA-16</td><td rowspan="2">MA-9
MA-10
MA-11</td></tr>
<tr><td>INSTITUCIONAL DE BAIRRO</td><td>-</td></tr>
<tr><td>LOTE MÍNIMO (m²)</td><td>360</td><td>360</td><td>450</td></tr>
</table>

Tabela 07 - Anexo III da Lei de Uso e ocupação do Solo de 1976

MODELOS DE ASSENTAMENTO

ART. 40º *– As definições e características dos modelos de assentamento urbano são:*

I – MA.1 e MA.2 – Edificações destinadas à habitação permanente, compreendendo uma habitação por lote ou conjunto de lotes;

II – MA.3 – Edificações destinadas à habitação permanente, correspondendo a mais de uma habitação por lote ou conjunto de lotes, isoladas ou não, podendo ter até dois pavimentos;

III – MA.4, MA.5, MA.6 e MA.7 – Edificações destinadas à habitação permanente, correspondendo a mais de uma habitação por lote, agrupadas verticalmente, atendendo ainda os seguintes requisitos além dos previstos no anexo 5 (...)

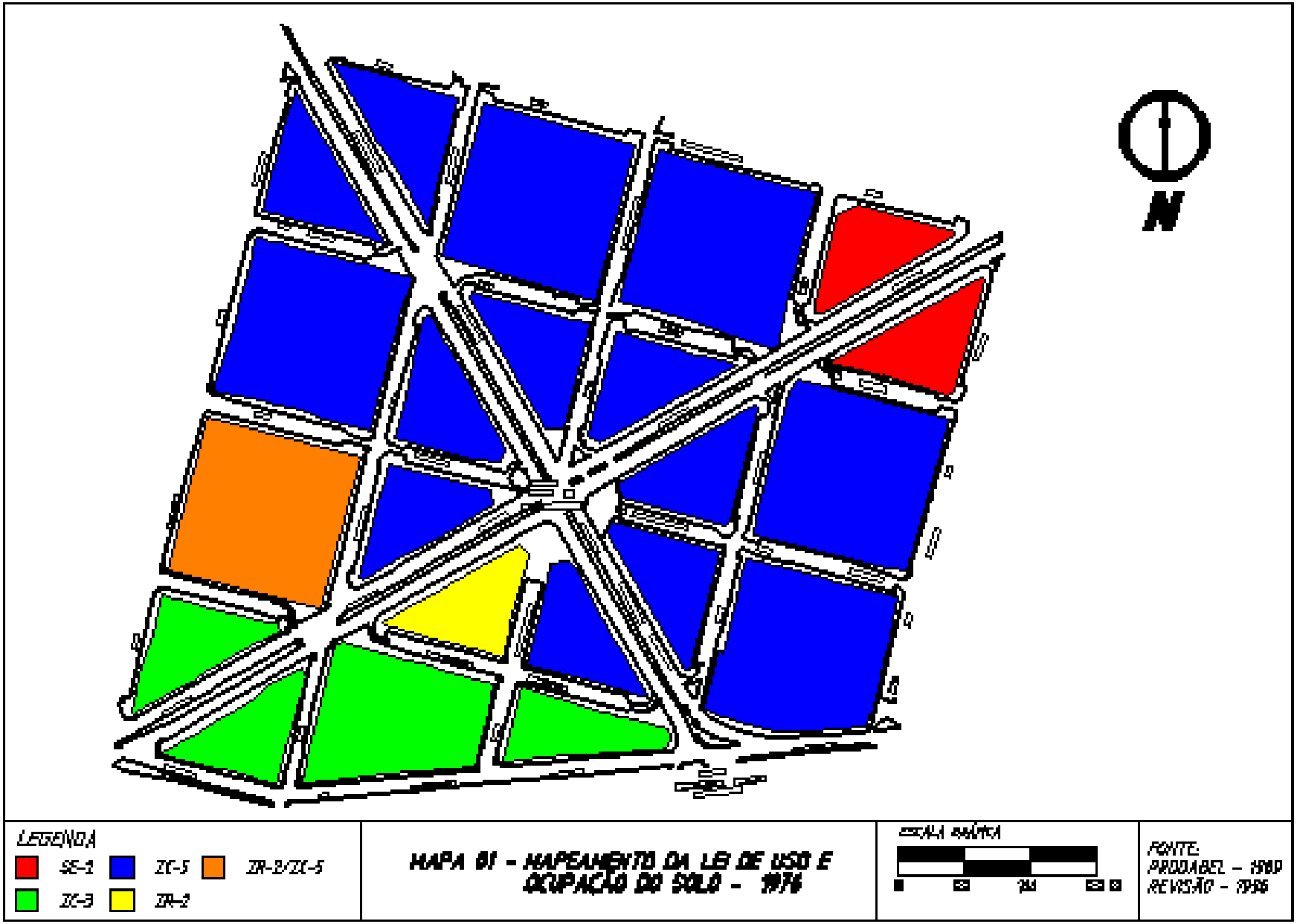
IV – MA.8 – Edificações de uso misto, residência e comércio ou residência e serviços, edificadas num mesmo lote ou conjunto de lotes, tendo no máximo dois pavimentos;

V – MA.9, MA.10, MA.11 – Edificações para atividades múltiplas, podendo ter usos misto, residência e comércio, residência e serviços ou comércio e serviços, construídas em um ou mais lotes, agrupadas verticalmente, atendendo aos seguintes requisitos, além dos previstos no anexo 5. (...)

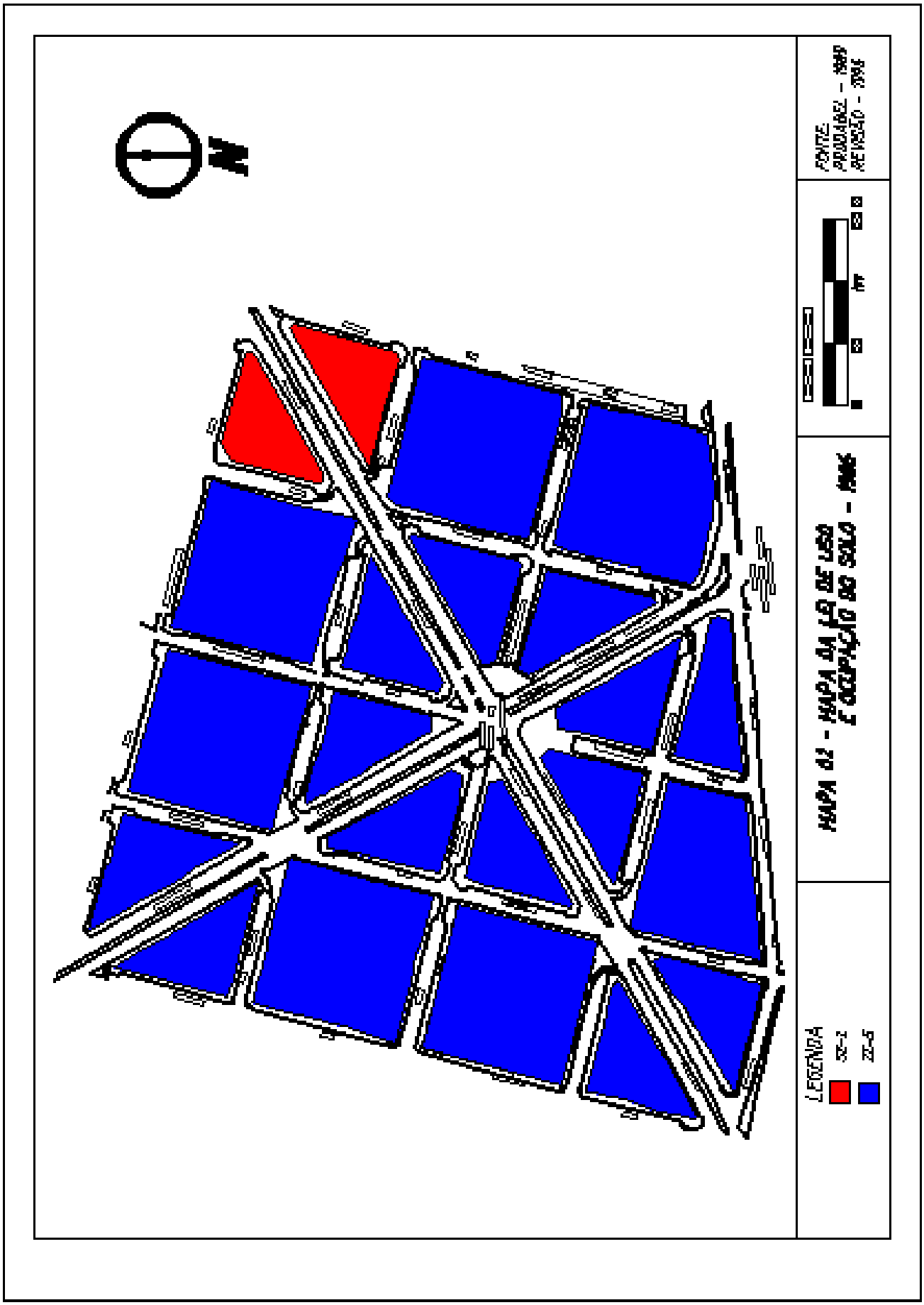
VI – MA.12 – Edificações de uso permanente de comércio e serviços, compreendendo uma ou várias unidades por lote ou conjunto de lotes, não podendo ter mais de um pavimento.

Todas as explicações dadas pela Lei de Uso e Ocupação do Solo de 1976, são semelhantes para a Lei de 1986, pois a mesma tratou-se de uma revisão e não de uma mudança de conceitos.

Podemos observar as mudanças da lei de 1976 para a Lei de 1986, através do mapas a seguir.



MAPA 01 – MAPEAMENTO DA LEI DE USO E OCUPAÇÃO DO SOLO – 1976


N
LEGENDA
MAPA 02 - MAPA DA LEI DE USO
E OCUPAÇÃO DO SOLO - 1996
FONTE:

No caso específico do bairro da Savassi, o zoneamento praticamente não modificou de uma lei para a outra, mantendo, em sua maioria, o zoneamento ZC-5. Para as área onde há escolas (Quarteirões compreendidos entre Avenida Getúlio Vargas, Rua dos Inconfidentes e Rua Paraíba e entre Avenida Getúlio Vargas, Rua Rio Grande do Norte e Rua Tomé de Souza) permaneceu o zoneamento SE-2 para as Leis de 1976 e 1986.

Para as áreas de zoneamento ZR-2 (1976), verificou-se um erro de impressão, sendo que o mesmo foi modificado para ZC-5 na revisão da Lei de 1986.

As áreas denominadas de ZC-3 (1976), modificaram para ZC-5, tendo como consequência para os parâmetros construtivos, um aumento significativo da possibilidade de verticalização.

4.1.2. LEI DE USO E OCUPAÇÃO DO SOLO DE 1996

A nova Lei de Uso e Ocupação do Solo, entrou em vigor no ano de 1996, com características bastante diferenciadas das leis mostradas anteriormente, pois esta Lei tem um enfoque pós-moderno, propondo uma multiplicidade de usos.

> ***Art. 1º*** *- Esta Lei estabelece as normas e as condições para parcelamento, ocupação e uso do solo urbano no Município.*
>
> ***Art. 2º*** *- Estão sujeitas às disposições desta Lei:*
>
> ***I*** *- a execução de parcelamentos do solo;*
>
> ***II*** *- as obras de edificações, no que se refere aos parâmetros urbanísticos relacionados com coeficiente de aproveitamento do solo, quotas de terreno por unidade habitacional, taxa de ocupação, gabarito, taxa de permeabilização, afastamentos, altura na divisa, saliências e área de estacionamento;*
>
> ***III*** *- a localização de usos e o funcionamento de atividades.*
>
> ***Art. 3º*** *- As definições dos termos técnicos utilizados nesta Lei, ressalvadas as feitas em seu texto, são as constantes do Anexo I.*
>
> ***CAPÍTULO II - DO ZONEAMENTO***
>
> ***Art. 4º*** *- O território do Município é considerado área urbana, dividindo-se em zonas, de acordo com as diretrizes estabelecidas no Plano Diretor.*

Art. 5º *- As zonas, diferenciadas segundo os potenciais de adensamento e as demandas de preservação e proteção ambiental, histórica, cultural, arqueológica ou paisagística, são as seguintes:*

I *- Zona de Preservação Ambiental -* ***ZPAM*** *-;*

II *- Zona de Proteção -* ***ZP*** *-;*

III*- Zona de Adensamento Restrito -* ***ZAR*** *-;*

IV*- Zona de Adensamento Preferencial -* ***ZAP*** *-;*

V *- Zona Central -* ***ZC****-;*

VI *- Zona Adensada -* ***ZA*** *-;*

VII*- Zona de Especial Interesse Social -* ***ZEIS*** *-;*

VIII*- Zona de Grandes Equipamentos -* ***ZE****.*

Art. 11 *- São ZCs as regiões nas quais é permitido maior adensamento demográfico e maior verticalização das edificações, em razão de infra-estrutura e topografia favoráveis e da configuração de centro, e que se subdividem em:*

I*- ZHIP - Zona Hipercentral -;*

II*- ZCBH - Zona Central de Belo Horizonte -;*

III*- ZCBA - Zona Central do Barreiro -;*

IV*- ZCVN - Zona Central de Venda Nova*

Seção I - Da Classificação dos Usos

Art. 64 *- Ficam estabelecidas as seguintes categorias de uso:*

I *- residencial;*

II *- não residencial;*

III *- misto.*

Podemos verificar os parâmetros construtivos do zoneamento propostos por esta lei de acordo com a tabela abaixo:

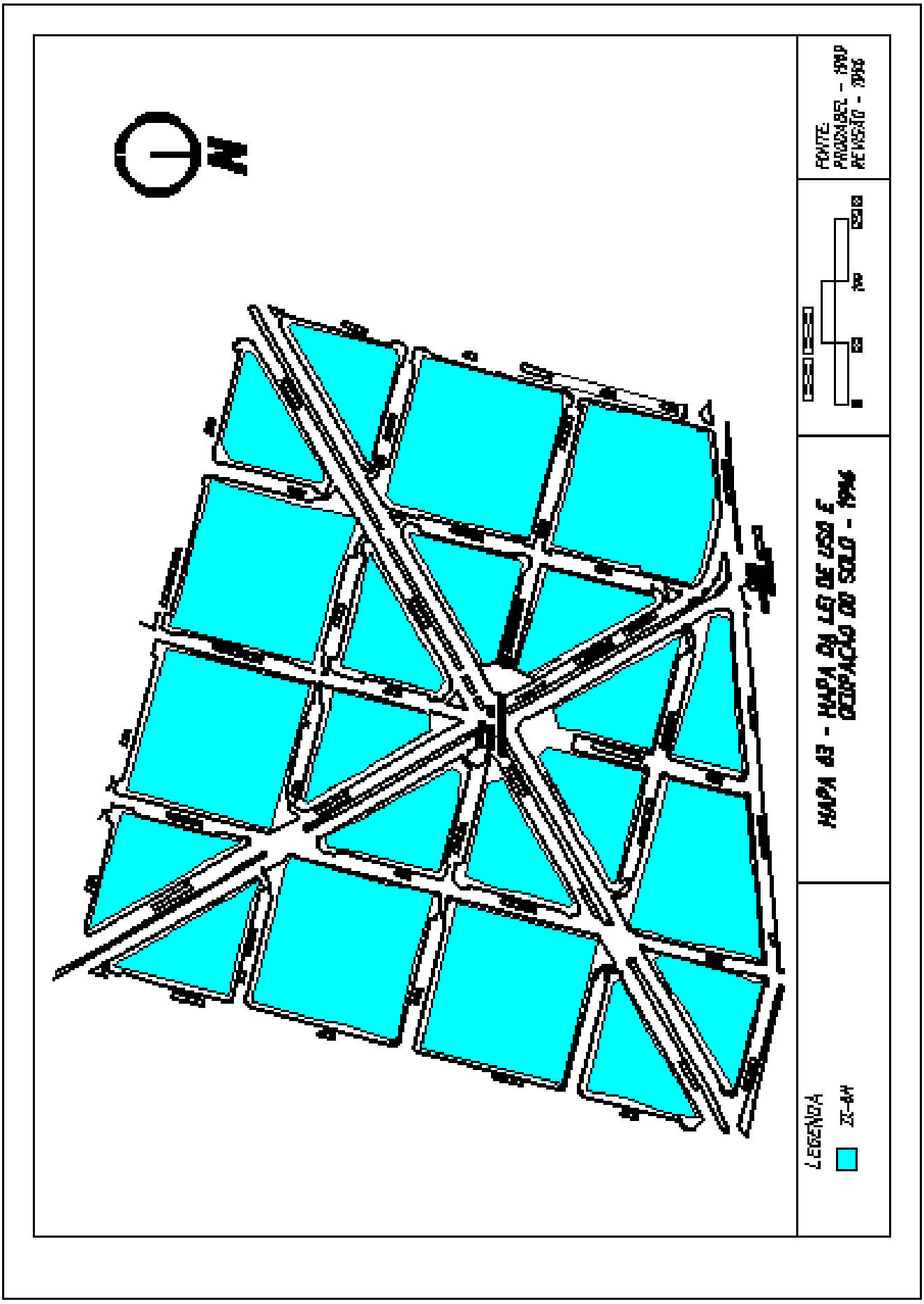
PARÂMETROS URBANÍSTICOS

Zoneamento	*Coeficiente de Aproveitamento*	*Quota de Terreno por Unidade Habitacional*	*Taxa de Ocupação*	*Taxa de Permeabilização*	*Altura Máxima na Divisa*	*Observações*
ZPAN	*0,05*	-	*0,02*	*95%*	-	*Ver 2 do art. 67*
ZP-1	*0,3*	*2.500 M2/UN*	*0,2*	*70%*	*5,0M*	-
ZP-2	*1,0*	*1.000 M2 /UN*	*0,5*	*30%*	*5,0M (exceto nas ADEs da Cidade Jardim e Pampulha)*	*Ver 2º do ART. 47, 2º do ART. 82 e ART. 90.*
ZP-3	*1,5*	*90 M2/UN*	*0,5*	*30%*	*5,0 M*	-
ZAR-1	*1,0*	*180 M2/UN*	-	*5,0 M*	*20%*	-
ZAR-2	*1,0*	*45 M2/UN*	-	*20%*	*5,0 M*	-
ZA	*1,5*	*40 M2/UN*	-	*20%*	*5,0M*	*Ver 4º e 5º do ART. 45*
ZAP	*1,7*	*25 M2/UN*	-	*20%*	*5,0M*	-
ZHIP	*3,0*	*10 M2/UN*	-	*20%*	*10,8 M (para a divisa de fundo)*	*Ver 2º do ART. 45*
ZCBH	*3,0*	*20 M2/UN*	-	*20%*	*10,8 M (exceto na ADE - Residencial Central)*	*Ver 2º do ART. 78*
ZCBA	*2,0*	*25 M2/UN*	-	*20%*	*9,0 M*	-
ZCVN	*2,0*	*25 M2/UN*	-	*20%*	*9,0 M*	-
ZEIS	-	-	-	-	-	*Sujeitas a legislação específica*
ZE	-	-	-	-	-	*Sujeitas a legislação específica*

TABELA 08 - Anexo IV, da Lei de Uso e ocupação do Solo de 1996

Tendo em vista a grande densidade já existente no local, a justificativa para o incentivo ao adensamento construtivo da área, dar-se-a pela mesma possuir a melhor infraestrutura de Belo Horizonte (rede de água, luz, esgoto e telefonia), está inserida dentro do limite da Avenida do Contorno, onde estão as ruas mais largas da cidade (ruas com largura = 20 m), situação esta não encontrada em muitos bairros da periferia, além disso a condição geotécnica favorável ao adensamento, com o predomínio de granito gnaisse.

Pode-se também ressaltar, que o zoneamento proposto acompanha a vocação de adensamento da área, mudando o caráter da região, que, gradativamente irá perder o caráter residencial, assumindo, definitivamente, o caráter comercial e de serviço. Podemos observar o zoneamento proposto no mapa a seguir.


N
LEGENDA
ZC-4W
MAPA 43 - MAPA DA LEI DE USO E OCUPAÇÃO DO SOLO - 1996
FONTE:
PROGRAMA SEL - 1996
REVISÃO - 2004

Conclui-se, então, que, com os parâmetros legais que foram definidos com as revisões das Leis de Uso e ocupação do Solo em 1976, 1986 e 1996, construtivamente, a região é incentivada ao seu crescimento, com possibilidades claras de adensamento construtivo e verticalização, tornando-se um pólo favorável de desenvolvimento aos segmentos do comércio e serviços.

Vale a pena ressaltar que, mesmo com a mudança de enfoque na definição dos parâmetros da Lei de 1996, o incentivo ao adensamento é consolidado, sugerindo o seguimento de uma vocação regional que já estava sendo identificada na região.

4.2. DESENVOLVIMENTO DOS SEGMENTOS DO COMÉRCIO E SERVIÇOS DE 1986 A 2000

CARACTERIZAÇÃO DOS USOS - 1986		
DESCRIÇÃO	NUM DE EDIFICAÇÕES	%
Residências	78	29.77%
Comércio e Serviços	177	67.56%
Lotes Vagos	7	2.67%
Total	262	100.00%

VERIFICAÇÃO DO DESEMPENHO DO USO COMERCIAL- 2000		
DESCRIÇÃO	NUM DE EDIFICAÇÕES	%
Comércio e Serviços	603	91.23%
Estabelecimentos Fechados	58	8.77%
Total	661	100.00%

Tabela 09 – Caracterização dos Usos na Região da Savassi em 1986 e 2000

GRÁFICO 01 - CARACTERIZAÇÃO DOS USOS - 1986

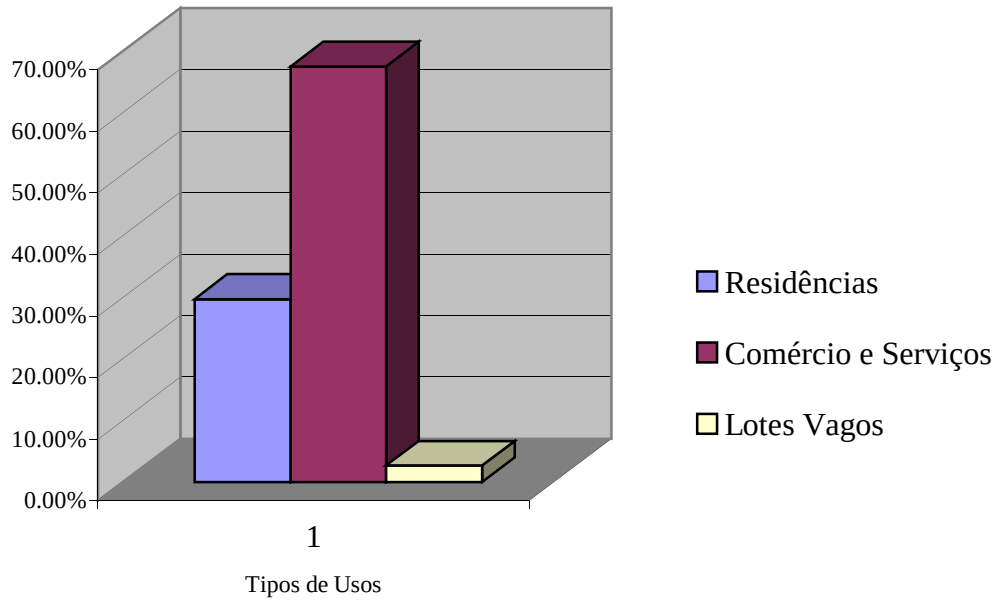
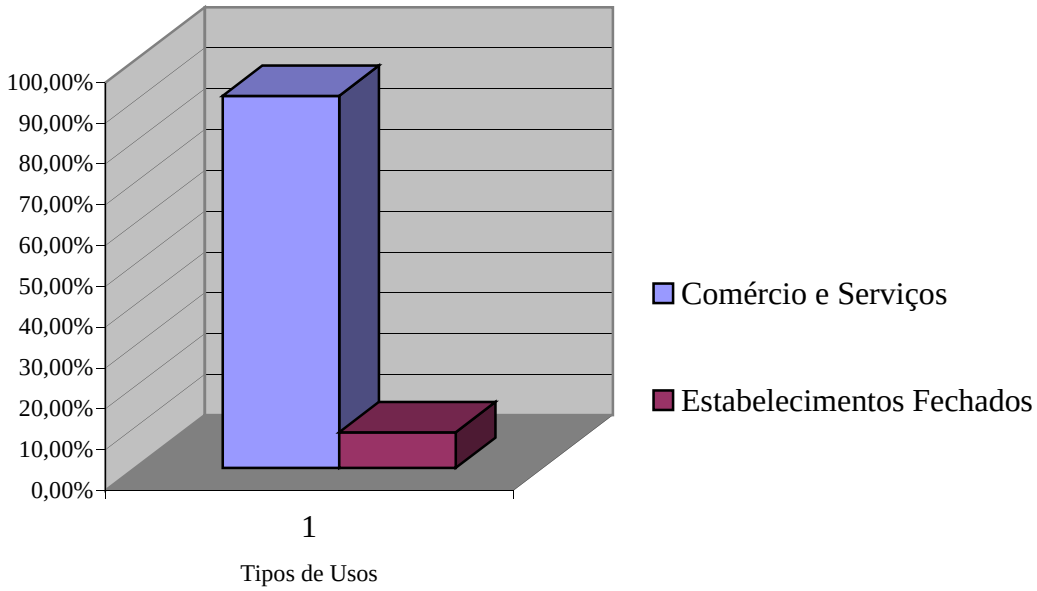


GRÁFICO 02 - VERIFICAÇÃO DO DESEMPENHO DO USO COMERCIAL- 2000



Conforme podemos observar nas tabelas e gráficos acima, o número de estabelecimento comerciais aumentou significantemente nestes últimos 15 anos, perdendo sua característica residencial, presente até final da década de 70.

MAPA 04 – CARACTERIZAÇÃO DOS USOS
NA REGIÃO DA SAVASSI EM 1986

N

LEGENDA

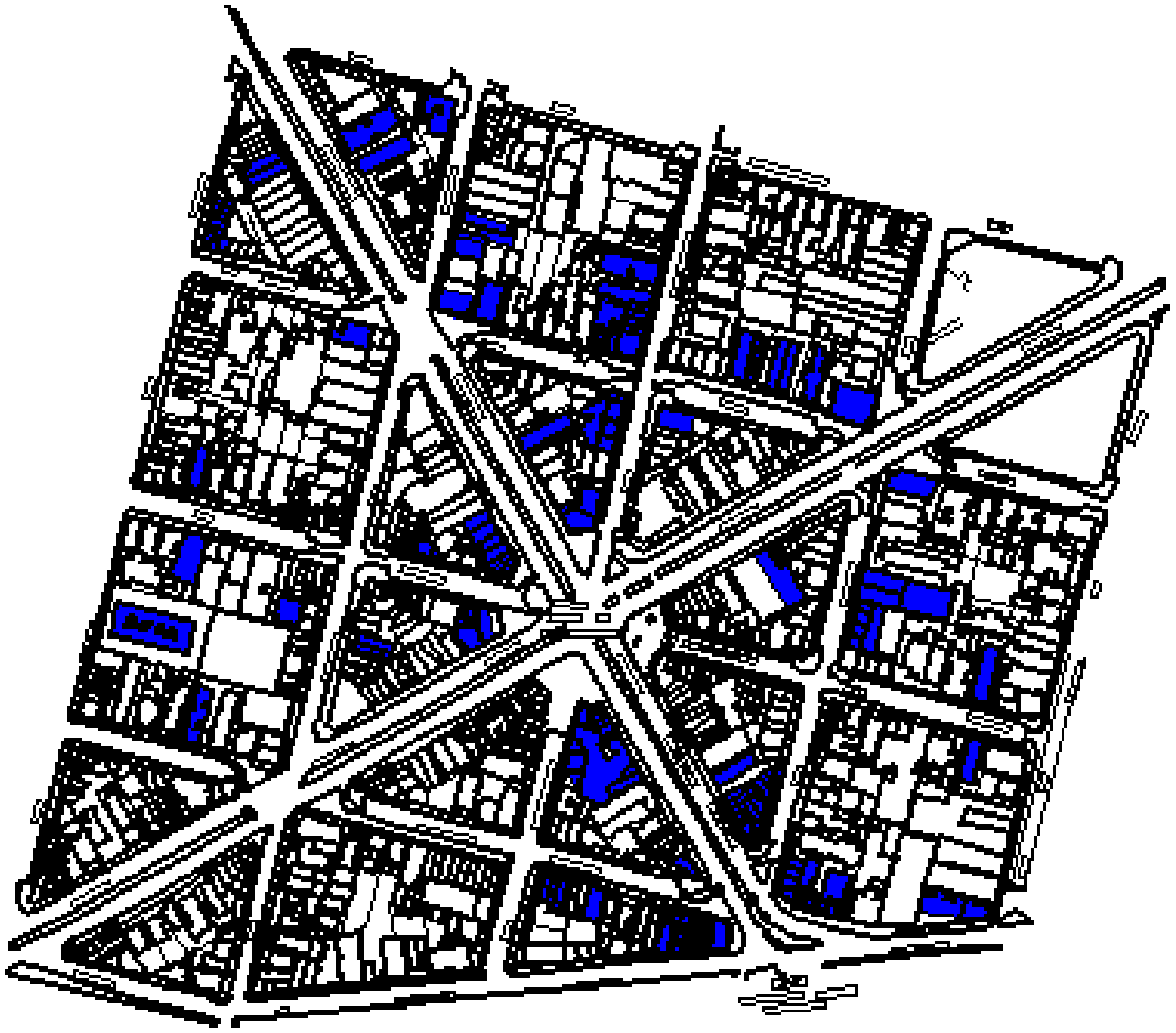
FONTE:
PRODABEL – 1986
REVISÃO – 1996

N

LEGENDA

MAPA 05 – CARACTERIZAÇÃO DOS USOS NA REGIÃO DA SAVASSI EM 2000

FONTE:
PRODABEL – 1988
REVISÃO – 1998



N

LEGENDA

MAPA 46 – IDENTIFICAÇÃO DA VERTICALIZAÇÃO DAS EDIFICAÇÕES NA REGIÃO DA SAVASSI EM BHMG

200

FONTE:
PRODABEL – 1989
REVISÃO – 1994

Nos mapas 04 e 05 podemos analisar, a mudança de vocação da região, observando, de maneira criteriosa, que, em 1986, havia uma setorização do uso residencial, nos quarteirões entre a Avenida do Contorno, Rua Alagoas, Rua Antônio de Albuquerque, Avenida Getúlio Vargas, Rua Paraíba, Rua dos Inconfidentes, Rua Alagoas, Rua Tomé de Souza e Rua Sergipe.

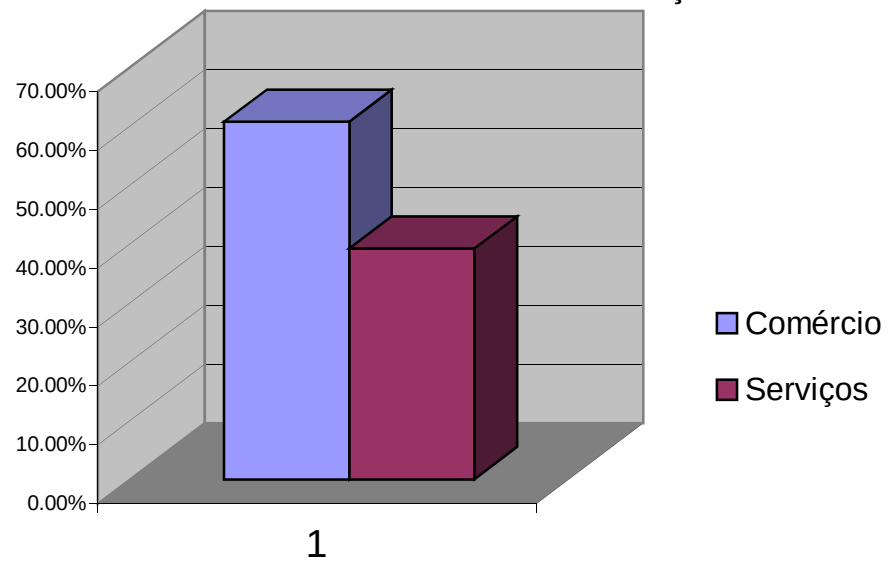
No ano de 2000, esta mancha diminui consideravelmente, deslocando-se e formando dois pequenos focos descentralizados. O primeiro foco situa-se entre a Rua Rio Grande do Norte, Rua Tomé de Souza, Rua Paraíba e Av. do Contorno. O segundo foco situa-se entre a Rua Tomé de Souza, Rua Alagoas, Avenida do Contorno e Rua Sergipe.

A vocação da região da Savassi, segundo estudos anteriores, estava direcionando-se, no início dos anos 80, para as atividades comerciais. Porém, devido a mudanças no cenário econômico da cidade de Belo Horizonte e o surgimento dos grandes pólos de vendas, os “shopping centers”, observou-se uma vocação regional, caminhando para o equilíbrio entre os segmento de comércio e serviços.

CATEGORIAS	DESCRIÇÃO DOS SEGMENTOS DE COMÉRCIO E SERVIÇOS	NUM DE ESTABELECIMENTOS	%	% TOTAL
Comércio	Comércio de Artigos Pessoais	185	33.45%	60,78%
	Comércio de Cosméticos e Perfumaria	18	3.25%	
	Comércio de Elétricos e Eletrônicos	31	5.61%	
	Comércio de móveis e artigos de decoração	62	11.21%	
	Comércio Ligado a Imprensa	33	6.00%	
	Comércio na Área de Finanças	3	0.54%	
	Comércio para veículos	4	0.72%	
Serviços	Serviços Alimentícios	124	22.42%	39,22%
	Serviços Elétricos e Eletrônicos	6	1.08%	
	Serviços ligados a atividades da casa	10	1.81%	
	Serviços ligados a estética	15	2.71%	
	Serviços Ligados a Imprensa	6	1.08%	
	Serviços na Área de Finanças	29	5.24%	
	Serviços para veículos	21	3.80%	
	Serviços Pessoais	6	1.08%	
Total		**553**	**100%**	**100%**

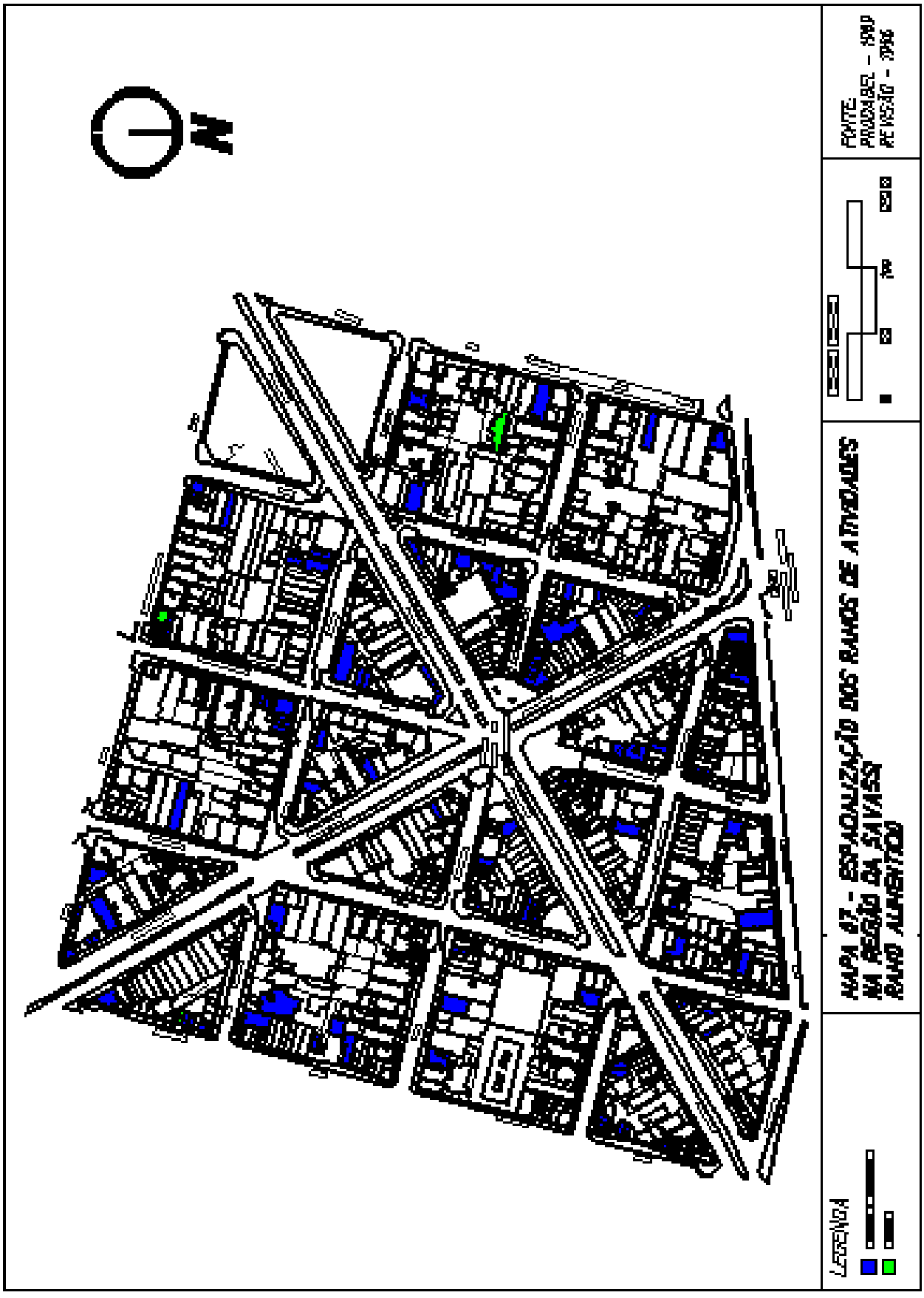
Tabela 10 – Caracterização dos Segmentos do Comércio e Serviços em 2000

GRÁFICO 03 - DESCRIÇÃO DOS SEGMENTOS DO COMÉRCIO E SERVIÇOS



Vale a pena ressaltar que, com os incentivos construtivos das leis ao adensamento, pode-se verificar uma verticalização da área bastante significativa no ano de 1986, principalmente nos quarteirões ao entorno da Praça Diogo de Vasconcelos, sempre tendendo a aumentar.

Com relação às atividades específicas dos segmentos do comércio e serviços na região, através de uma análise de sua distribuição espacial, podemos verificar que não há setorização de atividades comerciais, podendo trazer dificuldades em diagnósticos para direcionamento do desenvolvimento correto dos segmentos, bem como, na construção de cenários para análise de impactos na região.


LEGENDA
MAPA 07 - ESPACIALIZAÇÃO DOS RAMOS DE ATIVIDADES NA REGIÃO DA SAVASSI
RAMO ALIMENTÍCIO
FONTE:
PRODABEL - 1999
PESQUISA - 2006
N

N

LEGENDA

MAPA 68 – ESPACIALIZAÇÃO DOS RAMOS DE ATIVIDADES NA REGIÃO DA SAVASSI
RAMO OBJETOS E ACESSÓRIOS PARA CASA

100

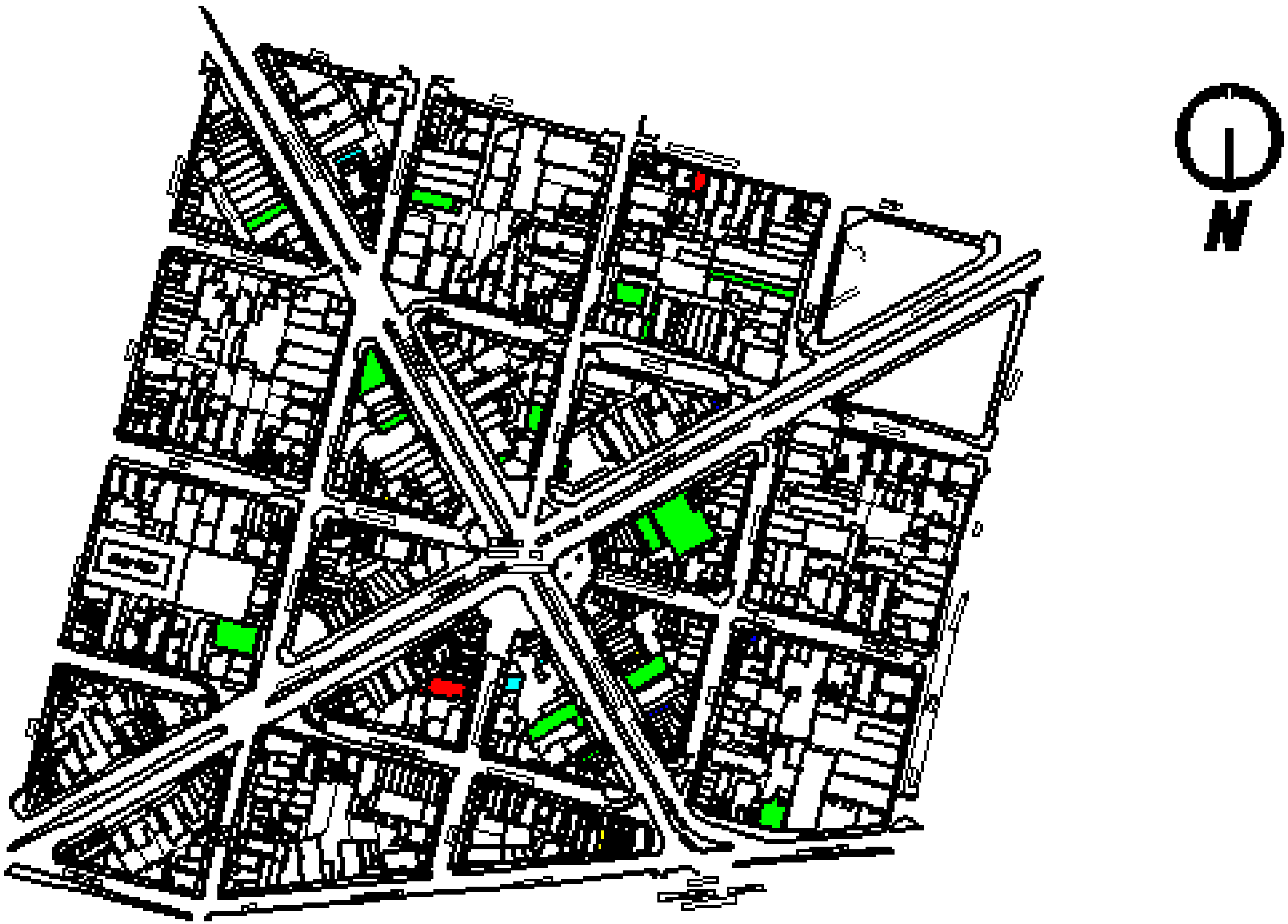
FONTE:
PRODABEL – 1988
REVISÃO – 1996

N

LEGENDA

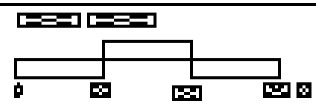
MAPA 9 – ESPACIALIZAÇÃO DOS RAMOS DE ATIVIDADES NA REGIÃO DA SAVASSI
RAMO SERVIÇOS, OBJETOS E ACESSÓRIOS PESSOAIS

FONTE:
PRODABEL – 1988
REVISÃO – 1996

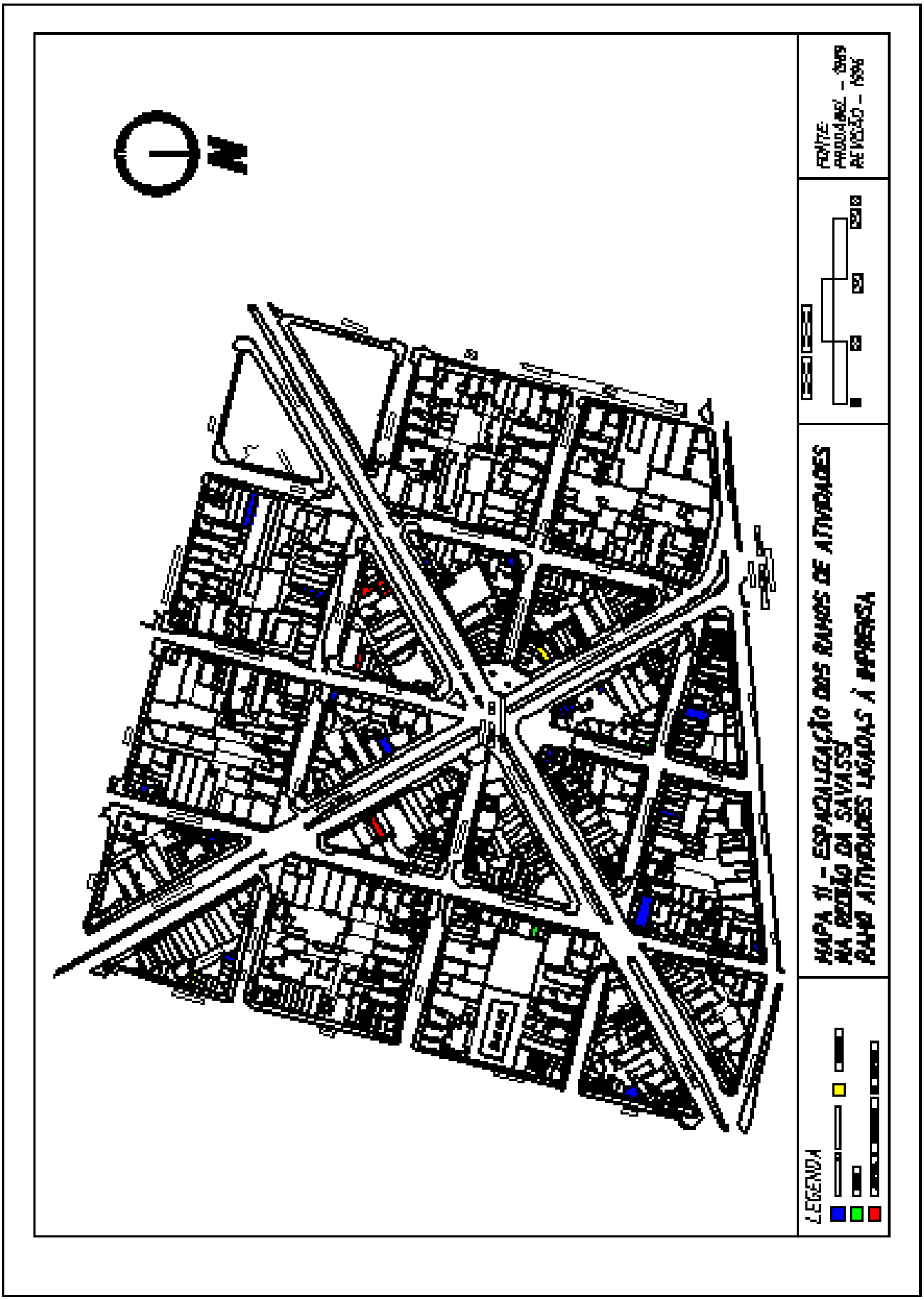


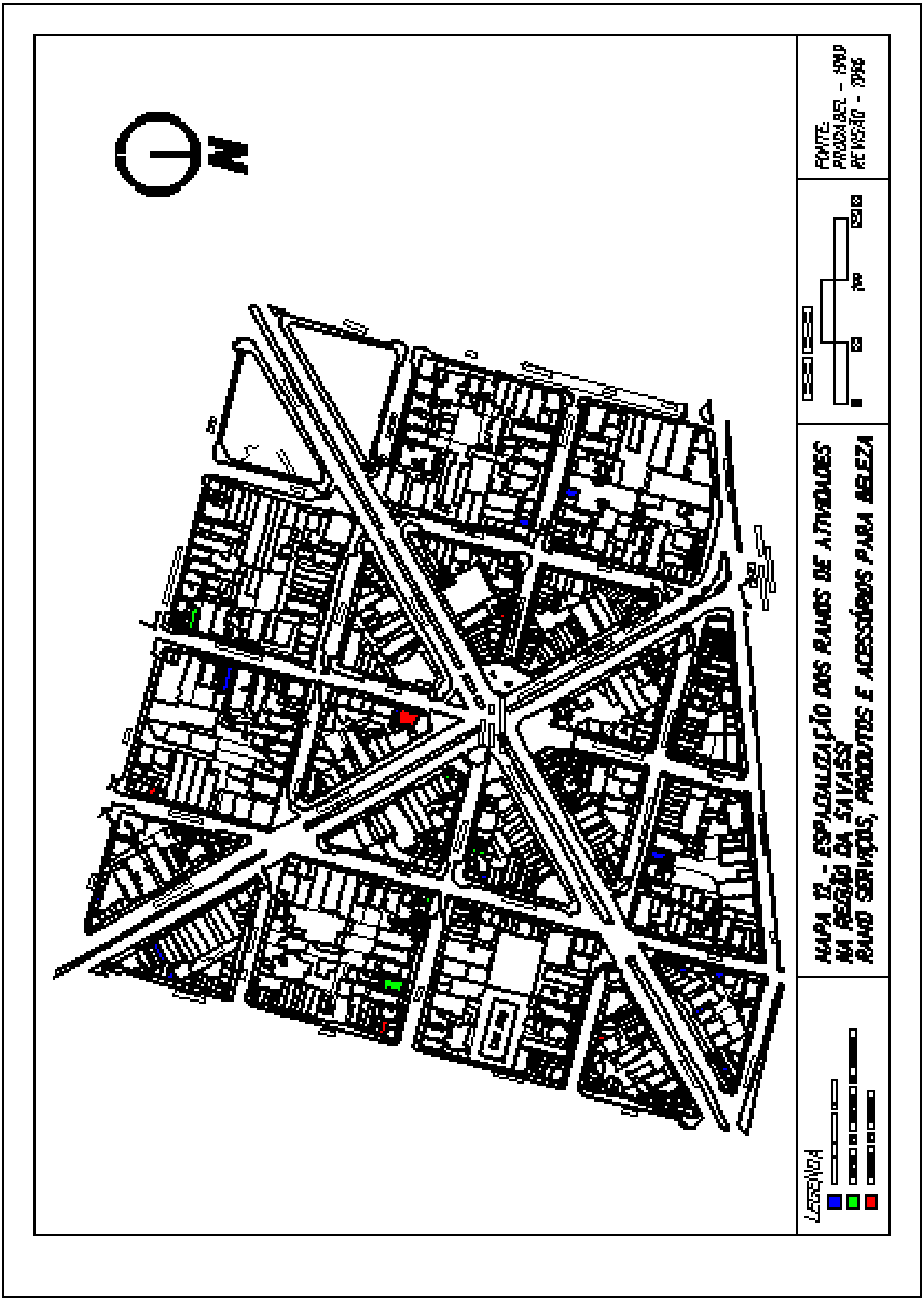
LEGENDA

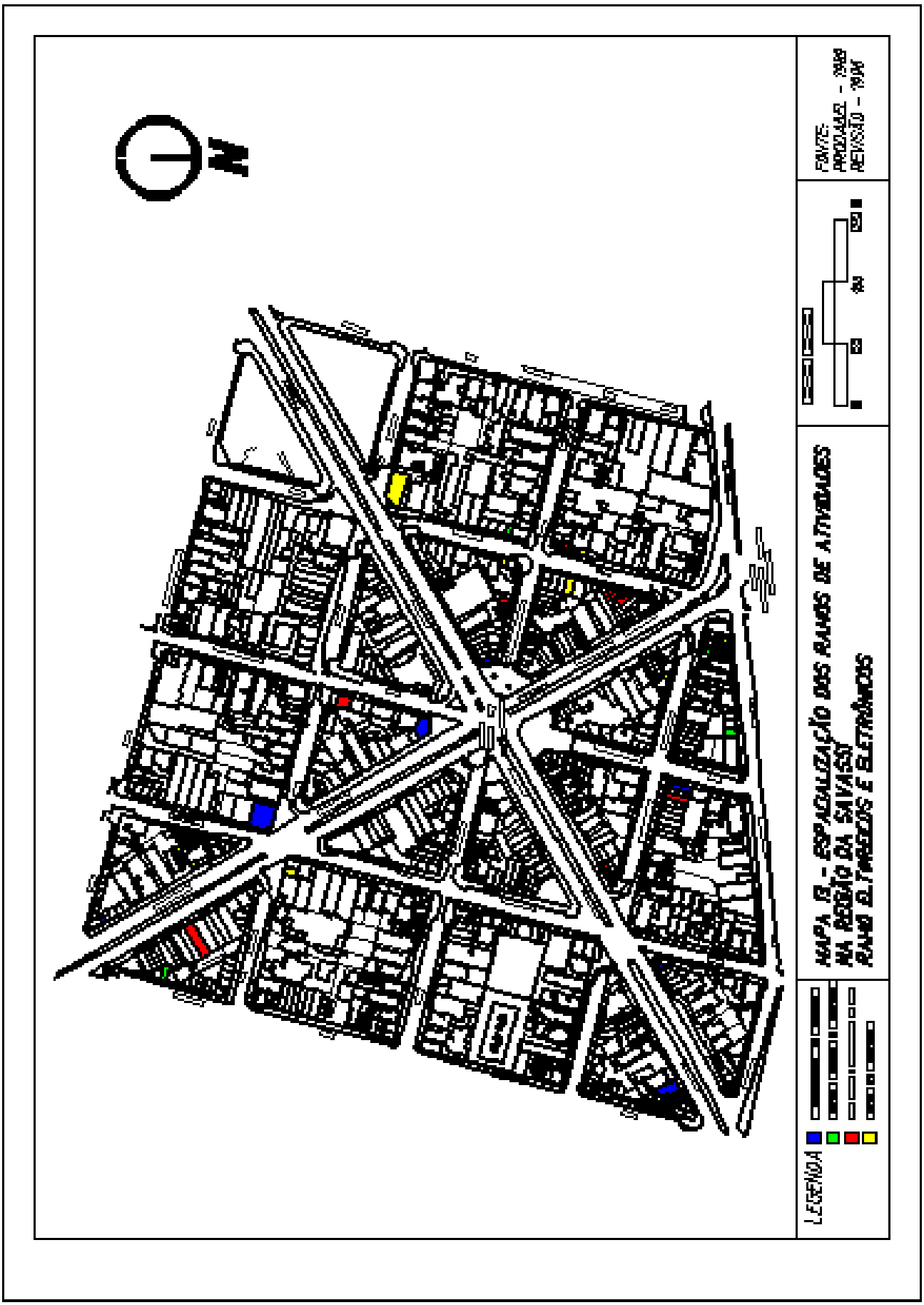
MAPA [illegible] - ESPACIALIZAÇÃO DOS RAMOS DE ATIVIDADES
NA REGIÃO DA SAVASSI
RAMO FINANCEIRO

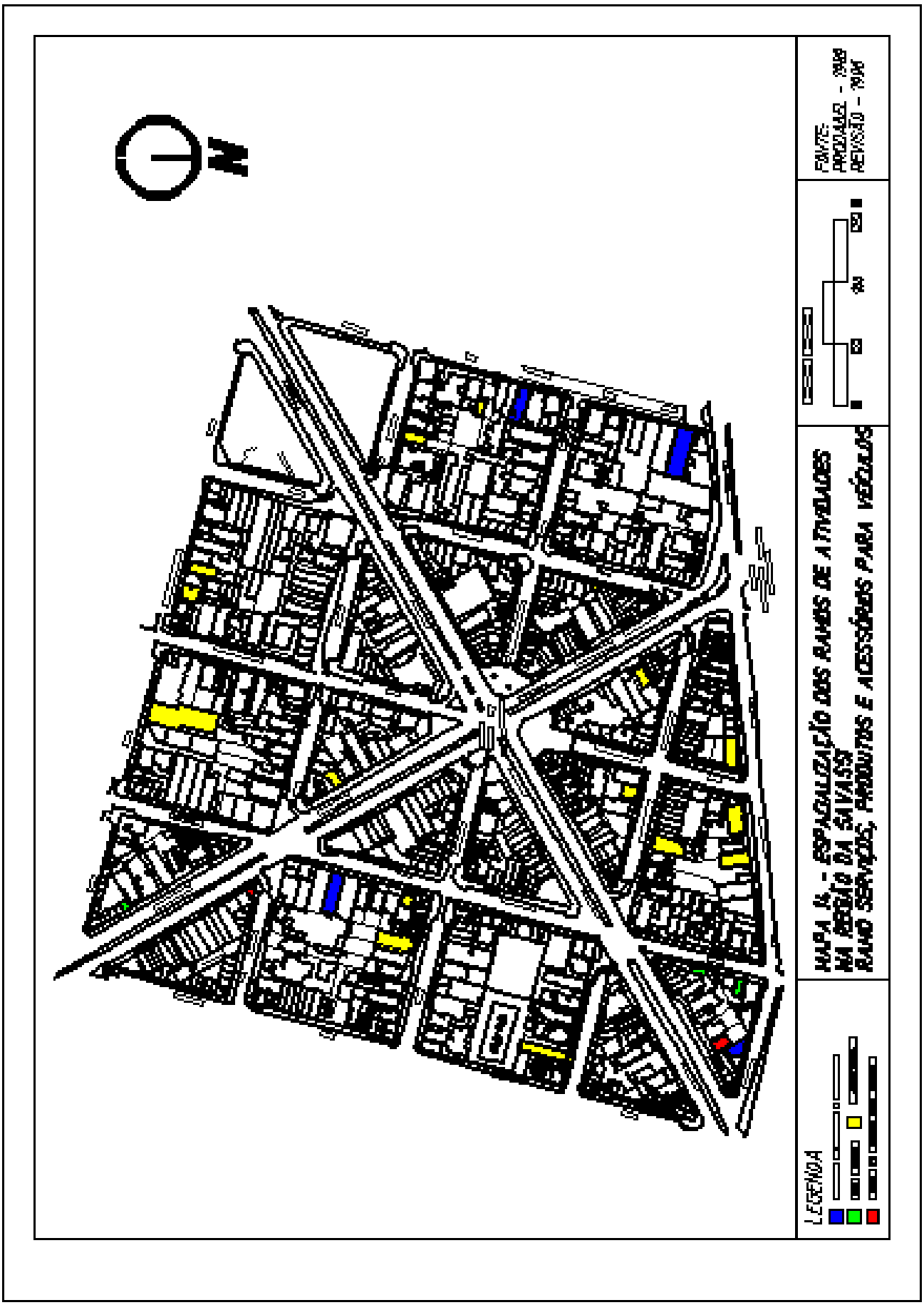


FONTE:
PRODABEL - 1989
REVISÃO - 1996


MAPA 11 – ESPACIALIZAÇÃO DOS RAMOS DE ATIVIDADES
NA REGIÃO DA SAVASSI
RAMO ATIVIDADES LIGADAS À IMPRENSA
LEGENDA
FONTE:
PRODABEL – 1989
REVISÃO – 1996
N


MAPA 12 - ESPACIALIZAÇÃO DOS RAMOS DE ATIVIDADES
NA REGIÃO DA 5 DE MAIO
RAMO SERVIÇOS, PRODUTOS E ASSOCIADOS PARA VENDA
LEGENDA
FONTE:
PREFEITURA - IPPUP
REVISÃO - 2006
N


N
LEGENDA
MAPA 8 - ESPACIALIZAÇÃO DAS RAMAS DE ATIVIDADES
NA REGIÃO DA SAVASSI
RAMO ELETRODOMÉSTICOS E ELETRÔNICOS
FONTE:
PREFEITURA - 1989
REVISÃO - 1994


LEGENDA
MAPA 14 - ESPACIALIZAÇÃO DOS RAMOS DE ATIVIDADES
NA REGIÃO DA SAVASSI
RAMO SERVIÇOS, PRODUTOS E ACESSÓRIOS PARA VEÍCULOS
FONTE:
PRODUÇÃO - 1989
REVISÃO - 1996

MAPA 05 - ESPACIALIZAÇÃO DOS RAMOS DE ATIVIDADES
NA ÁREDO DA SAVASSI
OUTROS RAMOS DO COMÉRCIO E SERVIÇOS
LEGENDA
FONTE:
PRODABEL - 2000
REVISADO - 2004

4.3. A SITUAÇAO ATUAL DOS SEGMENTOS DO COMÉRCIO E SERVIÇOS

Através da análise dos dados coletados em pesquisa de campo, pode-se analisar duas situações preocupantes nos segmentos do comércio e serviços:

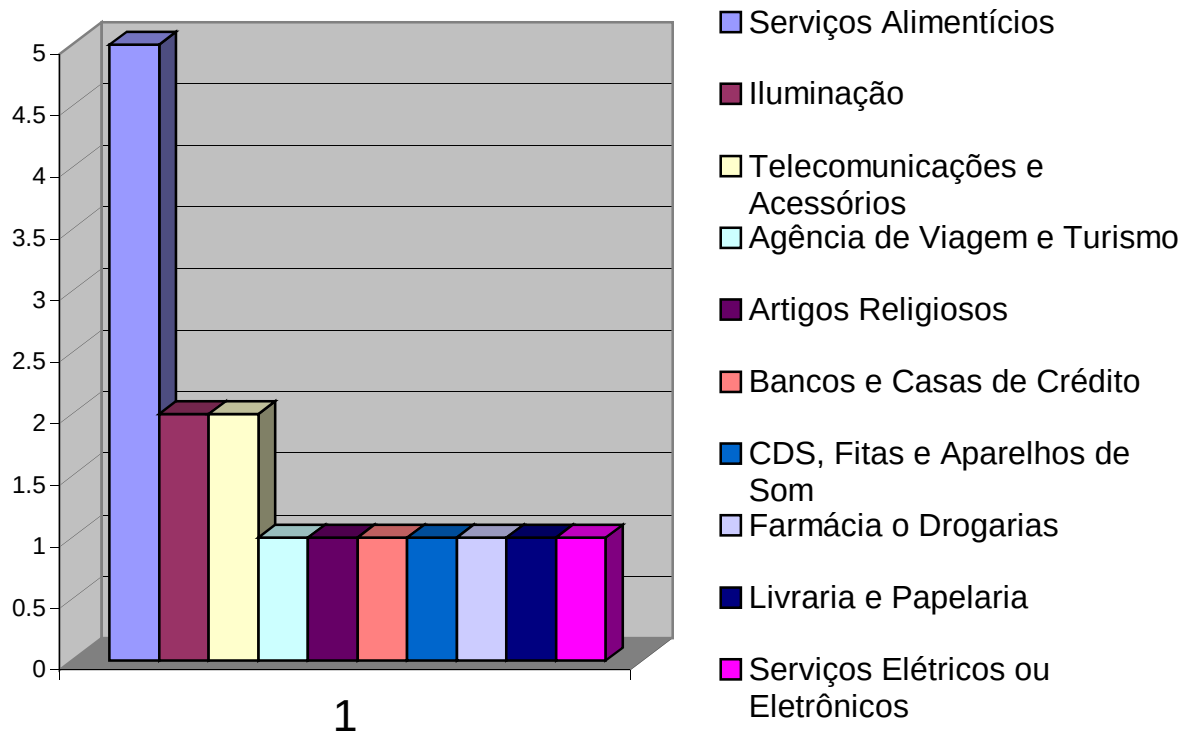
1. Índice preocupante de estabelecimentos comerciais e de serviços fechados (Aproximadamente 9% do total do comércio da região, conforme Tabela 10 – CARACTERIZAÇÃO DOS USOS - 2000);
2. Índice elevado de estabelecimentos degradados, cujos parâmetros principais de análise foram a poluição da fachada, atratibilidade e visibilidade das placas.

Em relação aos estabelecimentos fechados podemos verificar, que o ramo de atividade que possui maior rotatividade é o de serviços alimentícios, representando 29% (vinte e nove por cento) do total, atividade ligada ao lazer e requer maior permanência do cliente, identificando a área para uma vocação de região de transição.

CARACTERIZAÇÃO DOS ESTABELECIMENTOS FECHADOS - 2000		
RAMOS DE ATIVIDADES	NUM DE ESTABELECIMENTOS	%
Serviços Alimentícios	5	31%
Iluminação	2	13%
Telecomunicações e Acessórios	2	13%
Agência de Viagem e Turismo	1	6%
Artigos Religiosos	1	6%
Bancos e Casas de Crédito	1	6%
CDS, Fitas e Aparelhos de Som	1	6%
Farmácia o Drogarias	1	6%
Livraria e Papelaria	1	6%
Serviços Elétricos ou Eletrônicos	1	6%
TOTAL	16	100%

Tabela 11 – Caracterização dos Estabelecimentos Comerciais e de Serviços Fechados na Região

GRÁFICO 04 - CARACTERIZAÇÃO DOS ESTABELECIMENTOS FECHADOS



Através de uma análise espacial, podemos verificar que também não há uma área definida onde existe uma maior rotatividade de atividades comerciais e de serviços, podendo concluir que, toda a região precisaria de uma reformulação de conceitos e estratégias de atratibilidade visual do estabelecimento e de novos clientes, para evitar este grande número de estabelecimentos fechados, que significa uma queda na renda da atividade, de maneira geral.

N

LEGENDA

ESTABELECIMENTOS FECHADOS

MAPA 16 – ESPACIALIZAÇÃO DOS ESTABELECIMENTOS FECHADOS NA REGIÃO DA SAVASSI

FONTE:
PESQUISA DE CAMPO – 1998
REVISÃO – 1998

Em relação a poluição visual do estabelecimentos, que tem como consequência a degradação visual e, até mesmo econômica, da região, verificamos que o seu índice de ocorrência é muito significativo, representando 21% (vinte e um por cento) do comércio e serviço local.

TIPO DE ATIVIDADE	NUM DE ESTABELECIMENTOS	%
COMÉRCIO DE ROUPAS FEITAS, TECIDOS E AFINS	121	26.19%
COMÉRCIO ALIMENTÍCIO	95	20.56%
MÓVEIS, COLCHÕES E ARTIGOS DE DECORAÇÃO	40	8.66%
LIVRARIA E PAPELARIA	21	4.55%
BANCO E CASAS DE CRÉDITO	17	3.68%
ÓTICA	14	3.03%
SAPATOS E ACESSÓRIOS	13	2.81%
ESTACIONAMENTO	11	2.38%
SALÃO DE BELEZA E AFINS	10	2.16%
CDS, FITAS E APARELHOS DE SOM	9	1.95%
TELECOMUNICAÇÕES E ACESSÓRIOS	9	1.95%
OUTROS SERVIÇOS	8	1.73%
BIJOUTERIAS	7	1.52%
FARMÁCIA OU DROGARIA	7	1.52%
JOALHERIA E RELOJOARIA	7	1.52%
COMÉRCIO DE COSMÉTICOS E PERFUMARIA	6	1.30%
ARTIGOS DE INFORMÁTICA	6	1.30%
MATERIAIS FOTOGRÁFICOS E REVELAÇÃO	6	1.30%
CONSULTÓRIO MÉDICO OU ODONTOLÓGICO	6	1.30%
AGÊNCIA DE VIAGEM E TURISMO	5	1.08%
ACADEMIA DE GINÁSTICA E AFINS	4	0.87%
LOTERIA	4	0.87%
IMOBILIÁRIA	3	0.65%
JORNAL	3	0.65%
COMÉRCIO DE VEÍCULOS E ACESSÓRIOS	3	0.65%
JOGOS, BINGOS E AFINS	3	0.65%
ILUMINAÇÃO	3	0.65%
AUTO ESCOLAS	3	0.65%
SERVIÇOS ELÉTRICOS OU ELETRÔNICOS	3	0.65%
FLORICULTURA	2	0.43%
ARTIGOS RELIGIOSOS	2	0.43%
MATERIAIS DE CONSTRUÇÃO E ACESSÓRIOS	2	0.43%
PADARIA	2	0.43%
CORREIOS	2	0.43%
POSTO DE GASOLINA OU LAVAJATO	1	0.22%
CONSTRUTORA	1	0.22%
ARTIGOS DE VETERINÁRIA	1	0.22%
COPIADORA	1	0.22%
BRINQUEDOS	1	0.22%
TOTAL	**462**	**100.00%**

Tabela 12 – Estabelecimentos Comerciais e de serviços que apresentam poluição na fachada

Analisando os estabelecimentos poluídos, também verificamos que o ramo de atividade que apresenta com maior frequência esta característica é o comércio de roupas feitas, representando aproximadamente 26% (vinte e seis por cento) do total, ressaltando que o mesmo é o que tem maior ocorrência na região.

No levantamento realizado em campo, considerou-se “tipos de poluição na fachada os seguintes itens:

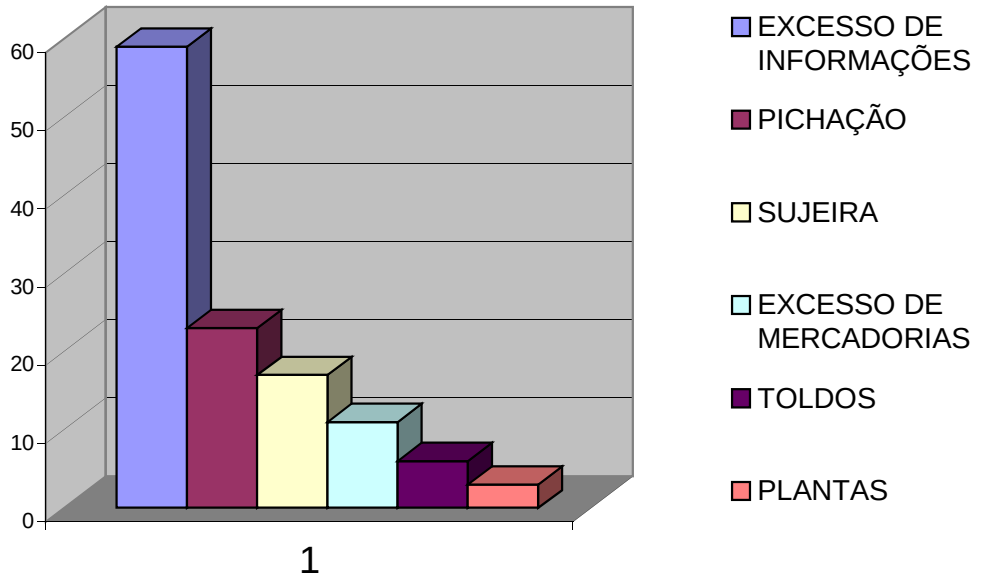
- Excesso de informações;
- Excesso de mercadorias;
- Plantas;
- Toldos;
- Pichação;
- Sujeira.

A maior ocorrência de poluição é a do item “excesso de informações”, o que comprova a falta de um projeto arquitetônico ou de uma orientação profissional, na elaboração do layout visual do mesmo, muitas vezes comprometendo o faturamento do estabelecimento e deixando de atrair um maior número de clientes.

TIPO DE POLUIÇÃO	NUM DE ESTABELECIMENTOS	%
EXCESSO DE INFORMAÇÕES	59	49.58%
PICHAÇÃO	23	19.33%
SUJEIRA	17	14.29%
EXCESSO DE MERCADORIAS	11	9.24%
TOLDOS	6	5.04%
PLANTAS	3	2.52%
TOTAL	**119**	**100.00%**

Tabela 13 – Caracterização dos Tipos de Poluição na fachada dos estabelecimentos comerciais e de serviços

GRÁFICO 05 - CARACTERIZAÇÃO DOS TIPOS DE POLUIÇÃO NA FACHADA DOS ESTABELECIMENTOS COMERCIAIS E DE SERVIÇOS



TIPOS DE ATIVIDADES	NUM DE ESTABELECIMENTOS	%
COMÉRCIO ALIMENTÍCIO	13	22.03%
COMÉRCIO DE ROUPAS FEITAS, TECIDOS E AFINS	5	8.47%
SAPATOS E ACESSÓRIOS	4	6.78%
SALÃO DE BELEZA E AFINS	4	6.78%
MÓVEIS, COLCHÕES E ARTIGOS DE DECORAÇÃO	4	6.78%
ILUMINAÇÃO	3	5.08%
CHAVEIROS E AFINS	3	5.08%
ARTIGOS DE INFORMÁTICA	3	5.08%
BIJOUTERIAS	2	3.39%
CDS, FITAS E APARELHOS DE SOM	2	3.39%
LOTERIA	2	3.39%
COPIADORA	2	3.39%
COMÉRCIO DE VEÍCULOS E ACESSÓRIOS	1	1.69%
ESTACIONAMENTO	1	1.69%
FARMÁCIA OU DROGARIA	1	1.69%
LAVANDERIA	1	1.69%
TELECOMUNICAÇÕES E ACESSÓRIOS	1	1.69%
LIVRARIA E PAPELARIA	1	1.69%
MATERIAIS FOTOGRÁFICOS E REVELAÇÃO	1	1.69%
ÓTICA	1	1.69%
PADARIA	1	1.69%
POSTO DE GASOLINA OU LAVAJATO	1	1.69%
SERVIÇOS ELÉTRICOS OU ELETRÔNICOS	1	1.69%
JOALHERIA E RELOJOARIA	1	1.69%
TOTAL	**59**	**100.00%**

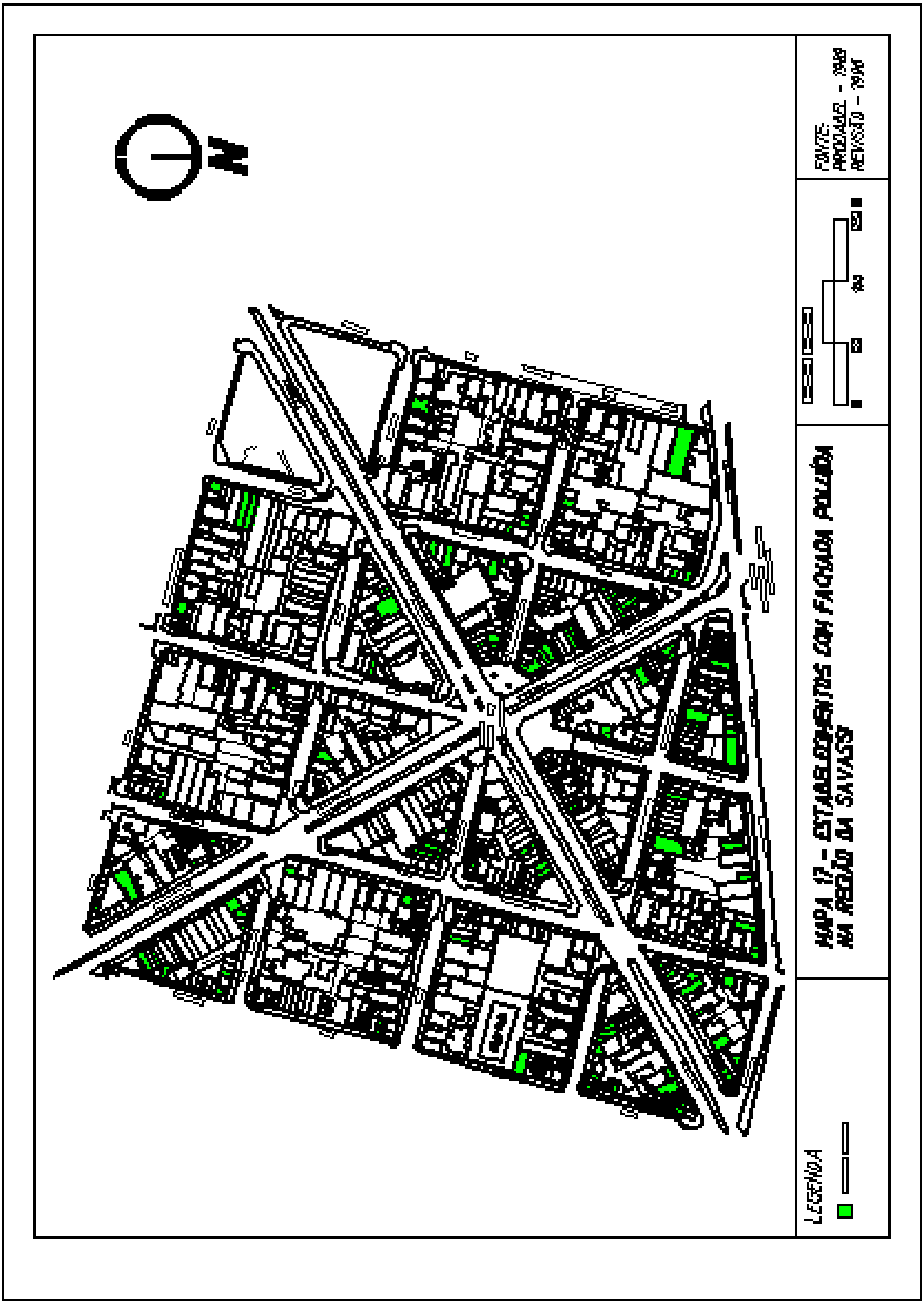
Tabela 14 – Caracterização dos Ramos de Atividades que possuem poluição de fachada o tipo “excesso de informações”

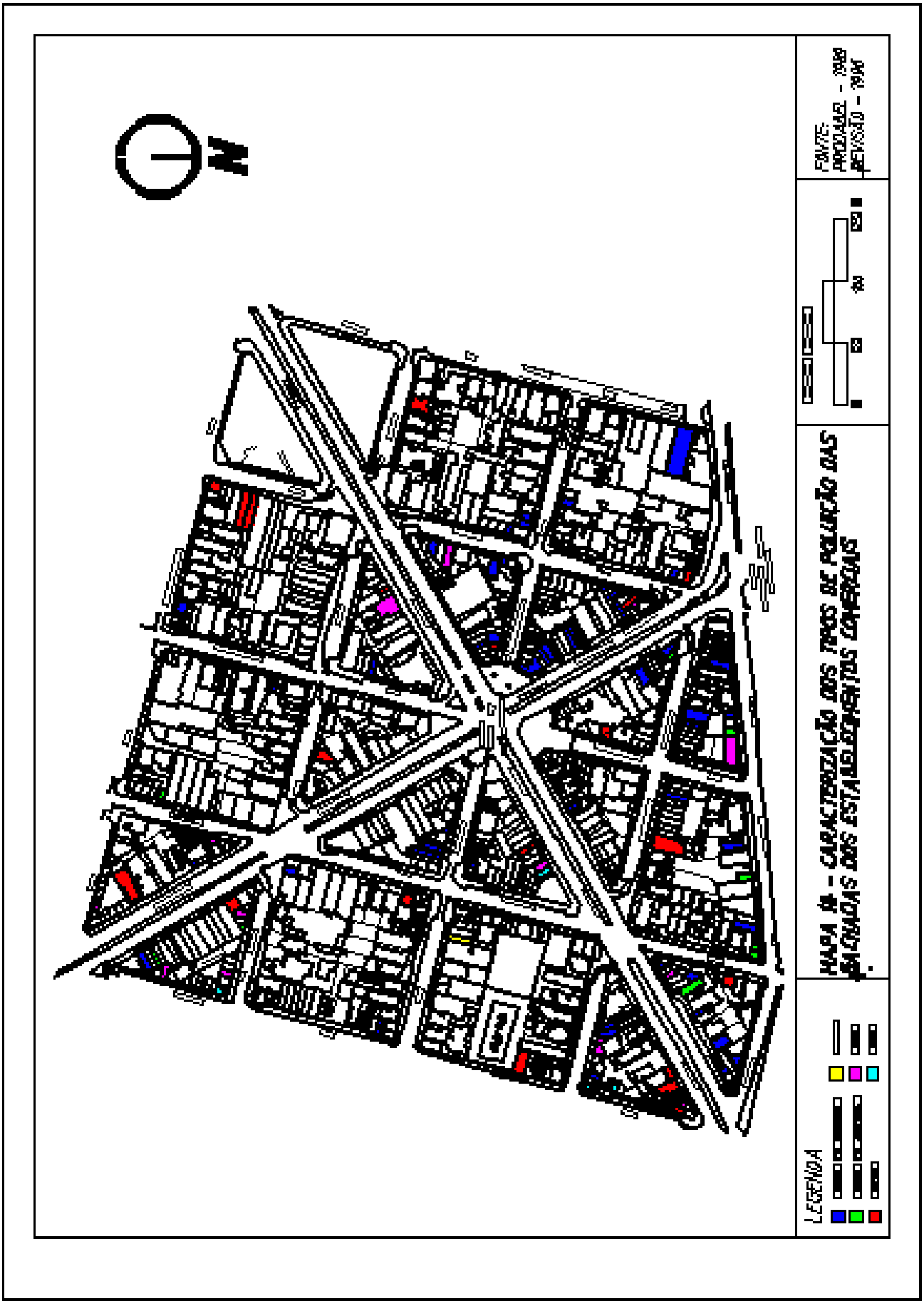
Analisando o aspecto “excesso de informações”, com o objetivo de elaborar uma atuação mais pontual para evitar que o estabelecimento permaneça poluído, verificamos que, o segmento que menos planeja o seu “layout” é o de serviços alimentícios.

Para fins de normatização e revitalização dos estabelecimentos, sugere-se uma discussão, junto aos órgãos da política pública para elaboração de regulamentos, junto ao Código de Posturas, de posicionamento de elementos na fachada de estabelecimentos de usos comercial e de serviços, de modo que se possa evitar o alto índice do tipo de poluição “excesso de informações”.

Através da análise espacial deste aspecto, verificamos que não há uma área degradada, que, infelizmente, a degradação está ocorrendo na região como um todo, ressaltando o setor alimentício que é o que possui maiores índices de poluição de fachada e de estabelecimentos fechados, necessitando de uma intervenção global para recuperação e revitalização das características arquitetônicas e urbanas da mesma.

Deve-se observar também, que os estabelecimentos situados na região próxima à Av do Contorno, têm um nível de degradação elevado pois a mesma tem característica de “borda urbana”, ou seja, faixa de transição, resultando numa área de desvalorização comercial.


N
LEGENDA
MAPA 17 – ESTABELECIMENTOS COM FACHADA POLUÍDA
NA REGIÃO DA SAVASSI
FONTE:
PRODUZIDO – 1989
REVISÃO – 1994


N
LEGENDA
MAPA 4 – CARACTERIZAÇÃO DOS TIPOS DE POLUIÇÃO DAS FACHADAS DOS ESTABELECIMENTOS COMERCIAIS
FONTE:
PESQUISA DE CAMPO - 2009
REVISÃO - 2010

Uma outra preocupação em relação ao aspecto físico e composição de fachada dos estabelecimentos comerciais é a colocação e layout da placa, que, na maioria dos estabelecimentos, não é atrativa aos clientes, não possuindo um estudo de layout e composição estética, principalmente na proporção entre o tamanho da placa e a área de fachada do mesmo.

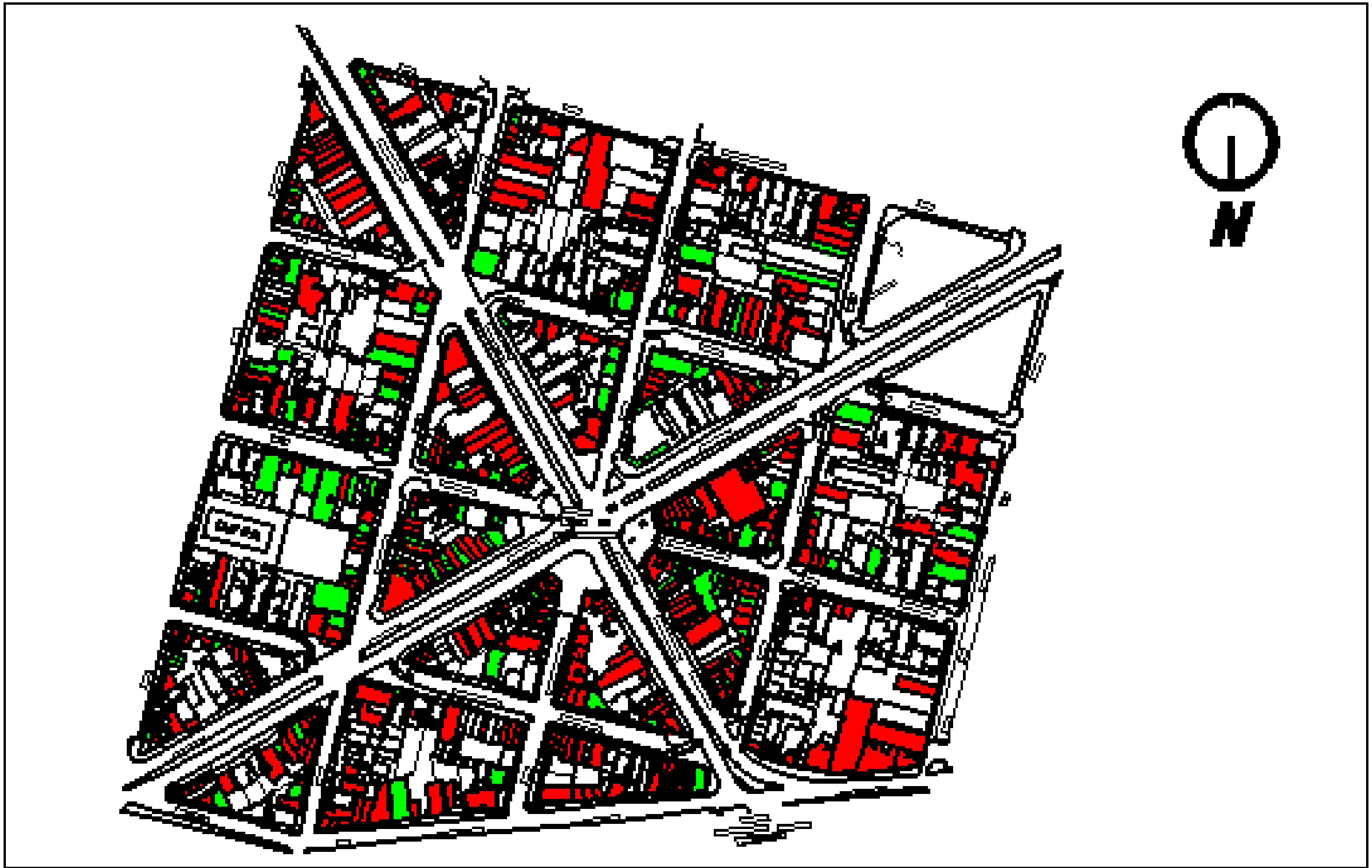
Um elevado número de estabelecimentos não possuem placa atrativa, representando, aproximadamente, 75% (setenta e cinco por cento) do total.

Um aspecto que não se encontra problemático é a “visibilidade da placa”, onde o número de estabelecimentos cuja placa não é visível, aproxima-se de 5% (cinco por cento), uma vez que, os lojistas da região exageram no tamanho da mesma imaginando, que assim atrairá um maior número de clientes. Pesquisas analisaram que isto não ocorre, muito pelo contrário, que o efeito causado pelo exagero do tamanho das placas é de desconforto visual para os pedestres que por ali transitam.

Temos também o caso oposto, de estabelecimentos que não possuem placa, representando uma pequena parte do comércio da região de, aproximadamente, 4% (quatro por cento) e os estabelecimentos, cujo nome está escrito em faixas provisórias fixadas na fachada, ou seja, 1% (um por cento).

Uma tendência que observa-se no comércio dos países europeus e dos Estados Unidos, é a substituição das apelativas placas por nomes inscritos na própria vitrine ou toldos (quando os mesmo estão em proporção com a estética da fachada). Verificamos o início desta tendência, representando um ponto positivo na evolução estética dos estabelecimentos, representando 3% (três por cento) do comércio estabelecido.

Concluindo os aspectos expostos, podemos dizer que a área de atuação para recuperação dos aspectos construtivos e de atratibilidade deve ser global, uma vez que os fenômenos estão acontecendo na área como um todo, sem identificação de uma setorização.



MAPA 19 – VERIFICAÇÃO DA ATRATIVIDADE DAS PLACAS DOS ESTABELECIMENTOS COMERCIAIS

FONTE:
PRODABEL
REVISÃO

N
LEGENDA
MAPA 20 - VERIFICAÇÃO DA VISIBILIDADE DAS PLACAS
NOS ESTABELECIMENTOS COMERCIAIS
FONTE:
PRODAAR - 1989
REVISÃO - 1996

LEGENDA

MAPA 21 - ESPACIALIZAÇÃO DAS ÁREAS DEGRADADAS NA REGIÃO DA SAVASSI

FONTE:
PRODABEL - 1989
REVISÃO - 1996

5. CONCLUSÃO

Após a análise dos resultados alcançados, poderemos apontar diretrizes para o desenvolvimento de um Plano Diretor Regional para a região da Savassi, que constitue-se de instrumentos de implementação destas diretrizes, bem como das definidas pelo Plano Diretor do Município segundo as especificidades regionais.

O Plano Diretor Regional é composto por fases a saber:

FASE I – PREPARATÓRIA

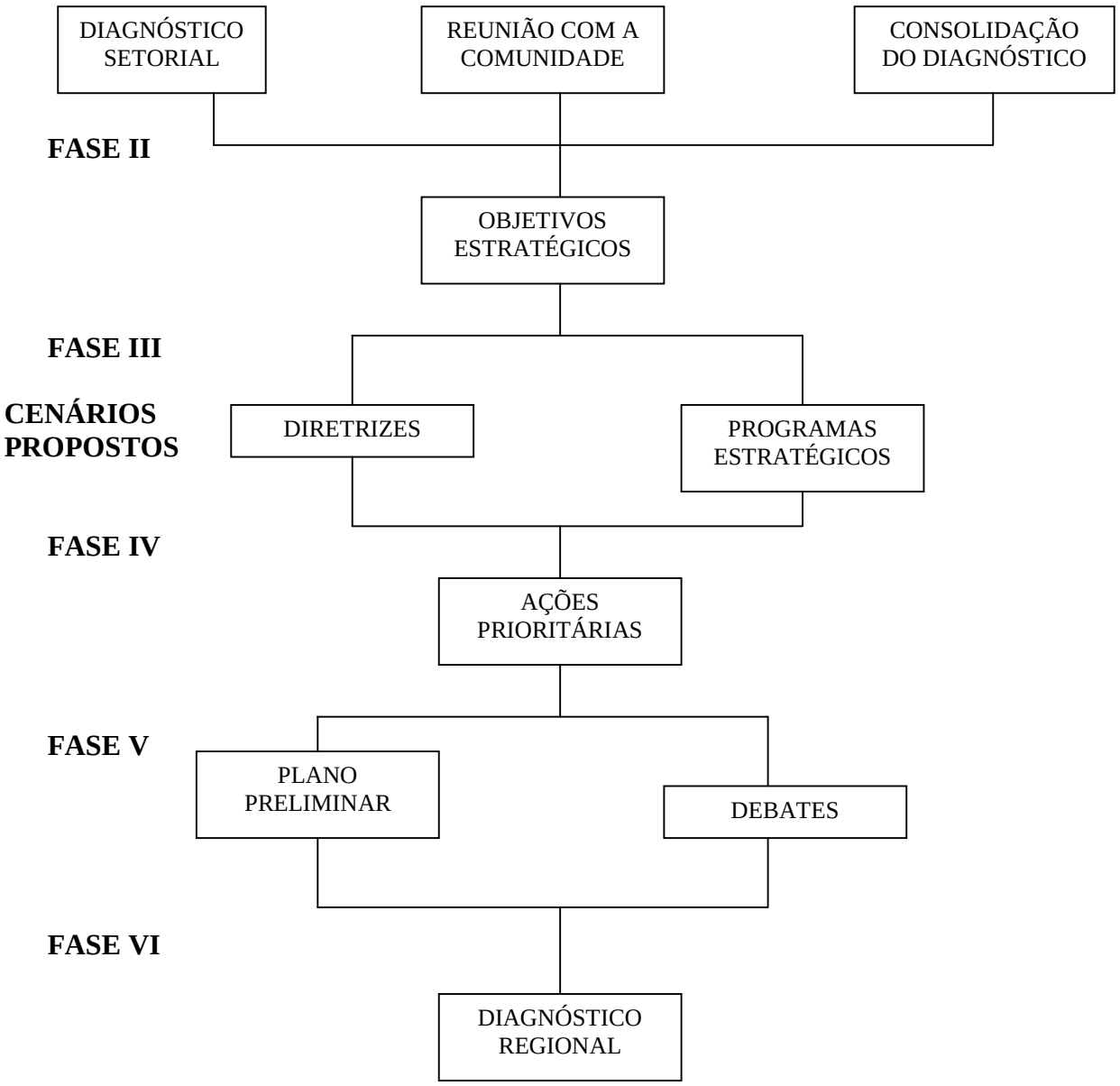


Figura 13 – Fluxograma de elaboração de um Plano Diretor Regional

A contribuição deste trabalho para com o Plano Diretor Regional, compõe as Fases I e III de elaboração e implantação do mesmo.

Para a **FASE I – APOIO A DECISÃO**, esta ferramenta serviria como um apoio para as reuniões com a comunidade, através da geração de cartas temáticas demonstrando a realidade local e simulações, que comprovam para as pessoas as propostas de intervenção ou projetos.

Para a **FASE III – CENÁRIOS E PREVISÕES**, através de simulações no computador das consequëncia das mudanças, com incentivo à setorização de atividades, para que se possa realizar estudos de **CENÁRIOS** com as diretrizes propostas.

A utilização da ferramenta de geoprocessamento, bem como o Sistema de Informações Geográficas – SIG é importante, principalmente para a área de geomarketing, pois possibilita a otimização e troca de dados com profissionais de outros setores, bem como a possibilidade de construção de cenários, conforme dito anteriormente.

Uma outra vantagem da ferramenta é a possibilidade de cruzamento de dados multidisciplinares de diferentes setores da administração pública e o setor privado, possibilitando análises mais criteriosas da realidade local e orientando propostas de intervenções mais específicas.

Esta é uma obra aberta, analisada através da visão de um arquiteto-urbanista, suscetível a várias outras interpretações, enfocadas em várias áreas de estudos diferentes, permitindo leituras diversas. Este trabalho não pode ser considerado encerrado, uma vez que o mesmo deve ser complementado de análises sob o ponto de vista econômico, social, entre outros.

4. REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- Câmara de Dirigentes Lojista de Belo Horizonte – CDL/BH, Escola de Arquitetura – EA-UFMG, Instituto dos Arquitetos do Brasil – IAB/MG e SEBRAE-MG. *Diagnóstico Urbanístico do Comércio de Venda Nova*. Belo Horizonte, 1999.
- Câmara de Dirigentes Lojista de Belo Horizonte – CDL/BH, e SEBRAE-MG. *Diagnóstico Tecnológico do Comércio da Regional Centro-Sul*. Belo Horizonte, 2000.
- FIGUEIREDO, Myrna Pimenta de. *Imagens de um belo horizonte o turismo como uma estratégia de desenvolvimento local*. Dissertação das Faculdades de Ciências Econômicas. Belo Horizonte, 2001.
- GEARY, Danna. *O Impacto Visual da sua Loja: O primeiro passo para Atrair Clientes*. Ed. CITC – CDL/BH. Belo Horizonte, 1998.
- Prefeitura Municipal de Belo Horizonte. *Plano Diretor de Belo Horizonte. Lei de usos e Ocupação do Solo- Estudos Básicos.* Belo Horizonte, 1996.
- Prefeitura Municipal de Belo Horizonte. *Lei de Uso, Parcelamento e Ocupação do Solo de Belo Horizonte*. Belo Horizonte, 1986.
- Prefeitura Municipal de Belo Horizonte. *Lei de Uso, Parcelamento e Ocupação do Solo de Belo Horizonte*. Belo Horizonte, 1996.
- PRODABEL. *Conheça Belo Horizonte*. Belo Horizonte, 1976.
- Revista AP Cidades. *Revitalização Urbana de Poços de Caldas*. Pág. 87 – 103. Belo Horizonte, Novembro de 1995.
- Revista Planejar BH. *Plano Diretor Regional de Venda Nova*. Pág. 43 – 46. Belo Horizonte, Abril de 2000. Publicação da Secretaria Municipal de Planejamento Urbano / PBH.
- TURKIENICZ e MALTA. Benamy e Maurício. *Desenho Urbano. Seminário sobre Desenho Urbano no Brasil*. Ed. FINEP. São Paulo, 1986.

- http.//www.savassi.com.br
- http.//www.pbh.gov.br
- http.//www.vistaaerea.com.br
- www. adhoc.com.br/comunidade.html